T.C
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

BİREYLERİ E-SPOR'A KATILIMA MOTİVE EDEN UNSURLARIN BELİRLENMESİ

Özlem BAĞIŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

REKREASYON ANABİLİM DALI

DANIŞMAN

Doç. Dr. Ekrem BOYALI

KONYA-2021

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim süresince desteğini, bilgi ve tecrübesini hiçbir zaman esirgemeyen danışmanım Doç. Dr. Ekrem BOYALI ’ya, Dr.Öğr. Üyesi Ferhat ÜSTÜN ve Arş. Gör. Nazlı Deniz ÖZ hocalarıma bu süreçte desteklerini esirgemeyen bana her zaman güvenen aileme sonsuz teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... **i**
1.GİRİŞ **1**
1.1.E-SPOR 2
1.2.E-spor Kavramı 3
1.3.E-spor Tarihçesi 5
1.4.E-spor Oyun Türleri 7
1.4.1.Dövüş Oyunları (Fighter) 7
1.4.2.Birinci Kişi Atış Oyunları-Yönetilen Karakterin Gözünden Oynanan Oyunlar (First Person Shot-FPS) 7
1.4.3.Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları (Real Time Strategy- RTS) 8
1.4.4.Spor ve Yarış Oyunları (Sports-Spor) 8
1.4.5.Çok Oyunculu-Devasa Çevrimiçi Savaş Alanı (Massively Online Battle Arena- MOBA) 8
1.4.6.Diğer 9
1.5.Türkiye'de E-spor 9
1.5.1.E-spor Federasyonu 11
1.5.2.Türkiyedeki Bazı E-spor Takımları 11
1.6.Dünya'da E-spor 13
1.6.1.E-spor Pazarlaması 14
1.6.2.E-spor ve Sponsorluk 15
1.7.Motivasyon 16
1.7.1.İçsel Motivasyon 16
1.7.2.Dışsal Motivasyon 17
1.7.3.Motivasyonun özellikleri 17
1.7.4.Motivasyon Kuramları 18
2.GEREÇ VE YÖNTEM **21**
2.1.Araştırmanın Modeli 21
2.2.Evren ve Örneklem 21
2.3.Veri Toplama Araçları 21
2.3.1.E-spor Katılım Motivasyonu Ölçeği (EKMÖ) 21
2.3.2.Kişisel Bilgi Formu 22
2.4.Verilerin Analizi 22

3.BULGULAR **23**
4.TARTIŞMA **31**
5. SONUÇ VE ÖNERİLER **36**
6.KAYNAKLAR **38**
7.EKLER **42**
EK-A ETİK KURUL ONAYI 42
EK-B DEVAMI ETİK KURUL ONAYI 43
EK-C Bireyleri E-spor'a Katılıma Motive Eden Unsurların Belirlenmesi 44
8. TURNİTİN RAPORU **47**

TABLOLAR

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri 23

Tablo 2. Günlük Boş Vakitlerinizi Nasıl Değerlendirirsiniz Göre E-spor Katılım Motivasyonun İncelenmesi 24

Tablo 3. Cinsiyete Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi 25

Tablo 4. Yaşa Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi 26

Tablo 5. Aylık Gelire Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi 27

Tablo 6. Günlük Boş Zamana Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi……...…….28

Tablo 7. Günlük Oyun Oynama Sürelerine Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi 29

Tablo 8. Yaş Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi..... 30

ÖZET

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Bireyleri E-spor'a Katılıma Motive Eden Unsurların Belirlenmesi

Özlem Bağış

Rekreasyon Anabilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ / KONYA-2021

Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin boş zaman değerlendirme aracı olarak E-spor etkinliklerine katılım motivasyonlarının belirlenmesidir.

Araştırmaya Üniversite eğitimleri devam 335 kadın, 397 erkek katılımcı oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan demografik bilgi formu ile Öz ve Üstün (2019) tarafından geliştirilen EKMÖ kullanılmıştır. Verilerin analizinde normallik varsayımları karşılanmadığı için ikili karşılaştırmalar için Mann Whitney U ve çoklu karşılaştırmalar için Kruskall Wallis h testi SPSS 24 programı aracılığı ile sınanmıştır.

Çalışmanın sonucunda cinsiyet değişkenine göre boş zaman değerlendirme tercihlerinin değişkenlik gösterdiği, EKMÖ'nün tüm alt boyutlarında erkek katılımcılar lehine, yaşa, sınıfa ve günlük oyun oynama süresine göre başarı ve yetkinlik ile boş zaman değerlendirme alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunmuştur. Sonuç olarak üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında oyun oynama ve E-spor katılım düzeyleri göz önüne alındığında geliştirici ve yapıcı politikaların belirlenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: E-spor, Katılımcı, Motivasyon, Üniversite öğrencisi.

SUMMARY

REPUBLIC OF TURKEY
SELÇUK UNIVERSITY
INSTITUTE OF HEALTH SCIENCES

İnvestigation of the Motivation of Individuals to Participate in E-sports According to Various Variables

Özlem Bağış

Recreation Department

MASTER'S DEGREE THESIS / KONYA-2021

The purpose of this study is to determine the motivation of university students to participate in E-sports activities in their free times.

The research consists of 335 female and 397 male participants who continue their university education. The demographic information form prepared by the researcher and the E-sports participation motivation scale developed by Öz and Üstün (2019) EKMÖ research. Since the assumptions of normality were not met in the analysis of the data, the Man Whitney test for pairwise comparisons and the Kruskall Wallis test for multiple comparisons were tested using the SPSS 24 program.

As a result of the study, a significant difference was found in the subdimensions of success and competence and leisure time according to age and class and Daily playing time in favor of male participation of university students in their free times, it is recommended to determine developer, it is recommended to determine developer and constructive policies.

Key words: E-sports. Participant, Motivation, Unıversıty student

1. GİRİŞ

Tarih boyunca insan toplulukları teknolojinin gelişim ve değişim göstermesiyle kendini yenilemektedir. Bu değişiklik sonucunda spor aktiviteleri de gelişim göstermektedir. Çünkü spor her insan topluluklarında bir aktivite olarak yerini almaktadır. İnsanlığın geçmişi ve spor arasında bir bağ vardır. Bu sebepten dolayı insan toplulukları değişim gösterdikçe spor da gelişmekte ve değişmektedir (Bayraktar 2003).

E-spor, ülkemiz insanları ve diğer dünya ülkelerinin sanal ortam aracılığıyla buluşup oyun oynayabileceği, organizasyonlar aracılığıyla farklı yerlerden gelen insanların bir araya gelip hem fiziksel hem de zihinsel çaba gösterdiği bir etkinliktir.

E-spor etkinlikleri günümüz dünyasında bir spor dalı olarak kabul edilip edilmemesi konusunda tartışmaların yaşandığı spor kavramıdır. E-sporun büyük kitlelere hitap etmesi düşünülenin çok üzerinde olan, bir anda hızla kendini geliştiren, bunu neyin tetiklediğini ve bu konuda neler olabileceği, geleneksel sporlardan ne derece farklı olduğu merakını da beraberinde getirmiştir (Hope 2014, Hewitt 2014). Ayrıca oyun kültürünün, internet kafelerden, oyun salonlarından farklı bir alana taşınması internetin de katkılarıyla mesafelerin kısalması aynı anda binlerce insanın sanal ortamda buluşması birçok araştırmayı tetikleyen unsur olmaktadır. Düzenlenen etkinlikler, büyüyen kalabalıklar nedeniyle ve kurulmuş olan derneklerle beraber E-sporun spor olup olmadığı tartışması giderek azalırken yakın zamanda kendine özgü bir alanı kapsayacaktır. Aynı zamanda finansal büyüklüğü ile de kendini kanıtlamıştır. Her sene giderek büyüyen, seyirci kitlesi 200 milyondan fazla olan E-spor pazarlama, büyük markaların ve hükümetlerin ilgi odağı olma noktasında güçlü bir pozisyondadır (Newzoo 2017). Bu çalışmanın amacı dünyada ve ülkemizde popüleriteye sahip olan E-sporun gelişimi ve E-spor oyuncularının katılım motivasyonunu etkileyen unsurların belirlenmesidir.

1.1. E-SPOR

İnternet ilk olarak Amerika Birleşik Devletlerinde askeri bir iletişim ağı olarak kullanılmıştır. İnternet günümüzde sadece askeri bir iletişim ağı olarak değil aynı zamanda yaşamımızın olmazsa olmazı haline gelen bir araç olmuştur (Levine 2018). İnternetin ve teknolojinin giderek gelişmesi E-spor kavramının hayatımıza girmesine ön ayak olmuştur. Geleneksel sporlara oranla daha hızlı gelişmekte ve geleneksel sporun izleyici kitlesini geçmektedir. Bu sebeple E-spor dünyada büyük şirketlerin dikkatini çekmeye başlamakta ve büyük yatırımların yapıldığı bir sektör haline gelmektedir.

Günümüzde internetin ve teknolojinin hayatımızın birçok alanını kapsamasıyla birlikte, oyun sektörünün de giderek gelişmesine ve yeni oyunlar üretilmesini sağlamaktadır. Gelişen oyun sektörü beraberinde E-sporu da geliştirirken büyük bir oyuncu kitlesini kapsayan Y ve Z kuşağı için artık E-spor günlük hayatın bir parçası haline gelmektedir. E-spor kendine özgü kurallar içeren, rekabete dayalı dijital ortamda oynanan oyunlar olarak ifade edilmektedir (Wagner 2006).

Son yılların popüler topluluğunu oluşturan E-spor dünya çapında büyük ilgiye sahiptir. Yaklaşık olarak 400 milyonu aşkın izleyici kitlesine sahiptir. Önümüzdeki yıllarda büyük kitlenin 500 milyonu aşacağı söylenmektedir. E-sporun önemi günden güne artmakta ve bununla beraber dev projeler tasarlanmaktadır. E-spor 2022 ‘de Çin’in başkenti Pekin’de yapılacak olan kış olimpiyatlarında resmi bir madalya branşı olarak kabul görmüştür.

E-spor’da tıpkı geleneksel spor dallarının gelişimi gibi teknoloji ile uyumlu bir şekilde devam etmektedir. E-spor günümüzde önemli derecede büyüme ve gelişme göstermektedir. Ülkemizde Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı olarak Türkiye E-spor Federasyonu (TESFED) 2018 yılında kurulmuştur (Koçyiğit 2017).

1.2. E-spor Kavramı

Bilim adamları tarafından henüz net bir tanımı olmayan E-spor kavramı çeşitli araştırmacılar tarafından farklı yorumlamalarla tanımlanabilmektedir.

Teknolojik gelişmelerin spor faaliyetlerine etkisiyle oluşan yeni bir spor kavramından biri olan E-spor, literatüre çevrimiçi (online) oyunlar, elektronik oyun sporu, sanal spor, siber spor, elektronik oyun ve dijital oyun sporu gibi farklı isimler ile spor dünyasına katılmasıyla günümüzde bu kavramlar elektronik spor kavramının altında toplanmaktadır. Ülkemizde ve dünyada çeşitli tanımlamalara sahip olan E-spor geniş çaplı kavrama sahiptir.

E-spor sosyal bir oluşum olarak da kabul görmüştür. E-sporu tanımlayan olgular arasında tutku, koordinasyon, zekâ, iş birliği ve antrenman ilk sıralarda gelmektedir. E-sporu gerçek bir spor dalı olarak kabul edenler tarafından yapılan tanımlarda ise bilgi ve iletişim teknolojilerinin fiziksel ve zihinsel unsurlar ile harmanlanarak gerçekleştirilen bir müsabakalar topluluğu olduğu konusunda fikirler mevcuttur (Cambrand ve ark 2014).

Online oyunlar üzerine kurulu olan E-spor, dünyanın dört bir yanından kişilerin internet aracılığıyla buluşup oyun oynayabileceği ya da belli zamanlarda düzenlenen uluslararası büyük elektronik spor organizasyonları aracılığıyla dünyanın farklı yerlerinden gelen insanların buluşup, oyun oynayabilecekleri bir spor olarak da tanımlanabilmektedir (Can 2018).

E-spor gerçek bir spor mudur? Yoksa değil midir? tartışmaları devam ederken iki tarafın da savunduğu bazı özellikler mevcuttur. Özellikle "E-spor bir spor değildir" düşüncesini benimseyenler yalnızca bilgisayar ve konsol etrafında oturarak yapılan faaliyetlerin hiçbir zaman gerçek bir spor aktivitesi olarak kabul etmemektedirler. Buna karşıt "E-spor bir spordur" düşüncesini savunanlar da E-sporcuların maçlar esnasında stratejik düşünerek zaman ve duruma göre oyun içerisinde hareket ettiklerini ve zihinsel olarak bir spor icra ettiklerini savunmaktadırlar (Kartal 2018). Geleneksel sporların en belirgin özelliği, rekabetçi ruhun E-sporda ana nedenlerden biri olması ve dijital oyunların bütününün profesyonelleştirilmesi E-sporun bir spor olarak kabul edilmesini sağlanmıştır. Bir amaç uğruna bir araya gelen oyuncuların oyun sırasında oyunun heyecanına kapılarak rakipleri karşısında mağlubiyet yaşayan gözyaşı ve ter döken

oyuncuların geleneksel sporculardan hiçbir farkı yoktur. E-sporcular da geleneksel sporcular gibi turnuvalar ve maçlar düzenlemekte ve öncesinde günler süren antrenmanlar, strateji oyunları yapmaktadırlar. Oynadıkları oyunların her gün geliştiğini ve değiştiği düşünüldüğünde E-spor oyuncularının da bunlara uyum sağlamaları ve kendilerini gelişen oyunlar karşısında geliştirmeleri tıpkı geleneksel sporda yaşanan değişimlerin aynısıdır.

Seyircilerin internet veya televizyon aracılığı ile izlediği rekabetçi oyunlar olarak da tanınan E-spor günümüzde süregelen bir tartışma konusudur. E-sporun ne kadar bir spor olup olmadığı konusun da çeşitli tanımlamalar olsa da bunun tam tersini savunan görüşler de vardır. Kendine özgü özelliklere sahip olan E-sporda geleneksel spordan ayrılan farklar olduğu kadar benzer niteliklerde bulunmaktadır. E-spor dünyanın çeşitli yerlerinden profesyonel E-sporcuların belirli profesyonel takımlar bünyesinde yer aldıkları gerek ulusal gerekse uluslararası organizasyonlara katılarak yarıştıkları düşünüldüğünde geleneksel spordan farkı yoktur.

E-sporun ilgi çekici yönlerinden biri ise teknolojiyi kullanarak yarattığı oyun içi adil rekabet ortamıdır. Buna benzer olarak E-spor, oyun içerisinde eşit şartlarda yarışan E-sporcuların katıldığı turnuvalar bütünüdür. Söz konusu turnuvalar sırasında oyun içerisinde herhangi bir hilenin yapılmaması adına müsabakalar sırasında gözetmen olarak çeşitli sayılar ve unvanlarda "hakem" oyunları denetler. Oyunlar sırasında oyuncuların ekipman arızaları ve diğer tüm sorunları ile ilgilenen bir ekibin de bulunduğu bilinmektedir (Erişim 2021a).

E-sporu normal oyunlardan ayıran en büyük etken ise profesyonel düzeyde gerçekleştirilen organizasyonlardır. Çeşitli konsol, tablet, bilgisayar veya telefon oyunlarının organizasyonu yapılan profesyonel ligler başlığında profesyonel oyuncular tarafından oynanmasıdır. Riot Games Türkiye Müdürü Bora Koçyiğit verdiği bir röportajda da belirttiği gibi halı sahada oynanan futbol ile profesyonel süper ligde oynanan futbol nasıl farklıysa normal oyunlar ve oynanış ile E-spor da tamamen farklı bir sahnedir. Yani "E-spor, oyunların profesyonel sahnesidir'' (Erişim 2021b).

1.3. E-spor Tarihçesi

E-sporun tarihsel gelişimi Arcade (Atari) Devri ve İnternet Devri olarak iki farklı süreçten geçerek günümüze gelmiştir. 1970 – 1980 döneminde gençlerin en sık bulundukları yerler arasında atari salonları bulunmakta ve E-sporun tohumlarının atıldığı yerler olarak bilinmektedir. Atari devrinin 1990 yıllarına kadar sürdüğü söylenmektedir. Yıllarca atari salonlarında Pac-Man, Frogger ve Centipede vb. oyunlarla oluşan oyun kültürü ile rekabete dayalı oyun anlayışı gelişmeye başlamıştır (Şimşek 2020).

1981-1982 yılları arasında atariden elde edilen gelirin yaklaşık olarak 5 milyon dolar olduğu tahmin edilmektedir. 1982 yılındaki bilgilere göre Amerika'da 20.000'in üzerinde atari salonu mevcuttu ve bu salonların içerisinde 1,5 milyon atari bulunmaktadır. Atariye ve oyun salonlarına gösterilen yoğun ilginin sonucunda oyun teknolojisi ve üreticilerinin sayısı o dönemde büyük artış göstermiştir. Teknolojinin ilerlemesi hızlı üretim konusunda yaşanan gelişmeler çeşitlilik kazanan ve ucuzlayan oyun platformları, atari salonlarının evlere girmesini sağlamıştır. Evlere giren ilk oyun konsollarının 'amiga' ve 'commodore' isimli konsollardır. Bu konsolların piyasaya çıktığı dönemde dünya genelinde popülerleşmesi kişisel bilgisayar (personal computer – pc) çılgınlığı ortaya çıkmıştır (Şimsek 2020).

Kişisel bilgisayarların ve teknolojinin giderek gelişmesi oyun sektörünün de aynı hızda gelişmesine neden olmuştur. Bunun sonucunda hem oyuncu sayısı hem de oyun türlerinde çeşitlilik kazanılmıştır. Dönemin en büyük belirgin özelliği bilgisayarların oyunlara getirdiği, sanal ortamda aynı oyunu iki farklı kişinin oynayabilmesi olmuştur. 1980 yılından itibaren yerel ağ bağlantısı olarak da tanınan 'LAN' sayesinde birbirine bağlanmaya başlayan bilgisayarlar ile 'insan-makineye karşı' türünde popüler olan oyunların düşüşe geçerek 'insan-insana karşı' olan oyun türünün popülerlik kazandığı görülmektedir. 1990 yılında World Wide Web (WWW) sayesinde mevcut bulunan yerel ağlar yavaş yavaş yok olmuş ve tüm o yerel ağların yerini tek bir küresel ağ almıştır (Kocadağ 2017). E-sporun kökeni o yıllarda WWW ile birlikte gelişen yazılım ve donanımlara kadar dayanmaktadır (Sun 2017).

E-spor kavramının ortaya çıkışı güvenilir bir kaynak olan Çevrimiçi Oyuncular Birliği'nin (Online Gamers Association-OGA) 1999 yılındaki faaliyete geçmesiyle başlamaktadır. Amerika'da ve Avrupa'da ilk olarak ağa bağlı oynanan 1993'te çıkan Doom ve 1996'da çıkan Quake isimli birinci şahıs nişancı tarzındaki oyunların piyasaya çıkışıyla E-sporun başlangıcı ilişkilendirilmiştir. Bu zaman boyunca kabile olarak adlandırılan çevrimiçi oyuncular internet aracılığıyla turnuvalarda yarışmaya başladılar. 1997 yılında profesyonel ve yarı profesyonel oyuncular, çevrimiçi oyun liglerini oluşturulmuşlardır. Geçmişten günümüze etkisi hala hissedilen ve iş fikri Amerika'daki spor ligleri tarafından model alınan Siberatlet Profesyonel Ligi (SPL)'dir. SPL turnuvaları ilk kez canlı olarak izleyiciler önünde yapılan turnuvalar 1997 yılında "The Foremost Roundup of Advanced Gamers" veya diğer adıyla "The Frag" oyunudur. SPL sayesinde profesyonel bilgisayar oyunları hızla gelişip izleyicinin merak duygusunu arttırmaktadır. 1999'da oyun geliştirme şirketi Valve birinci şahıs nişancı tarzındaki oyunları olan Half-Life'ın biraz değişiği "Counter Strike"ı çıkarmıştır. Bu oyun Batıda E-spor karşılaşmalarının merkezinde yer almıştır (Wagner 2006). Doğuda ise E-spor kültürü Kore'de başlamaktadır. 90'lı yılların ortalarında Kore politikası Kore geniş bant altyapısının hızlı büyümesinin sonucunda telekom uygulamalarının da yeniden düzenlenmesinde etkili olmuştur. Bu altyapının çoğunlukla dijital televizyon, çevrimiçi oyunlar gibi içeriklerle doldurulması gerektiği vurgulanmaktadır. Amerikalılar ve Avrupalıların birinci şahıs nişancı tarzındaki oyunların aksine Koreliler Koreli bir oyun geliştirme şirketi olan NCSoft tarafından 1998'de çıkarılan "Linage" gibi Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları (Massively Multi-user Online Role Playing Games-MMORPG) ve Gerçek Zamanlı Strateji Oyunlarını (Real Time Strategy Games) tercih etmişlerdir. 90'ların sonlarında Kore oyun piyasası 1994 tarihinde çıkan WarCraft'ın varisi olan Kaliforniya firması Blizzard Entertaintment'ın 1998 tarihinde sunulan çok kullanıcılı gerçek zamanlı strateji oyunun yerine StarCraft egemen olmuştur. Bu oyun özellikle karşılaşmalı çevrimiçi oyunlar arasındaki en iyi oyundur. Kore devasa genişbant altyapısına sahip olmasının sayesinde televizyonlar, bilgisayar oyunlarını yayınlamaya başlamışlardır. Bu unsurların birleşmesinin sonucunda bireysel StarCraft oyuncuları önde gelen liglerdeki diğer sporcular gibi popületiriye sahip olmuşlardır. Günümüzde Batı ve Doğu E-spor kültürlerini bir araya getirmeye çalışan World Cyber Games gibi küresel E-spor

etkinliklerinin sayısı artması sonucu iş ekosistemi de gelişim göstermektedir (Wagner 2006). E-spor kurumsallaşmasındaki gelişmelerin 1997 yılında Siberatlet Profesyonel Ligiyle başladığı söylenebilir. 2000 yılında Elektronik Spor Ligi, 2002 yılında Major League Gaming, 2008 yılında Uluslararası E-spor Federasyonu'nun kurulması mihenk taşlarıdır. Ülkemizde E-sporla ilgili 2011 yılında Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu kurulmuş ve 2013 yılında gelişmekte olan Spor Branşları Federasyonu'na dahil dijital oyunlar branşında faaliyetler devam etmektedir (ÇHGM 2017, GSB 2018).

1.4. E-spor Oyun Türleri

Oyunlar, internetin de hayatımızın büyük bir kısmına dahil olmasıyla birlikte dünyada engellenemez bir büyümeye ve yayılmasıyla oyun dünyasına hızlı bir geçiş yapmıştır. E-spor için ünlü oyunların yanı sıra, oyun türlerinde de seçici olan tarafların olduğunu bilinmektedir. Bu anlamda oyun türlerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (ÇHGM 2017, GSB 2018).

1.4.1. Dövüş Oyunları (Fighter)

Ağırlıklı olarak bireysel oynanan oyunlar olup oyuncuların yaş ortalamaları 13-18 arasındadır. Oyuncu belli bir dövüş disiplinini temsil eden seçtiği sanal karakterler ile diğer oyuncuların seçtiği diğer sanal karaktere üstün gelmeye çalışır. Yaygın olarak bir oyuncuya karşı bir oyuncu şeklinde oynanır. Örn: Street Fighter, Tekken Tag Tournament vb. (ÇHGM 2017, GSB 2018).

1.4.2. Birinci Kişi Atış Oyunları-Yönetilen Karakterin Gözünden Oynanan Oyunlar (First Person Shot-FPS)

Hem bireysel hem de takım olarak oynanabilen oyunlar olup oyuncu, dijital oyun ortamını sanal karakterin gözünden görebilmektedir. Bu oyunların yaş sınırı 18 yaş ve üzeridir. Bu türdeki oyunlar askeri simülasyon gibi gerçekçi içeriklerden, fantastik dünyalara kadar geniş bir yelpazede içerik sunmaktadır. Refleks, hızlı karar verme, takım yönetimi gibi kaliteler bu türdeki oyunlarda başarı için gereklidir (Örn: Counter Strike, Overwatch, Quake, CrossFire, Zula). Ülkemizde bu türdeki başlıca oyunlar ve faaliyet gösteren firmaları aşağıdaki gibidir:

- Zula (ınGame Group, Madbyte Games Türkiye)
- Wolf team (Netmarble. Güney Kore, Türkiye ofisi mevcut)
- Point Plank (ınFinity Games, Güney Kore, Türkiye ofisi mevcut)
- Overwatch (Blizzard Entertainment, ABD)
- Counter Strike Global Offensive (Valve ABD) (ÇHGM 2017, GSB 2018).

1.4.3. Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları (Real Time Strategy- RTS)

Ağırlıklı olarak bireysel, zaman zaman da takım olarak oynanabilen bu türdeki oyunlarda oyuncu elindeki kaynakları doğru şekilde yöneterek bir ordu kurar. Oyuncu, sanal ordusunu birçok faktörü aynı anda göz önünde bulundurarak (kaynak yönetimi, üretim zamanlaması, arazi şartları, zamanlama) yöneterek, rakibin ordularını alt etmeye çalışır. Örn. Starcraft II, Age of Empires, Rome Total War (ÇHGM 2017, GSB 2018).

1.4.4. Spor ve Yarış Oyunları (Sports-Spor)

Geleneksel spor dallarının, sanal ortama uyarlanmış halleridir. Futbol, basketbol, tenis gibi spor alanları, ünlü oyun firmalarının ilgili spor dallarının federasyonlarıyla yaptığı lisans anlaşmaları, bu dallarda faaliyet gösteren ünlü takımların ya da sporcuların gerçekçi özellik ve nitelikleriyle birlikte sanal ortama taşınmasını sağlamıştır. Örneğin oyuncu FIFA oyununda Galatasaray ya da Fenerbahçe takımlarını güncel kadrolarıyla seçebilmektedir. Yine sanal motorsporları da bu türün altında değerlendirilebilir. Örn, FIFA, UFC, Pro Evolution Soccer, Fight Night, NBA2K 2017, Trackmania (ÇHGM 2017 4, GSB 2018).

1.4.5. Çok Oyunculu-Devasa Çevrimiçi Savaş Alanı (Massively Online Battle Arena- MOBA)

MOBA/Multiplayer-Massively Online Battle Arena (Devasa Çevrimiçi Mücadele Arenası) (Dota2, League of Legends vb.) (ÇHGM, 2017). League of Legends ve DOTA gibi popüler oyunların her türlü bilgisayarda çalışabilmesi, takım olarak oynanması ve hızlı bir ritimde oynanması ilgili türün yayılmasını kolaylaştırmıştır. Özellikle Riot Games'in ülkemizde açtığı 2012 yılındaki ülke

ofisi ve yaptığı yatırımlar, elektronik sporların ülkemizde çok daha hızlı bir şekilde yerleşmesini sağlamıştır (ÇHGM 2017, GSB 2018).

1.4.6. Diğer

World of Tanks (Aksiyon ve strateji oyunu): Beyaz Rusya (Wargaming), menşeli olan, sanal haritalar üzerinde, İkinci Dünya Savaşı dönemi tanklarıyla bireysel ya da takım halinde oynanan oyun.

Hearthstone (Kart oyunu): ABD (Blizzard), menşeli olan, popüler oyun karakterlerini tema olarak alan ancak kumar ve bahis oyunları ile karıştırılmaması gereken kart oyunudur (ÇHGM 2017).

1.5. Türkiye'de E-spor

Global dünyada olduğu gibi ülkemizde de E-spora ilgi gün geçtikçe artmaktadır. E-spor ülkemizde "gelişmekte olan" bir spor dalıdır. Ülkemizde spor ile ilgili ilk büyük adımlar 2011 yılında Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu (TÜDOF) sayesinde atılmıştır. İki yıla yakın süre boyunca E-spor alanında hizmet veren TÜDOF, 2013 yılında "Gelişmekte Olan Spor Branşları Federasyonu" kurulmuştur. Federasyonun branşları arasında yer alan "Dijital Oyun Branşı" olan E-sporu, kendi bünyesine dahil etmiştir.

E-spor 2018 yılında bağlı olduğu federasyondan ayrılarak Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı olarak yeni bir federasyon kurmuştur. Türkiye E-spor Federasyonun kuruluş tarihi resmi olarak 24 Nisan 2018 tarihidir. Federasyonun kurulmasıyla E-sporcu lisansları verilmeye başlanmış bu sayede de E-sporculara resmi olarak E-spor turnuvalarına katılım hakkı sağlanmaktadır.

Ülkemizdeki eğitim kurumlarının da E-sporu destekledikleri görülmektedir. Bahçeşehir Üniversitesi'nin kendi takımını kurmuştur (BAU. Supermassive) ve oyuncularına da eğitim bursu vermektedir. İstanbul Bilgi Üniversitesi liseli öğrencilere yönelik 'Playerbros Leaque' turnuvasında birincilik kazanan E-sporculara ÖSYM sonuçlarına göre İstanbul Bilgi Üniveristesi İletişim Fakültesin de tam burslu eğitim fırsatı tanımaktadır. Ekin Koleji'nde ise 2017 yılından itibaren E-spor dersleri verilmektedir.

Gençlik ve Spor Bakanlığının verilerine göre Türkiye'de lisanslı E-sporcu sayısı 4.000'nin üzerindedir. Amatör E-spor takımları ise 14.000'den fazla oyuncu sayıları 60.000 civarındadır. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının verilerine göre Türkiye'de 30 milyon kişinin dijital platformlarda oyun oynadıkları bilinmektedir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı 2017)

Türkiye'de 2016 yılı verilerine göre dijital oyun endüstrisi 750 milyon dolara ulaşmaktadır. Dünya sıralamasında ülkemiz 2017'deki 774 milyon dolarlık geliri ile dünyada 18. sırada ile yer almaktadır. Ülkemizde dijital oyun sektörü yıllık %16-%18 oranında bir artışa sahiptir. Dijital oyunlardan elde edilen gelir Türkiye'de 2018 yılı itibarıyla 878 milyon dolar civarındadır. Türkiye 'deki E-spor taraftar sayısının 4 milyon olduğu tahmin edilmektedir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı 2017).

Ülkemizdeki oyun firmaları Nfinity Games, Netmarble, InGame Group ve Riot Games'tir. Türkiye 2012 yılında İstanbul'da ofis açan Riot Games E-spora yaptığı yatırımlar ile spor kültürünü geliştirmiş ve E-sporun tanınmasına hızla gelişmesine katkı sağlamıştır. Bununla beraber NTTGame, Bigpoint, Lokum Games ve Gameforge şirketleride yaptıkları projelerle E-sporun ülkemizdeki gelişimine katkı sağlanmışlardır.

Leaquen of Leqends oyunu Türkiye Büyük Finali birçok E-sporcu taraftarından izlediği bilinmektedir. Ulusal düzeyde ülkemizde yayın yapan kanallar Leaque of Leqends oyununa dikkat çekmiştir. 2013 yılında TBF'nin düzenlediği geniş çaplı özeti yayınlanan CNN Türk kanalı ülkemizde bir ilke imza atmıştır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı 2017)

E-sporun sahip olduğu potansiyeli yıllar önce fark eden Türk profesyonel spor kulüpleri de 2014 yılından sonra E-spora yönelmişlerdir. Dünyada bir ilk olarak kayıtlara geçen Beşiktaş 2015 yılında E-spora adım atan ilk profesyonel spor kulübü olmuştur. 2017 yılında E-spora giriş yapan Fenerbahçe ise Beşiktaş'tan sonra bu alana giren ikinci Türk spor kulübü olmuştur. Fenerbahçe, SuperMassive takımının ikinci takımı olan SuperMassive TNG'nin haklarını satın alarak E-spora giriş yaparken E-spor arenasında "1907 Fenerbahçe" ismini kullanmaktadır. Victorious Ace isimli E-spor takımının haklarını satın alan Galatasaray ise Fenerbahçe ile aynı yıl E-spora dahil olmuştur. 2018 yılına

gelindiğinde Macro Maniacs isimli E-spor takımının haklarını satın alan Bursaspor da bu alana yatırım yapan bir diğer Türk takımı olmuştur (Erişim 2021a). Geleneksel sporlarda başarılı olan bu spor kulüplerinin yanı sıra SuperMassive, HWA Gaming ve Dark Passage adıyla tanınan takımlar, ülkemizde E-spor bilincini aşılayan ünlü takımlardır. Ulusal ve uluslararası liglerde başarı kazanabilmek adına yurt dışından oyuncu transferleri gerçekleştiren E-spor kulüpleri Türkiye'de E-sporun hızla geliştiğini ve önemsendiğini bizlere kanıtlamaktadır (Üçüncüoğlu ve Çakır 2017).

1.5.1. E-spor Federasyonu

Merkez Danışma Kurulu'nun 22 Mart 2018 tarihli toplantısında alınan karara istinaden 24 Nisan 2018 tarih ve 277144 sayılı Bakanlık Makamı onayı ile Genel Müdürlüğümüze bağlı olarak Türkiye E-spor Federasyonu Başkanlığı kurulmuş, Spor Genel Müdürlüğü Federasyon Başkanlığı Seçim Yönetmeliği hükümlerine göre 15 Mayıs 2018 tarihinde gerçekleştirilen Olağan Genel Kurulda Federasyon Başkanı olarak Alper Afşin ÖZDEMİR kurucu Başkan olarak seçilmiştir (Erişim 2020k).

1.5.2. Türkiyedeki Bazı E-spor Takımları

Beşiktaş E-spor takımı

Profesyonel bir spor kulübü tarafından kurulan ilk E-spor takımı 20 Ocak 2015'te faaliyete geçen Beşiktaş'tır ve Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir (Kaya 2013).

Galatasaray E-spor takımı

Galatasaray E-spor takımı kuran önemli kulüplerden bir başkasıdır. Galatasaray E-spor takımı, Galatasaray tarafından 29 Kasım 2019 yılında kurulmuş ve Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir (Erişim 2020b).

1907 Fenerbahçe E-spor takımı

Profesyonel bir spor kulübü olarak ilk kurulan Beşiktaş E-spor kulübünden sonra kurulan ikinci büyük kulüp 1907 Fenerbahçe E-spor kulübüdür. 14 Ekim 2016'dakurulmuştur. Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir (Erişim 2020ı).

Bahçeşehir supermassive E-spor takımı

Dünyanın önde gelen profesyonel Türk E-spor takımlarından biridir. Türkiye'nin en eski E-spor takımlarındandır. 2016 yılında kurulmuştur. Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir (Erişim 2020f).

Bursaspor E-spor takımı

2018 yılında Macro Maniacs takımının ligdeki haklarını satın alarak lige girmişlerdir.İlk kez 2018 Şampiyonluk Ligi Yaz mevsiminde mücadele etmişlerdir (Erişim 2020e).

Royal Youth E-spor takımı

Royal Youth 2016 yılında kurulan E-spor kulübü. League of Legends, CounterStrike: Global Offensive, Hearthstone takımları bulunur. Takım Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir (Erişim 2020c).

Space Soldiers E-spor takımı

Space Soldiers, 2015 yılında kurulmuştur ve kısa sürede önemli başarılara imza atmıştır. Uluslararası arenada ülkemiz adına en çok başarıya ulaşan takım konumundadır (Erişim 2020d).

Doğuş Üniversitesi Aurora E-spor takımı

Doğuş Üniversitesi Aurora takımı 2015 yılında kurulmuştur. Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir (Erişim 2020h)

Galakticos E-spor takımı

Galakticos 2016 yılında kurulan Türk elektronik spor kulübü. Takım, Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir. Galakticos lige ilk adımını 2017 Şampiyonluk Ligi Kış mevsimi ile attı. Ligi 6. tamamladı (Erişim 2020d).

HWA Gaming E-spor takımı 2006 yılında Türkiye'nin ilk E-spor kulübü olarak yerini almıştır.

Dark Passage E-spor takımı

Dark Passage 2003 yılında kurulmuştur. League of Legends dışında FIFA 15, CS:GO ve Hearthstone takımlarının yanı sıra, ayrıca kadın League of Legends takımıda mevcuttur. Şampiyonluk Ligi'nde mücadele etmektedir (Erişim 2020g).

1.6. Dünya'da E-spor

Asya ülkelerinde yıllardır popüler olan ve Batı ülkelerinin de yeni dâhil olduğu E-spor tüm dünyada hızla ivme kazanan bir spor dalı olarak kabul edilmektedir. Katılımcı sayıları giderek artmakta olan E-spor 2000'lerin başından günümüze kadar popülerliğini dünya çapında hızlıca yaymaktadır. E-sporun dikkat çekici yükselişi ve karşılaştığı yoğun ilgi, dünya çapındaki eğitim veren kurumların ilgisini çekmektedir (Özşahin 2018).

Dünyada E-sporu üniversiteler çapında tanınmasını sağlayan ilk eğitim kurumu Amerika Birleşik Devletleri'nin Kaliforniya eyaletindeki Robert Morris Üniversitesi'dir. Asya ülkelerine bakıldığında ise özellikle Malezya ve Çin gibi ülkelerin E-sporu ne kadar ciddiye aldığını görebilmekteyiz. Bu ülkelerde E-sporcular için burs imkânları sağlanmaktadır. 2018 yılı sonuna kadar 160 milyonu aşması beklenen E-spor oyuncu sayısına bakıldığında profesyonel spor kulüplerinin de bu alana yatırım yapmaları kaçınılmaz olarak görülmektedir. Bu bağlamda profesyonel spor kulüpleri de E-sporun yükselişini fark ederek çeşitli dallarda faaliyete geçmektedirler. Günümüzde aktif bir şekilde E-spor faaliyetlerine devam eden birçok spor kulübü bulunmaktadır. 2014 yılında düzenlenmiş olan Sochi Kış Olimpiyatları'nda anlık izleyici sayısı en yüksek 800.000'nin üzerinde izleyici kitlesine olaşmıştur. Buna karşılık sadece League of Legend adlı oyunun 2014 Dünya Şampiyonası sırasında anlık izlenme sayısı 8 milyon olarak tespit edilmiştir (Gül ve ark 2017).

Newzoo (2017) yılında yapılan bir araştırmaya göre; E-spor ekonomisi 2016 yılına göre 2017 yılında %41,3'lük büyüme gerçekleştirmiş, sektörün ekonomik kapsamı 696 milyon dolara kadar yükselmiştir.

2017 yılında yapılan E-spor yayın hakları ve medya alımları ile ilgili gelir 95,2 milyon dolar, sektörde yapılan sponsorluk anlaşmalarının boyutu ise 266,3 milyon dolar olarak görülmektedir (Özşahin 2018).

1.6.1. E-spor Pazarlaması

İnternet ve bilgi teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkan E-spor günümüzde de büyüyen ve birçok uluslararası şirketi kendine çekmeye devam eden bir endüstri olarak görülmektedir (Laakkonen 2014). Etkileşimli dijital iletişim ile beraber sosyal bir oluşum olarak E-sporun sahip olduğu değerler artarken çeşitli sektörlerden yatırımcılar da bu alana kayıtsız kalmayarak oluşan fırsatları değerlendirmektedirler (Lee ve ark 2011). Bu süreçte E-sporun bünyesinde birçok paydaşın oluştuğunu ve geliştiğini görebilmek mümkündür. Söz konusu paydaşlar arasında takım sahipleri, oyun yayımcıları, sponsor firmalar, menajerler, oyun üreticileri, oyuncular, koçlar ve izleyiciler gibi birçok unsur bulunmaktadır. Tüm bu paydaşlarla bir endüstriye dönüşen E-spora oyun endüstrisi şirketlerinin yanı sıra farklı alanlardan şirketlerin de pazarlama bütçelerinden paylar ayırdığı göz ardı edilmemektedir. E-spor bünyesinde bulunan oyuncuların, takımların, liglerin ve turnuvaların reklam modelleri değişkenlik göstererek şirketlerin pazarlama faaliyetlerini zorlaştırsa da beraberinde getirdiği yatırım kazançlarıyla markaları cezbetmektedir. Bu firmaların özellikle genç nüfusa ulaşma amacıyla E-spora yatırım yaparak çeşitli pazarlama stratejileri geliştirdikleri ve bunları uyguladıkları bilinmektedir (Üçüncüoğlu ve Çakır 2017).

Tüketiciler, markaların güçlü bir kişiliği temsil ettiği, davranışlarına anlam kattığı ve diğer etkileri için tercih etmeye meyilli olduklarından, spor organizasyonlarındaki marka destekleri, bu tip arayışların sonlandırılmasında güçlü bir etkiye sahiptir. Markaların da ulaşmak istediği hedeflere daha kolay ve başaralı bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır (Brakus ve ark. 2009). Tüketiciler, sağladıkları sembolik değerler ve katkılar nedeniyle, markaların kendilerini temsil etmesi için karakter arayışında bulunmalarına neden olmuştur (Aaker 1997, Keller 1993). Bu marka karakterleri doğrudan spor müsabakaları, takımlar ve sporcular ile bağlantılıdır. Çünkü temel de büyük spor takımları taraftarlarına sembolik bir ifade yolu vaat ederler. Bu anlamda spor takımlarının ve sporcuların

bu faydası noktasında, pazar içerisinde markaların kendi kişiliklerini kalabalıklara yayma konusunda sponsorlukları ve tüm desteklerin de aynı şekilde önemli olduğunu göstermektedir (Karjaluoto ve ark. 2016).

1.6.2. E-spor ve Sponsorluk

Markalar E-spor alanında takımlara, organizasyonlara, turnuvalara ve yayın organlarına sponsor olmak amacıyla büyük yatırımlar yapmaktadırlar. Bu markalar genellikle teknoloji, oyun, tüketici elektroniği markaları olmakla birlikte E-sporla ilişkili olmayan markalar da sponsorluk yarışı içerisnde yerini almaktadır. Özellikle içerisinde otomotiv, yiyecek/içecek, kişisel bakım ve finans/sigorta sektörlerindeki markalar kendilerini geliştirmektedir. E-spor pazar alanındaki takımların, oyuncuların, reklam ve yayın modellerinin fazla olması markalar için zorluk oluştursa da büyük fırsatlar ve yatırım getirisi sunmaktadır. Markalar E-sporun katılımcılarını, izleyicilerini, teknolojisini yakından tanıdıkça yatırımlarını da arttırmaktadırlar. Markalar 2016-2017 yılları arasında bilişim teknolojileri/bilgisayar markalarından 360, perakende markalarından 100, çevrimiçi hizmetlerden 60, alkolsüz içecek markalarından 50, çevrimiçi medya markalarından 40'tan fazla E-spor sponsorluğu yapılmıştır. Markalar dünya genelinde E-spor sponsorlukları ve reklamları için 2015 yılında 230 milyon dolar, 2016 yılında 350 milyon dolar harcama yaparken, 2017 yılında 517 milyon dolar ve 2020 yılında 1.220 milyon dolar harcama yapacakları tahmin edilmektedir (Newzoo 2017).

Bu alan en büyük kâr ve yatırımlar ve sponsorlukların destek alanı olarak görünmektedir. Sponsorluklar aynı zamanda, artık imajsal olarak da kuvvetli bir noktaya gelen E-spor turnuvalarında devasa markaların da kendini göstermek için yarışa girdiği bir ortam halini almıştır. Bu sponsorluklar en başta teknoloji ve telekomünikasyon markalarınca öncülük edilen, ardından da oyuncuların çevresel ekipmanlarını üreten şirketlerin geldiği şekilde tasarlanmaktadırlar (Foer 2004).

1.7. Motivasyon

Yeryüzünde yaşayan tüm canlıların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için pek çok ihtiyacı ve isteği vardır. İnsanların bu ihtiyaçlar ve istekler doğrultusunda hedeflerini gerçekleştirmek için harekete geçmeleri gerekir. Hedefleri harekete dönüştürerek ihtiyaçlar ve istekler giderilir (Juul 2003).

Motivasyon, istendik davranışlar doğrultusunda hedefe ulaşmada bireyleri harekete geçiren ve keşfetmelerine yardımcı olan bir güç olarak tanımlanmaktadır. Motivasyon, düşünceleri faaliyete dönüştürmeye yardımcı olan en önemli unsurdur. İnsanların genellikle merak ettikleri, ilgi duydukları konu üzerinde daha fazla çaba ve motivasyonun bireylerin fiziksel aktiviteye katılımlarını etkileyen faktörlerden biridir. Gençlere istendik davranışlar kazandırarak aktivitelere katılımlarında rol oynayan motivasyonel faktörlerin belirlenmesi oldukça elzemdir (Demir ve Cicioğlu 2018). Bununla birlikte dijital oyun oynama motivasyonlarını etkileyen faktörler de araştırılması gereken önemli konulardan biri olarak görülmüştür. İlgi duyulan eylemi gerçekleştirirken bireylerin kavrama hızları da gelişir (Deci ve Ryan 2000).

1.7.1. İçsel Motivasyon

İçsel Motivasyon, bireyin kendi ihtiyaçlarını karşılamak, merak duygusunu gidermek ve ulaşmak istediği amaç doğrultusundaki beklentiler karşısında gösterdiği davranışlar olarak tanımlanabilir. İçsel motivasyon, bireylerin hedeflerine ulaşırken gösterdikleri çabayı etkileyen önemli bir unsurdur. İçsel motivasyonu yüksek olan kişiler özgüvenleri yüksek ve kendilerini yöneterek başarıya ulaşmaya çalışmaktadırlar. Aynı zamanda içsel olarak motive olan insanlar oyuna ve onurlarına düşkünlerdir. Duyulan içsel onur, en iyiyi başararak ortaya koymak için kişiyi motive eder (Ercan 2001, Konter 2004, Nicholls ve Robert 1992).

İçsel olarak motive olmuş birey, hedefe ulaşırken gereken tüm gayret ve çabayı göstermekle beraber yaptığı çalışmaların verdiği emeğin buna değeceğini düşünür. Bazı zamanlarda ve değişen durumlar bireylerin içsel motivasyonlarında farklılaşmaya sebep olabilir.

1.7.2. Dışsal Motivasyon

Dışsal motivasyon olmuş bireyler bir ödül almak, ceza almamak, başkalarının hoşuna gitmek ya da başkalarını memnun etmek için bazı davranışlarda bulunurlar. Dışsal motivasyon, direkt kişilerle ilgili olan bir durum olmamakla birlikte bireylerin üzerinde negatif ya da pozitif etkiler oluşturarak, istendik davranışın tekrarlanmasını artıran veya azaltan maddi ve manevi değerlerdir (Ercan 2001, Konter 1995).

Dışsal motivasyon olayın kendisi ile ilgili olmamasıyla birlikte, dışsal motivasyonda sadece ne kazanılacağı önemlidir. Yapılan etkinlik ile doğrudan bağlantılı olmayan ödüllerle ve olumlu pekiştirenlerin kullanılması ile bireyler katılıma dıştan motive olurlar. Dolayısıyla; sorumluluk ve görevlerini yerine getirmemeleri sonucunda kişilere verilen cezalar, görevlerini yapmaları için dıştan motive olmayı öğretebilir. Yapmama davranışı sonucu öğrenciye verilen cezalar, görevini yapması için ona dıştan güdülemeyi öğretebilir (Konter 2004).

1.7.3. Motivasyonun özellikleri

Bireyin hedeflerini gerçekleştirirken davranışını belirleyen, davranışlara yön veren devamlılığını etkileyen bir mekanizma olarak ifade edilen motivasyon kavramının genel özellikleri aşağıda belirtilmektedir.

✓ Motivasyon kişinin istekleri, içgüdü ve gereksinimleri doğrultusunda bireyi bir davranışa iter veya bu davranışı yapmaktan alı koyar.

✓ Motivasyon, temelde bir amacı barındıran ve yapılan davranışlar sonucunda ödül beklentisi beklentisi içine sokan bir süreçtir.

✓ Bir davranışın gerçekleşmesini sağlayan birden fazla motive edici unsur olabilir.

✓ Motivasyon sürecinde bireyin amaçları davranışlarını kontrol etmez ancak bir etkide bulunur ve bireyin gereksinimini giderebilmesi için uyarır.

✓ Motivasyon birey için her zaman bilinçli ve kontrol edilerek gerçekleşen bir süreç değildir. Aydın (2007), motivasyon özelliklerini şu şekilde ifade etmiştir;

✓ Bireysel farklılıklardan dolayı, motivasyon teorilerinin ana temasında farklılıklar ortaya çıkmaktadır.

✓ Motivasyon kavramı bir davranış veya ortaya konulan performansın kendisi değil, kişiyi içten ve dıştan etki altına almış güçlerle alakalı bir kavramdır.

✓ Motivasyon kavramı bir niyet ifadesi olarak düşünülebilir. Motivasyon çok yönlü bir kavramdır. Bireyin bu kavramı eyleme dönüştürürken düşüncelerinde farklılaşmaya ve yeni bir boyut kazanmaya yardımcı olabilmektedir.

1.7.4. Motivasyon Kuramları

Motivasyon kelimesi Latince olarak "movere" kelime kökünden gelmektedir. Kelime anlamı ise "hareket ettirme, hareketlendirme" anlamlarına gelirken dilimize ise harekete geçiren güç yani güdü olarak yerleşmiştir. Motivasyon kelimesinin psikolojik bir olgu olması neticesinde motivasyon ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Özbaydar (1983)'e göre ise var olan bir gereksinimi giderebilmek üzere gerekli olan davranışları başlatan kuvvet olarak tanımlanmıştır. Kişileri motive etmek için neler yapılır, öğrencileri derslere nasıl motive edebiliriz, süreklilik kazanan motivasyonu devamlılığını nasıl getirebiliriz soruları yıllardan beri araştırılmaktadır (Cengiz 2009). Bu soruları araştırabilmek ve bulgular ortaya koyabilmek için çeşitli kuramlar ortaya atılmıştır. Bu kuramlar ise şu şekilde ifade edilebilir (Erdem 1997).

✓ **Kapsam teorileri**

Yapılan araştırmalar neticesinde kapsam teorileri genel itibarlıyla aşağıda yer alan kuramlardan oluşmaktadır (Cengiz 2009, Karslı 2015).

a) Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı

b) Frederick Herzberg'in Çift Faktör Kuramı

c) Alderfer'in Varlık, İlgililik ve gelişme Kuramı

d) Mc Clelland'ın Başarma İhtiyacı Kuramı

e) ERG Kuramı Kapsam teorileri daha çok içsel faktörlere ağırlık vermektedir. İçerik kuramlarının temelinde de insanların motive olması ihtiyacı yer almaktadır.

Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramına göre bir davranış yapılıyorsa mutlaka kişi ona ihtiyaç duymuştur (Cengiz 2009). Yani bizim

ihtiyaçlarımız vardır ve ihtiyaçlarımız birden fazladır ancak ihtiyaçlarımızdan hangilerinin öncelik sahibi olduğunu bilmek gerekir. Önceliği bulunan ihtiyacımızı karşıladıkça bir üst aşamadaki ihtiyaç bizi motive ederek ihtiyacımızı kendiliğinden karşılayacaktır.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde süreç bu şekilde devam etmektedir. Bu kurama göre bireylerin beş temel ihtiyacı vardır. Bireylerin bu ihtiyacı bir hiyerarşik düzene göre yerleşmiştir. Hiyerarşinin en alt basamağında fizyolojik ihtiyaçlar yer almaktadır. Fizyolojik ihtiyaçlarımız karşılanmadan diğer ihtiyaçların karşılanamayacağı ifade edilmiştir (Önen ve Tüzün 2005).

Frederick Herzberg'in çift faktör kuramına göre ise bireyin yaptığı işte başarılı olması o işi yaparken kendisinde olan motive ve ortamdaki hijyene bağlıdır. Bireyin bir işte başarılı olabilmesi için motive edici etmenlerin oluşabilmesi verilen imkânlara bağlıdır (Önen ve Tüzün 2005).

Alderfer'in varlık, ilgililik ve gelişme kuramına göre ise Alderfer, Maslow'un ortaya atmış olduğu ihtiyaçları üç gruba ayırarak bir kategorilendirme yapmıştır. Bu ihtiyaçlar arasında belirli bir hiyerarşi yoktur. Bir ihtiyaçtan diğerine direk olarak geçilebilmektedir (Önen ve Tüzün 2005).

Mc Celland'ın kuramına göre ise bir bireyin performansını sahip olduğu başarı gösterme ihtiyacı ile açıklayabiliriz. Mc Celland'ın başarma güdüsü kuramına göre kişi bir davranışı yapabilmesi için dört grupta toplanmış ihtiyaçları karşılaması gerekmektedir. Bunlar başarma ihtiyacı, ilişki kurma ihtiyacı, güç elde etme ihtiyacı ve uzmanlık ihtiyacıdır (Önen ve Tüzün 2005).

ERG kuramına göre ise aşamalı bir şekilde ihtiyaçlarını gidermek için çalışırlar (Karslı 2015)

- ✓ **Süreç Kuramları**

Yapılan araştırmalar neticesinde süreç kuramları genel itibarlıyla aşağıda yer alan kuramlardan oluşmaktadır (Cengiz 2009, Erdem 1997, Karslı 2015).

a) Adams'ın Eşitlik Kuramı

b) Pekiştirme Kuramı

c) Vroom’un Beklenti Kuramı

d) Locke’un Amaç Kuramı

e) Skinner’in Davranış Şartlandırma Kuramı

f) Lavler ve Porter’in Geliştirilmiş Beklenti Kuramı

Süreç kuramları kapsam kuramlarının tam aksine dışssal faktörlerin önemini vurgulamaktadır (Karslı 2015). Bireyleri davranışa iten neden ihtiyaçları değildir.

Adams’ın eşitlik kuramına göre birey bir davranış gerçekleştirdikten sonra kazandırdığı etkiye bakmalıdır. Kişiler yaptıkları davranış ve iş sonunda karşılaştırma yapacak bunun karşılığında hakkı olanı isteyecektir. Pekiştirme kavramında ise birey yaptığı davranış ve iş sonucunda o işi veya davranışı tekrar yapmama kararıvermektedir. Beklenti kuramına göre bireyler davranışları ve işleri ile ilgili ödül belirler, değer biçerler bunu ifade etme biçimleri bu yöndedir. Yani motivasyon bireyin davranışa verdiği değer ile ilgilidir (Cengiz 2009).

Amaç kuramına göre ise sahip olduğumuz amaçların ulaşılabilirliği ile gösterdiğimiz motivasyon ve performans arasında bir ilişki vardır (Cengiz 2009).

2. GEREÇ VE YÖNTEM

Bu bölümde evren ve örnekleminin nasıl belirlendiği ve hangi desende tasarlandığı gösterilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın veri toplama esnasında ortaya çıkan olaylar dile getirilmiş ve veri toplama araçları açıklanmıştır. Veri analizi aşamaları ve yöntemleri de bu bölümde anlatılmıştır.

2.1. Araştırmanın Modeli

Konya Selçuk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin E-spora katılımını etkileyen motivasyon unsurları incelenmiştir.

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2019-2020 yılında Konya Selçuk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, örneklem ise Spor Bilimleri Fakültesi'nde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. E-spora katılımını etkileyen motivasyon unsurları incelenmiştir. Araştırmaya 335 kadın, 397 erkek öğrenci katılımı ile gerçeklemiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, sınıf, medeni hali, aile aylık geliri, haftalık boş zaman süresi, çalışma durumu, anne ve baba eğitim sorgulandığı kişisel filmi formu kullanılmıştır. İkinci bölümde ise Üstün ve Öz (2019)'ün geliştirmiş olduğu E-spor oyunları ile ilgilenen katılımcıların motivasyonunu etkileyen "E-spor Katılım Motivasyonu Ölçeği" kullanılmıştır.

2.3.1. E-spor Katılım Motivasyonu Ölçeği (EKMÖ)

Elektronik spor olarak ifade edilen etkinliklere katılımcıların bireysel kazanımlar elde etmek için veya sosyal amaçlar ile katıldıkları varsayılan bu etkinliklere katılıma motive eden unsurların belirlenmesi için geliştirilen "E-spor Katılım Motivasyonu Ölçeği", aktif veya pasif, amatörlük veya profesyonellik fark etmeksizin elektronik spor ile ilgilenen bireylere uygulanabilir.

EKMÖ, 47 maddeden oluşmakta ve sırasıyla taksonomik alan (15 madde), yetkinlik (10 madde), ilişkisel benlik (7 madde), rekabet ve başarı (8 madde) ve

boş zaman değerlendirme (6 madde) olarak adlandırılan 5 alt boyut içermektedir. Katılımcılar, ilgili maddeleri 5'li likert tipi derecelendirme üzerinden yanıtlamakta olup ölçekten alınabilecek en düşük puan 47 ve en yüksek puan ise 235'tir. Ölçekten alınan puanların yüksek olması ilgili alt boyutun ve unsurların bireyin motive olmasında daha etkili olduğunu ifade eder (Üstün ve Öz 2019).

2.3.2. Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların kişisel bilgilerinin yer aldığı bölümdür. Bu bölüm katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, sınıf, medeni hali, aylık hane geliri, haftalık boş zaman süresigibi kişisel bilgilerinden oluşmaktadır.

2.4. Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde elde edilen veriler tek tek incelenerek hatalı veya eksik veriler çıkartılmıştır. Değerlendirilmeye alınan ölçeklerin verilere ilişkin uç değerler gözden geçirilmiştir. Bu analizden sonra normallik ve güvenlik testleri yapılmıştır. Kolmogrow-smirnow ve Shapiro Wilk testleri neticesinde verilerin normal dağılım göstermedikleri belirlenmiştir. Veri analizi sürecinde non-parametrik testlerden ikili karşılaştırmalar için Mann Whitney U ve çoklu karşılaştırmalar için Kruskall Wallas H testi kullanılmıştır. Bu çalışmada veri çözümlenmesi Spss 24 programı ile 0.05 anlamlılık düzeyi esas alınarak sağlanmıştır.

3. BULGULAR

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgular sunulmuştur. E-spor Katılım Motivasyonu Ölçeği, katılımcıların düzeylerinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, sınıf, medeni hali, aile aylık geliri, haftalık boş zaman süresi, günlük oyun oynama süresi, çalışma durumu, anne ve baba eğitim durumu gibi katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Araştırmaya gönüllü olarak katılan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler Tablo-1' de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Cinsiyet	**N**	**%**
Kadın	335	45,8
Erkek	397	54,2
Yaş		
17-19 yaş	283	38,7
20-22 yaş	377	51,5
23 yaş ve üzeri	72	9,8
Aylık Gelir		
1500 ve altı	140	19,1
1501-2500 tl	272	37,2
2501 tl ve üzeri	320	43,7
Günlük Oyun Oynama Süresi		
1-3 saat	598	81,7
4-6 saat	89	12,2
7-9 saat	27	3,7
Haftalık Boş Zaman		
1-3 saat	105	14,3
4-6 saat	202	27,6
7-9 saat	170	23,2
10 saat ve üzeri	255	34,8
Sınıf		
2	376	51,4
3	213	29,1
4	143	19,5

**p<0,005

Tablo 1'de araştırmaya katılan katılımcıların %54,2 (n=397)'nin erkek, %45,8 (n=335)' i ise kadın olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılanların yaş aralığına bakıldığında 20-22 yaş aralığında %51,5 (n=377), 17-19 yaş aralığındakilerin %38,7 (n=283), 23ve üzeri yaş aralığındakileri %9,8 (n=72) olduğu gözlenmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirleri incelediğinde 2501tl ve üzeri %43,7 (n=320), 1501-2500tl %37,2 (n=272), 1500tl ve altı %19,1 (n=140) gelir düzeylerine sahip olduğu incelenmiştir. Araştırmaya katılanların günlük oyun oynama süresi 1-3 saat %81,7 (n=598), 4-6 saat %12,2

(n=89), 7-9saat %3,7 (n=27) olarak incelenmiştir. Araştırmaya katılanların haftalık boş zamanları 10 saat ve üzeri %34,8 (n=255), 4-6 saat %27,6 (n=202), 7-9 saat %23,2 (n=170), 1-3 saat %14,3 (n=105) olarak incelenmiştir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin sınıfları 2.sınıf %51,4 (n=376), 3.sınıf %29,1 (n=213), 4.sınıf %19,5 (n=143) olarak incelenmiştir.

Tablo 2. Günlük Boş Vakitlerini Değerlendirme Biçimine Göre E-spor Katılım Motivasyonun İncelenmesi

	Cinsiyet		Z	p
	Kadın	Erkek		
Kafe v.b. Gitmek	2,55±1,04	2,46±1,13	-1,501	0,133
Evde Aileyle Beraber Olmak	4,11±1,10	3,75±1,23	-4,286	**0,000****
Televizyon İzlemek	2,56±1,16	2,36±1,14	-2,315	**0,021***
İnternette Gezinmek	3,42±1,11	3,53±1,09	-1,261	0,207
Sosyal Medyada Vakit Harcamak	3,25±1,21	3,31±1,14	-0,760	0,447
Bilgisayar Oyunları Oynamak	1,66±1,01	2,38±1,35	-7,782	**0,000****
Ev Gezmeleri Yapmak	2,31±1,18	2,18±1,19	-1,654	0,098
Evde Arkadaşlarım İle Birlikte Olmak	3,40±1,15	3,13±1,27	-2,780	**0,005****
Film İzlemek	3,45±1,11	3,30±1,15	-1,861	0,063
Kitap Okumak	3,88±1,08	3,15±1,27	-7,893	**0,000****
Arkadaşlarım İle Dışarıda Vakit Harcamak	3,71±0,99	3,72±1,01	-0,184	0,854
Arkadaşlarımla Ev/Kafe Dışında Aktiviteler Yapmak	3,72±1,12	3,71±1,12	-0,129	0,897
Spor organizasyonlarına katılmak/ Spor yapmak	3,71±1,31	4,02±1,14	-3,112	**0,002****

Tablo 2 ‘de araştırmaya katılan katılımcıların evde aile ile beraber olmak ortalaması (Z=4,286; p<0,001) televizyon izlemek (Z=2,315;p<0,021), bilgisayar oyunları oynamak (Z=7,782;p<0,001) evde arkadaşlarım ile beraber olmak (Z=2,780;p<0,05), kitap okumak (Z=2,798;p<0,001), spor organizasyonlarına katılmak/spor yapmak (Z=3,112;p<0,002) pozitif yönde erkek katılımcılarda anlamlı çıkarken diğer seçeneklerde bir farklılaşma olmamıştır.

Tablo 3. Cinsiyete Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi

	Cinsiyet		Z	p
	Kadın	Erkek		
Taksonomik Alan	2,35±0,99	2,85±1,03	-6,445	0,000**
Rekabet ve Başarı	2,40±1,08	2,82±1,18	-4,799	0,000**
Yetkinlik	2,37±1,12	2,85±1,18	-5,240	0,000**
İlişkisel Benlik	2,25±1,09	2,65±1,08	-5,009	0,000**
Boş Zaman Değerlendirme	2,48±1,16	2,79±1,19	-3,576	0,000**

**p<0,005

Tablo 3. Cinsiyete göre E-spor katılım motivasyonları incelendiğinde alt boyutlara ait puan ortalaması cinsiyet değişkenine göre karşılaşmasını gösteren Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Bu sonuçlar cinsiyet değişkenine göre E-spor katılımcılarının Taksonomik Alan alt boyutunda (Z=-6,445; p<0,001), Rekabet ve başarı (Z=-4,799; p<001), Yetkinlik (Z=-5,240; P<0,01), İlişkisel Benlik (Z=-5,009; p<0,01), Boş Zaman Değerlendirme (Z=-3,576; p<0,01) alt boyutlarına ait puan ortalamalarının erkek öğrenciler lehine anlamlı düzeylerde farklılaştığı gözlenmiştir.

Tablo 4. Yaşa Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi

	Yaş			X^2	p	Fark
	(a) 17-19 yaş	(b) 20-22 yaş	(c) 23 yaş ve üzeri			
	X±SS	X±SS	X±SS			
Taksonomik Alan	2,54±1,03	2,68±1,04	2,64±1,11	2,531	0,282	
Rekabet ve Başarı	2,48±1,15	2,74±1,14	2,63±1,21	8,513	**0,014***	**a-b**
Yetkinlik	2,52±1,20	2,71±1,16	2,66±1,19	4,226	0,121	
İlişkisel Benlik	2,37±1,12	2,54±1,09	2,50±1,10	4,755	0,093	
Boş Zaman Değerlendirme	2,51±1,20	2,74±1,16	2,73±1,22	7,183	**0,028***	**a-b**

*p<005

Tablo 4. Yaşa göreE-spor katılım motivasyonları incelendiğinde alt boyutlara ait yaş aralığındaki farkılaşmanın Taksonomik Alanda (Z=2,531; p>005), Yetkinlik (Z=4,226; p>005), İlişkisel Benlik (Z=4,755; p>005) anlamlı düzeyde bir farkılılaşma olmadığı gözlemlenmiştir. Diğer alt boyutlara bakıldığında Rekabet ve Başarı 17-19 yaşa göre 20-22 yaş lehine (Z=2,531; p<005), Boş Zaman Değerlendirme 17-19 yaş göre 20-22 yaş aleyhine (Z=7,183; p<005), istatiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 5. Aylık Gelire Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi

	Gelir			X^2	p
	500 tl vealtı	1501-2500 tl	2501ve üzeri		
	X±SS	X±SS	X±SS		
Taksonomik Alan	2,62±0,93	2,65±1,07	2,58±1,07	0,531	0,767
Rekabet ve Başarı	2,56±1,05	2,66±1,15	2,63±1,21	0,426	0,808
Yetkinlik	2,63±1,10	2,64±1,17	2,62±1,22	0,117	0,943
İlişkisel Benlik	2,41±1,01	2,52±1,11	2,45±1,13	0,915	0,633
Boş Zaman Değerlendirme	2,60±1,13	2,69±1,19	2,63±1,21	0,500	0,779

p<005

Tablo 5. Aylık Gelire göreE-spor katılım motivasyonları incelendiğinde alt boyutlara ait gelir düzeylerinin ortalaması Taksonomik Alanda (Z=2,65; p>005), Rekabet ve Başarı (Z=2,66; p>005), Yetkinlik (Z=2,64; p>005), İlişkisel Benlik (Z=2,52; p>005), Boş Zaman Değerlendirme (Z=2,69; p>005), istatiki alarak anlamlı düzeyde farkılılaşma olmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 6. Günlük Boş Zamana Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi

	Haftalık Boş Zaman				X^2	p
	1-3 saat	4-6 saat	7-9 saat	10 saat ve üzeri		
	X±SS	X±SS	X±SS			
Taksonomik Alan	2,55±1,05	2,51±0,96	2,63±1,07	2,72±1,08	4,722	0,193
Rekabet ve Başarı	2,66±1,20	2,47±1,06	2,57±1,16	2,77±1,20	6,698	0,082
Yetkinlik	2,56±1,16	2,49±1,07	2,64±1,21	2,77±1,24	5,998	0,112
İlişkisel Benlik	2,43±1,13	2,34±1,07	2,47±1,07	2,58±1,14	4,623	0,202
Boş Zaman Değerlendirme	2,70±1,23	2,55±1,13	2,55±1,15	2,76±1,23	4,036	0,258

*p<005

Tablo 6. Günlük Boş Zamana göre E-spor katılım motivasyonları incelendiğinde günlük boş zamana göre katılım motivasyonu alt boyutuna göre Taksonomik Alan (Z=2,72; p>005), Rekabet ve Başarı (Z=2,77; p>005), Yetkinlik (Z=2,77; p>005), İlişkisel Benlik (Z=2,58; p>005), Boş Zaman Değerlendirme (Z=2,76; p>005) istatiki olarak anlamlı düzeyde farkılaşma olmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 7. Günlük Oyun Oynama Sürelerine Göre Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi

	Günlük Oyun Oynama Süreleri				X^2	p	Fark
	(a) 1-3 saat	(b) 4-6 saat	(c) 7-9 saat	(d) 10+			
	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS			
Taksonomik Alan	2,53±1,04	=±0,96	2,94±1,03	2,97±1,13	21,684	0,000**	a-b
Rekabet ve Başarı	2,54±1,14	3,03±1,12	2,88±1,20	3,21±1,37	15,911	0,000*	**a-b a-d**
Yetkinlik	2,53±1,15	3,06±1,15	3,08±1,30	3,06±1,35	20,024	0,000**	**b-c-d**
İlişkisel Benlik	2,39±1,09	2,84±1,06	2,69±1,16	2,94±1,23	15,304	0,000**	a-b
Boş Zaman Değerlendirme	2,59±1,18	2,91±1,19	2,77±1,15	3,10±1,32	6,667	**0,036***	**a-b**

*p<005

Tablo 7. Günlük Oyun Oynama Sürelerine göre E-spor katılım motivasyonları incelendiğinde günlük oyun oynama süresi katılım motivasyonu alt boyutuna göre Taksonomik Alan (Z=3,04;p<005), Rekabet ve Başarı Rekabet ve Başarı (Z=3,21;p<005), Yetkinlik (Z=3,08; p<005), İlişkisel Benlik (Z=2,94; p<005), Boş Zaman Değerlendirme (Z=3,10; p<005) istatiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu gözlemlenmiştir

Tablo 8. Sınıf Düzeylerine Göre E-spor katılım motivasyonlarının incelenmesi

	Yaş			X^2	p	Fark
	(a) 2	(b) 3	(c) 4			
	X±SS	X±SS	X±SS			
Taksonomik Alan	2,51±1,08	2,61±0,96	2,91±1,03	16,684	0,000**	a-c b-c
Rekabet ve Başarı	2,47±1,16	2,75±1,14	2,86±1,11	17,283	0,000**	**a-b a-c**
Yetkinlik	2,52±1,20	2,64±1,11	2,90±1,18	10,434	0,005**	a-c
İlişkisel Benlik	2,36±1,14	2,54±1,08	2,65±1,02	10,485	0,005**	a-c
Boş Zaman Değerlendirme	2,51±1,22	2,67±1,13	2,96±1,11	16,729	**0,000**	**a-c**

*p<005

Tablo 8. Sınıf Düzeylerine göre E-spor katılım motivasyonları incelendiğinde okullardaki sınıf düzeyleri katılım motivasyonu alt boyutu incelendiğinde Taksonomik Alan (Z=2,9;p<005), Rekabet ve Başarı Rekabet ve Başarı (Z=2,86;p<005), Yetkinlik (Z=2,90; p<005), İlişkisel Benlik (Z=2,65; p<005), Boş Zaman Değerlendirme (Z=2,96; p<005) istatiki olarak anlamlı düzeyde farkılaşma olduğu gözlemlenmiştir.

4. TARTIŞMA

Yapılan araştırmada Selçuk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerini E-spor'a katılıma motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler incelenmiştir. Bu faktörlerin kişilerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni hali, aile aylık geliri, haftalık boş zaman süresi, günlük oyun oynama süresi, çalışma durumu, anne ve baba eğitim durumuna göre farklılaşmanın olup veya olmadığına ilişkin verilere eğer varsa hangi yönde olduğu incelenmiştir. Bu veriler ışığında çalışmaya katılınlar katılımcıların sayısı 732 kişidir.

Araştırma 397 erkek (%54,2) ve 335 kadın (%45,8) katılımcıdan oluşmaktadır. Bu durumda erkek katılımcı sayısı kadın katılımcı sayısından fazladır. Katılımcılar 17-19 yaş arası 283 (%45,8), 20-22 yaş arası 377 (51,5), 23 yaş ve üzeri 72 (9,8) yaşlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların çoğunluğu 20-22 yaş arası katılımcılarından oluşmaktadır. Erboy ve Vural (2010) yılında yaptıkları araştırmada, dijital oyun bağımlığının cinsiyet değişkeninde anlamlı bir farklılık olduğunu tespit etmişlerdir. Genel olarak erkeklerin lehine anlamlı bir farkındalık olduğu ifade edilmiştir. Bizim çalışmamızla paralel bir sonuç elde edilmiştir. Toplumumuzda kadınların iş yükünün fazla olması boş zaman kavramının kısıtlılığı erkek katılımcıların fazlalığını arttırmıştır.

Katılımcılardan aile aylık gelir durumu incelendiğinde 1500 ve altı arası gelire sahip olanlar 140 katılımcı %19,1 oranla ile en düşük grubu oluştururken, 1501-2500 TL arasında gelire sahip olanlar 272 katılımcı %37,2, 2501 TL ve üzeri gelire sahip 320 katılımcı %43,7 oranla en yüksek grubu oluşturmaktadır. Aile aylık gelir düzeyinin E-spora katılım motivasyonunu etkilemediği fakat literatürdeki bazı çalışmaların bulgularımızın aksine motivasyonu etkilediği görülmektedir. Akköse (2020) yaptığı çalışmada öğrencilerin aylık gelir durumu bizim çalışmamızla benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır.

Toraman ve Usta (2018) ortaokul öğrencilerine yaptğı çalışmada öğrencilerin aylık gelir düzeylerinin dijital oyun bağımlığında anlamlı farklılıklar olduğunu tespit etmiştir. İnal ve Çağıltay (2005) yaptıkları araştırmada öğrencilerin sosyo-ekonomik durumların dijital oyunlara karşı tutumlarını etkileyen faktörlerden biri olduğunu vurgulamıştır**.** Ocak (2020) yaptığı araştırmada katılımcıların aylık gelir düzeyinin dijital oyunlara katılımlarınında herhangi bir farkındalık olmadığı sonucunu elde etmişlerdir.

Katılımcıların günlük oyun oynama süresi durumu incelendiğinde 1-3 saat arası oyun oynayanlar 598 katılımcı %81,7 oranla ile en yüksek grubu oluştururken, 4-6 saat arasında oyun oynayanlar 89 katılımcı %12,2, 7-9 saat arası oyun oynayanlar 27 katılımcı %3,7 oranla en düşük grubu oluşturmaktadır. Hazar ve ark (2017) yapılan çalışmada ortalama oyun oynama süresine göre anlamlı farklılık göstermediği bu çalışmanın tam aksine Akköse (2020)' de yapmış olduğu çalışmada dijital oyun oynama 1-2 saat aralığının bizim çalışmamızla paralel bir sonuç elde edilmiştir. E-spor oyun oynama sürelerinde 1-3 saat arasında oyun oynayan katılımcıların level atlama, ödül kazanma ve ödül duygularını pekiştirdiği de söylenebilir.

Katılımcıların haftalık boş zaman durumu incelendiğinde 1-3 saat arası haftalık boş zamanı olan 105 katılımcı %14,3 oranla ile en düşük grubu oluştururken, 4-6 saat arasında boş zamanı olan 202 katılımcı %27,6, 7-9 saat arası boş zamanı olan 170 katılımcı %23,2, 10 saat ve üzeri boş zamanı olan 255 katılımcı %34,8 oranla en yüksek grubu oluşturmaktadır.

Katılımcıların sınıf durumu incelendiğinde 2 sınıf düzeyi olan 376 katılımcı %51,4 oranla ile en yüksek grubu oluştururken, 3 sınıf düzeyi olan 213 katılımcı %29,1, 4 sınıf düzeyi olan 143 katılımcı %19,5 en düşük grubu oluşturmaktadır. Demir ve Hazar (2018) yapmış olduğu çalışma da sınıf düzeylerinde dijital oyun motivasyonu arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmiştir. Buna paralel olarak Bozkurt ve Tamer (2020) yaptıkları çalışmada sınıf değişkenine göre anlamlı bir farkındalık elde etmişlerdir. Demirel (2019) lise öğrencilerine (9,10,11,12) sınıflar, dijital oyunlara katılım çalışmasında sınıf düzeylerinin katılımı pozitif yönde anlamlı bir farkındalık sağlanmıştır. Öncel ve Tekin (2015) yapmış oldukları çalışma da çeşitli değişkenlere göre öğrencilerin sınıf düzeyleri ve oyun bağımlılıkları düzeylerinde de anlamlı bir farkındalık tespit edilmiştir.

Araştırmanın cinsiyet değişkeni ile bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler ile evde aile ile beraber olma maddesinde (.000) düzeyinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırmadan çıkan sonuca bakıldığında kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre evde aile ile beraber olma maddesinde çoğunluk gösterdiği görülmektedir. Ocak (2020)'de yaptığı araştırmada cinsiyet değişkenine göre erkek dijital oyun seyirci sayısının fazla

olması başarı ile daha fazla övündükleri, oyunları izlerken daha fazla heyecan duygu yaşadıkları ve daha haz aldıklarını belirlemişlerdir.

Araştırmanın cinsiyet değişkeni ile bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler ile tv izleme maddesinde (.021) düzeyinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırmadan çıkan sonuca bakıldığında kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre tv izleme maddesinde çoğunluk gösterdiği görülmektedir. Televizyon teknolojisinin hayata katılımı ile birçok sinema, dizi ve spor müsabakalarının daha ulaşabilir olmaları aile içinde önemli bir etkinlik ortaya çıkarmaktadır. Özellikle spor kanallarının fazlalığı ve dünyaya kapı aralaması ile bireylerin E-spora katılımını arttırmaktadır. Çalışkanol (2020)'un yaptığı araştırmaya göre E-sporun ulaşılabilirliği geleneksel sporlardan daha kolay olduğunu ve internet, televizyondan anında izlenebilmesi E-sporun takip eden kişi sayısınını arttırmaktadır.

Araştırmanın cinsiyet değişkeni ile bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler ile bilgisayar oyunları oynamak maddesinde (.000) düzeyinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırmadan çıkan sonuca bakıldığında erkek katılımcıların, kadın katılımcılara göre bilgisayar oyunları oynamak maddesinde çoğunluk gösterdiği görülmektedir. Akköse (2020)'ye göre bilgisayar oyunu oynamak ile aktivitelere katılımlar arasında ilişki bulunmaktadır.

Araştırmanın cinsiyet değişkeni ile bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler ile evde arkadaşlarım ile birlikte oynamak maddesinde (.005) düzeyinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırmadan çıkan sonuca bakıldığında kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre evde arkadaşlarım ile birlikte oynamak maddesinde çoğunluk gösterdiği görülmektedir. Taşkıran (2019)'nın yaptığı araştırmada çıkan sonuçlara göre yapılmış olan araştırma ile örtüştüğü görülmektedir.

Araştırmanın cinsiyet değişkeni ile bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler ile spor organizasyonlarına katılmak/spor yapmak maddesinde (.002) düzeyinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırmadan çıkan sonuca bakıldığında erkek katılımcıların, kadın katılımcılara göre spor organizasyonlarına katılmak/spor yapmak maddesinde çoğunluk gösterdiği

görülmektedir. Kadın katılımcıların gerek arkadaş çevreleri ile iletişimleri, oluşan boş zamanları sonucunda spor yapma oranları daha yüksek görülmektedir.

Araştırmanın cinsiyet değişkeni ile bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler ile kitap okuma maddesinde (.000) düzeyinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırmadan çıkan sonuca bakıldığında kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre kitap okuma maddesinde çoğunluk gösterdiği görülmektedir. Kadınların kendilerini her alanda gelişime önem vermeleri, merak duyguları sonucu etkilemektedir.

Araştırmanın cinsiyet değişkeni ile bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler ile taksonomik alan, rekabet ve başarı, yetkinlik, ilişkisel benlik ve boş zaman değerlendirme alt boyutları arasında (.000) düzeyinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Yazıcı ve Zümrüt (2018) yaptığı araştırmaya göre ise cinsiyet değişkeninde farklılıklar görülmektedir.

Araştırma da kullanılan yaş değişkenin verileri incelendiği zaman bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler alt boyutlarından olan rekabet ve başarı (,014), boş zaman değerlendirme (,028), ile aralarında anlamlı farklılık bulunmuştur. Katılımcıların yaşları incelendiği zaman kişilerin yaşları ilerledikçe rekabet ve başarı duygusu, boş zaman değerlendirme aktivitelerini etkilemektedir. Hazar (2018)'ın yaptığı araştırma da yaş değişkenine ile motivasyon arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır. Dijital oyun oynama alt boyutunda özellikle ilişki görüldüğü belirtilmiştir.

Araştırmada kullanılan günlük oyun oynama süreleri verileri incelediğinde bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler alt boyutlarından olan taksonomik alan (,000), rekabet ve başarı (,000), yetkinlik (,000), ilişkisel benlik (,000) ve boş zaman değerlendirme (,036) ile aralarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Oyun saati ilerledikçe katılımcılar arasında rekabet ve başarı duygusu, yetkinlik duygusu, ilişkisel benlik, taksonomik alan ve boş zaman değerlendirme alanları etkilenmektedir.

Araştırmada kullanılan sınıf düzeyi verileri incelediğinde bireyleri E-spor'a katılmaya motive eden unsurların belirlenmesine etki eden faktörler alt boyutlarından olan taksonomik alan (,000), rekabet ve başarı (,000), yetkinlik (,005), ilişkisel benlik (,005) ve boş zaman değerlendirme (,000) ile aralarında istatistiksel olarak anlamlı

farklılık bulunmuştur. Sınıf düzeyi arttıkça kişilerin farkındalıkları yükseldikçe rekabet ve başarı duygusu, yetkinlik duygusu, ilişkisel benlik, taksonomik alan ve boş zaman değerlendirme alanları etkilenmektedir. Akköse (2020)'ye göre sınıf düzeyleri ile fiziksel aktivitelere katılım arasında ilişki bulunmayarak çalışmanın aksine sonuç belirtilmektedir Katılımcılar sınıf düzeyine göre E-spora katılımında sosyal ortamlarının da etkisi görülmektedir. Gelişen teknolojinin ve etkinliklerin bu sınıf düzeylerine hitap etmesi de olumlu yönde etkilemektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireyleri E-spor'a Katılıma Motive Eden Unsurları etkileyen faktörler incelenmiştir. Bu faktörler belirli kriterlere göre değişmektedir. Bu kriterlerin içinde olan cinsiyet değişkeni incelendiğinde E-spor'a katılıma motive eden unsurlar kadın katılımcılarda erkek katılımcılara oranla daha düşük olduğu görülmüştür. Bunun sebebi ise kadınların ve erkeklerin görev sorumluluklarının farklılıkları, arkadaş ortam farklılığı gösterilmektedir.

Araştırmanın yaş değişkeni incelendiğinde E-spor'a katılıma motive eden unsurlar 20-25 yaş katılımcılarda diğer yaş grubu katılımcılara oranla daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu yaş aralığının sosyal çevrelerinde aktif olmaları, genç yaş kategorilerinde olmaları etkili olmaktadır. Bu yaş grubunun eğitimlerine devam etmelerinden dolayı zamanlarının fazla olması ve görevlerinin az olması etkili olmaktadır.

Araştırmanın aylık gelir değişkeni ve günlük boş zaman değişkenini incelendiğinde E-spor'a katılıma motive eden unsurlar arasında herhangi bir ilişki görülmemiştir.

Araştırmanın günlük oyun oynama süreleri değişkeni incelendiğinde E-spor'a katılıma motive eden unsurlar 7-9 saat oyun oynayan katılımcılarda diğer katılımcılara oranla daha yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların teknoloji ile gelişen platformlarda daha ilgi çekici unsurları görmeleri oyun oynama oranın artırmaktadır. Dijital platform oyunlarının her alanlara hitap etmesi E-spora motivasyonlarını yüksek tuttuğu görülmüştür. Özellikle online oynan oyunların e-spora katkısı olmaktadır.

Araştırmanın sınıf değişkeni incelendiğinde E-spor'a katılıma motive eden unsurlar sınıf düzeyi 4 olan katılımcılarda diğer katılımcılara oranla daha yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların bulundukları sosyal alanları ve sınıf düzeyleri artıkça etkileşim artmaktadır. Daha fazla içeriğe ulaşmada sınıf düzeyi arttıkça E-spor etkinlikleri de artmaktadır.

Üniversite yönetimine yönelik öneriler;

- ✓ Üniversite yerleşkelerinde ki platformların içeriklerine her bireye hitap edecek şekilde düzenlenebilir.
- ✓ Öğrencilerin aldıkları derslerin içeriklerine E-spor etkinlikleri eklenebilir.
- ✓ Her yaş grubuna hitap edecek dijital içerikler programlara eklenebilir.
- ✓ Kişilerin E-spor etkinlerinde daha etkili olmaları sağlanarak oyun oynama, teknolojik platformları daha etkili kullanmaları sağlanabilir.
- ✓ E-spor etkinliklerinin daha uygun maliyette tutulması katılımı olumlu etkileyecektir.

Aileye yönelik öneriler;

- ✓ Ailenin çocuklarına E-spor hakkında bilgilendirme yapabilirler.
- ✓ Aileler E-spor hakkında bilgiler edinerek daha yararlı içerikler bulabilirler.
- ✓ Aileler çocuklarına kaliteli dijital içerikleri önermenin yanında kendileri de katılarak örnek davranış gösterebilirler.
- ✓ Sosyal platformları takip ederek yeni gelişmelerden haberdar olarak çocuklarını yönlendirebilirler.

Katılımcılara yönelik öneriler;

- ✓ E-spor kaynakları taranarak gelişim olumlu etkileyecek kaynaklar kullanılabilir.
- ✓ Sosyal platformlardan E-spor kaynakları takip edilebilir.
- ✓ Ücretsiz E-spor dijital platformlar araştırılıp kullanabilir.

6.KAYNAKLAR

Aaker JL, 1997. Dimensions of Brand Personality. Journal of Marketing Research, 34, 347–356.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı 2017.Dijital Dünyada Rekabet, E-spor ve Topluluk Yönetimi Çalıştayı Sonuç Raporu, Ankara, s.2.

Akköse HN, 2020. Lise Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Motivasyonları ile Fiziksel Aktiviteye Katılım Motivasyonlarının İncelenmesi Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Ankara.

Aydın B, 2007. Fen bilgisi dersinde içsel ve dışsal motivasyonun önemi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bayraktar C, 2003. Sosyal yapı özelliklerinin spora etkisi. Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1, 19-36.

Bozkurt TM, Tamer K 2020. Dijital oyun motivasyonu ile beden kitle indeksi ilişkisi. Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 5(2), 105-120.

Brakus JJ, Schmitt BH, Zarantonello L, 2009. Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty? Journal of Marketing, 73,52-68.

Cambrand, Mikael, Erik L, Kallin L, 2014."Finding Triggers For Innovation Within eSports", Yayınlanmamış Lisans Tezi. Mälardalen University.

Can Ö, 2018. Ts and Gaming Houses in Turkey: Gender, Labor, and Affect.Yüksek Lisans Tezi, Koç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Cengiz E, 2009. ARCS motivasyon modelinin fen ve teknoloji dersinde öğrencilerin başarısına ve öğrenmenin kalıcılığına etkisi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

Çalışkan F, 2020.E-sporcuların Oyun Oynama Süresinin El Becerisi, El Reaksiyon Zananı, El ve Parmak Kavrama Kuvveti Üzerine Etkisi ile UluslararasınOyuncu Sıralması Araındaki İlişkisi Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

ÇHGM 2017. Dijital Dünyada Rekabet, E-spor ve Topluluk Yönetimi Çalıştayı Sonuç Raporu, Erişim: 2 Nisan 2018, http://cocukvebilgiguvenligihaftasi.com/bilimsel-program/calistaylar/

Deci EL, Ryan, RM, 2000. The" what" and" why" of goal pursuits: Human needs and the selfdetermination of behavior. Psychological Inquiry, 11(4), 227-268.

Demir GT, Cicioğlu Hİ, 2018. Fiziksel aktiviteye katilim motivasyonu ile dijital oyun oynama motivasyonu arasındaki ilişkinin incelenmesi. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 17(3), 23-34.

Demir GT, Hazar Z, 2018. Dijital oyun oynama motivasyonu ölçeği (doomö): geçerlik ve güvenirlik çalışması. Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 12(2).

Demirel H. G, Cicioğlu, H. İ, Demir G. T. 2019. Lise öğrencilerinin dijital oyun oynama motivasyonu düzeylerinin incelenmesi. Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 21(3), 128-137. Demographic Differences. International Journal of Human Science, 11(1), 373-386.

Doğaner S, Balcı V, 2017. Ankara üniversitesi öğrencilerinin serbest zamanlarında egzersize katılma sıklıkları ve nedenleri. SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 15(3), 119-128.

Erboy E, Vural RA, 2010. İlköğretim 4 ve 5 sınıf öğrencilerinin bilgisayar oyun bağımlılığını etkileyen faktörler. Ege Eğitim Dergisi, 11(1), 39-58.

Ercan L, 2001. Motivasyon- güdülenme, sınıf yönetiminde yeni yaklaşımlar. Ankara: Nobel.

Erdem AR, 1997. İçerik kuramları ve eğitim yönetimine katkıları. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, (3), 68-76

Erişim a alındığı tarih; 22.03.2020. https://www.61saat.com/espor/index.php/2019.01.19/turkiyede-enbasarilie-spor-takimlari/

Erişim b alındığı tarih; 24.01.2020https://webrazzi.com/2018.04.12/bausupermassive-nevzat-aydindanve-bahcesehir-okullarindan-yatirim-aldi/

Erişim c alındığı tarih; 06.04.2020, https://tr.wikipedia. org/wiki/Royal_Youth

Erişim d alındığı tarih; 17.04.2020, https://tr.wikipedia.org/ wiki/Galakticos

Erişim e alındığı tarih;17.04.2020, https://tr.wikipedia. org/wiki/Galakticos

Erişim f alındığı tarih;18.03.2020, https://www.cnnturk.com/teknoloji/galatasaray-e-spor-takimikuruldu

Erişim g alındığı tarih; 02.01.2020, https://www.facebook.com/pg/ dpgaming/about/

Erişim h alındığı tarih; 18.02.2020, https://elektrospor. com/dogus-universitesi-aurora-takimi-kimdir/

Erişim ı alındığı tarih ;07.03.2020 https://www.simplypsychology.org//

Erişim k alındığı tarih; 10 Ekim 2020 WM Aracı E-spor Nedir?. (t.y.). https://wmaraci.com/nedir/E-spor

Erişim l alındığı tarih 17 Ekim 2020Bursaspor Şampiyonluk Ligindeyiz! 2020. https://www.bursaspor.org.tr/bs//haber?id=23743 ss.34-47.

Foer F, 2004. Futbol Dünyayı Nasıl Açıklar? Istanbul: İthaki.

GSB 2018. Federasyonlar. Erişim: 20 Temuz 2018, http://www.gsb.gov.tr/Federasyonlar?p=4

GSB 2018:9. E-spor Raporu, Gençlik Araştırmaları Haber Bülteni, Ankara: Eğitim,Kültür ve Araştırma Genel Müdürlüğü.

Gül İ, Kızılırmak I, Güler E, Yardı Z, 2017. "Fuar Turizmi Kapsamında Oyun Fuarları: Gaming İstanbul Örneği". Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 2, 101-120.

Güngörmüş HA, 2007. Özel sağlık-spor merkezlerinden hizmet alan bireyleri rekreasyonel egzersize güdüleyen faktörler. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara.

Hazar Z, Tekkurşun DG, Dalkıran H, 2017. Ortaokul öğrencilerinin geleneksel oyun ve dijital oyun algılarının incelenmesi: karşılaştırmalı metafor çalışması. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 15(4), 179-190.

Hewitt E, 2014. Will Esports Ever Become Widely Accepted As Official Sports And How Will They Affect The Way We Entertain Ourselves If They Do? In Computers For Everyone, 81-83.

Hope A, 2014. The Evolution of the Electronic Sports Entertainment Industry and Its Popularity. In Computers For Everyone, 87-89.

İnal Y, Çağıltay K, 2005. Türk ilköğretim okulu öğrencilerinin bilgisayar oyunu özellikleri. Uluslararası Bilişim Kongresi'nde sunulmuş bildiri, ODTÜ, Ankara.

Juul J, 2003. The Game, The Player, The World-Looking for a Heart of Gameness. Digital Games Research Conference, Utrecht.

Karjaluoto H, Munnukka J, Salmi M, 2016. How Do Brand Personality, Identification and Relationship Length Drive Loyalty In Sports? Journal of Service Theory and Practice, 26, 50

Karslı G, 2015. ARCS motivasyon yönteminin 8. sınıf hücre bölünmesi ve kalıtım ünitesinde öğrencilerin motivasyonu, başarısı ve tutumlarına etkisi. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ağrı.

Kartal C, 2018. E-spor Nedir: Tarihinden Günümüze Kadar Gelişimi. 2018. https://playerbros.com/kisacaespor-nedir/ 10 Ekim.

Kaya R, 2013. Gençlik Müzik Festivallerinin Oyun Bilimsel Değerlendirmesi; Oyunbazlar, Aylaklar, Curcunabazlar. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Keller C, 2015. November 6). 8 Waysto Reach theeSports Consumer Today. *Aralık 21, 2017*

Kocadağ M, 2017. "Elektronik Spor Kariyeri ve Eğitim", Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi, Cilt.1, Sayı.2, s.51.

Koçyiğit B, 2017. Ajansspor. Espor Nedir? https://ajansspor.com/haber/espornedir-bora-kocyigitanlatti-134454 (10 Ekim 2018)

Konter E, 1995. Sporda motivasyon. İzmir: Saray Tıp.

Konter E, 2004. Antrenörlük ve takım psikolojisi. Ankara: Palme.

Laakkonen, Juuso 2014. "Business Models In Esports", Yayınlanmamış Lisans Tezi**.** Turku University of Applied Sciences, International Business.

Lee, Donghun ve Linda J, Schoenstedt 2011. "Comparison of eSports and Traditional Sports Consumption Motives", Journal of Research. Vol.6, No.2, February 2011, ss.39-44.

Levine Y, 2018. Surveillance valley: The secret military history of the Internet. PublicAffairs Mcleod S.A 2017.Maslow'o hierarchy of needs. Retrieved from. https://www.simplypsychology.org/maslow.html adlı internet adresinden ulaşılmıştır.

NewDeci EL, Ryan RM, 2000. The" what" and" why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. Psychological Inquiry, *11*(4), 227-268. zoo, (2015). The Global Growth of Esports Towards.

Newzoo 2017 Global Games Market Report - Trends, Insights and Projections Toward 2020

Nicholls JG, Roberts 1992. The general and the specific in the development and expression of achievement motivation. Motivation in Sport and Exercise, 31-56.

Ocak MH, 2020. Geleneksel Spor ve E-spor Seyircilerinin İzleyici Profilleri ve Tercih Nedenlerinin Karşılaştırması Yüksek Lisans Tezi, Bolu İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bolu.

Öncel M, Tekin A, 2015. Ortaokul öğrencilerinin bilgisayar oyun bağımlılığı ve yalnızlık durumlarının incelenmesi. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 2(4), 7-17.

Önen L, Tüzün MB. 2005. Motivasyon. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Öz ND, Üstün F, 2019. E-Spor Katılım Motivasyonu Ölçeğinin (EKMÖ) geçerlilik ve güvenirlik çalışması. Türk Spor Bilimleri Dergisi, 2(2), 115-125.

Özbaydar S, 1983. İnsan Davranışının Sınırları ve Spor Psikolojisi. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Özşahin D, 2018.Elektronik Spor Diğer Adıyla E-spor Nedir?, (t.y.), http://dorukozsahin.com/elektronik-spor-diger-adiyla-E-spor-nedir/ 20 Ekim, par.5.

Özşahin D, Elektronik Spor Diğer Adıyla E-spor Nedir?. (t.y.). http://dorukozsahin.com/elektronikspor-diger-adiyla-E-spor-nedir (20 Ekim 2018).

Sun 2017, Yaoyao. "Motivation To Play Esports: Case of League of Legends", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of South Carolina, College of Hospitailty, Retail and Sport Management

Şimşek B, 2020. E-sporcuların Online Oyunlarda Harcadıkları Zamanla Obezite Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Yüksek Lisans Tezi, Gedik Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

Taşkıran İB, 2019. Bir Halkla İlişliler Aracı Olara E-spor Sponsorluğunun Marka Bilinirliği İle İlişkisi;Bir Örnek Olay İncelemesi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.

Toraman L, Usta E, 2018. Ortaokul öğrencilerinin dijital yerli ve siber zorba olma durumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 37(2), 57-77.

Üçüncüoğlu M, Çakır VO, 2017."Modern Spor Kulüplerinin E-spor Faaliyetlerine İlgi Gösterme

Wagner MG, 2006 . On the scientific relevance of esports. In International conference on internet computing. pp. 437-442.

Yazıcı, Zümrüt T, 2018. Yeni bir dünya: Espor - espor ve futbol kitlelerinin karşılaştırması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü.

7.EKLER

EK-A ETİK KURUL ONAYI

Evrak Tarih ve Sayısı: 04/07/2019-E.62751

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Spor Bilimleri Fakültesi Dekanlığı

Sayı : 40990478-050.99/
Konu : Etik Kurul Kararı

Sayın Doç. Dr. Ekrem BOYALI

"Bireyleri E-spora Katılıma Motive Eden Unsurların Belirlenmesi" isimli yüksek lisans tez projesi ile ilgili Fakültemiz Etik Kurulu'nun almış olduğu 28.06.2019 tarihli karar ekte verilmektedir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır
Prof. Dr. Mehmet Bozkurt ATAMAN
Dekan V.

Ek : Etik Kurul Kararı

Evrakı Doğrulamak İçin : https://evrakdogrulama.selcuk.edu.tr/enVision-Sorgula/Validate_Doc.aspx?V=BE8AK0BNY
Selçuk Üniversitesi SBF Alaeddin Keykubad Kampüsü, Konya-Türkiye
Bilgi için: Ahmet ÇİFCİ Faks:3322411607
e-Posta :info@selcuk.edu.tr Elektronik Ağ :www.selcuk.edu.tr selcukuniversitesi@hs01.kep.tr

EK-C Bireyleri E-spor'a Katılıma Motive Eden Unsurların Belirlenmesi

Değerli katılımcı, elinizdeki ölçek E-spor katılım motivasyonunuzun belirlenmesiyle ilgili akademik bir çalışmada kullanılacaktır. Sorulara içtenlikle cevap vermeniz araştırmanın amacına ulaşabilmesi için önemli bir faktördür. ***Verdiğiniz bilgiler kesinlikle gizli tutulacak ve bu araştırma dışında kullanılmayacaktır. Yardımlarınız için teşekkür ederiz.***

Özlem Bağış
Selçuk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon Bölümü

Cinsiyet: Kadın ( ) Erkek ( )	**Yaş: ……..**	**Eğitim Durumu: ……**	**Sınıf: …**
Medeni Hal	Evli ( ) Bekâr ( )		
Aile Aylık Geliri	( ) 1500 TL ve altı	( ) 1501-2500 TL	( ) 2501 TL ve Üstü
Haftalık Boş Zaman Süreniz	**( )** 1-3 saat **( )** 4-6 saat **( )** 7-9 saat **( )** 10 saat ve üstü		
Günlük oyun oynama süreniz	**( )** 1-3 saat **( )** 4-6 saat **( )** 7-9 saat **( )** 10 saat ve üstü		
Çalışma Durumu	( ) Part-time ( ) Tam Zamanlı ( ) Çalışmıyorum		
Anne Eğitim Durumu	( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Üniversite		
Baba Eğitim Durumu	( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Üniversite		

Günlük Boş Vakitlerinizi Nasıl Değerlendirirsiniz?Önem derecesini aşağıdaki ölçeğe göre değerlendiriniz
1: Kesinlikle Önemsiz 2: Önemsiz 3: Kısmen Önemli 4: Önemli 5: Kesinlikle Önemli

	1	2	3	4	5
Kafe v.b. Gitmek	( )	( )	( )	( )	( )
Evde Aileyle Beraber Olmak	( )	( )	( )	( )	( )
Televizyon İzlemek	( )	( )	( )	( )	( )
İnternette Gezinmek	( )	( )	( )	( )	( )
Sosyal Medyada Vakit Harcamak	( )	( )	( )	( )	( )
Bilgisayar Oyunları Oynamak	( )	( )	( )	( )	( )
Ev Gezmeleri Yapmak	( )	( )	( )	( )	( )
Evde Arkadaşlarım İle Birlikte Olmak	( )	( )	( )	( )	( )
Film İzlemek	( )	( )	( )	( )	( )
Kitap Okumak	( )	( )	( )	( )	( )
Arkadaşlarım İle Dışarıda Vakit Harcamak	( )	( )	( )	( )	( )
Arkadaşlarımla Ev/Kafe Dışında Aktiviteler Yapmak	( )	( )	( )	( )	( )
Spor organizasyonlarına katılmak/ Spor yapmak	( )	( )	( )	( )	( )

Oyunları hangi yolla oynuyorsunuz, işaretleyiniz.

Masaüstü/Dizüstü PC	**( )**
Cep telefonu (Mobil oyunlar)	( )
Tablet	( )
Cihazdan Bağımsız Oyunlar (İnternet ara yüzleri ile oynanabilen)	( )
Konsol Oyunları (Playstation, Xbox vs.)	( )

Oynadığınız oyun türlerini işaretleyiniz

Aksiyon	**( )**
Savaş	( )
Dövüş	( )
Çok oyunculu savaş arenası (LOL vs.)	( )
Macera (Longest Journey vs.)	( )
Strateji (Starcraft, Silent hill vs.)	( )
Platform (Super Mario, Lion King vs.)	( )

Spor (Fifa, Pes)	( )
Yönetim, Kurma/İnşaa oyunları (Simcity)	( )
Yarış/Araba oyunları (Need for Speed)	( )
Simulasyon (Formula 1)	( )
Kart ve Aile Oyunları	( )

(1: Kesinlikle Önemsiz 2: Önemsiz 3: Kısmen Önemli 4: Önemli 5: Kesinlikle Önemli)

	1	2	3	4	5
1. Spor video oyunları oynuyorum, çünkü duygularımı uyarıyorlar	( )	( )	( )	( )	( )
2. Spor video oyunları beni sürekli tetikte tutuyor	( )	( )	( )	( )	( )
3. Spor video oyunları oynamanın adrenalin düzeyimi yükselttiğini hissedebiliyorum.	( )	( )	( )	( )	( )
4. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar	( )	( )	( )	( )	( )
5. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum	( )	( )	( )	( )	( )
6. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	( )	( )	( )	( )	( )
7. E-spor aktivitelerine katıldığımda spor bilgimi de kullanabiliyorum.	( )	( )	( )	( )	( )
8. Bilgimi kullanarak oyuncuları ve takımları seçiyorum.	( )	( )	( )	( )	( )
9. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor.	( )	( )	( )	( )	( )
10. E-spor' da stratejilerimi simüle ederim	( )	( )	( )	( )	( )
11. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum	( )	( )	( )	( )	( )
12. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum	( )	( )	( )	( )	( )
13. İlgilendiğim spor dalı ile ilgili aktivite olmadığında E-spor formatındaki içeriğe yöneliyorum	( )	( )	( )	( )	( )
14. En sevdiğim spor bir E-spor oyununa uyarlandı.	( )	( )	( )	( )	( )
15. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor.	( )	( )	( )	( )	( )
16. E-spor ile düşünce becerilerim gelişiyor	( )	( )	( )	( )	( )
17. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum	( )	( )	( )	( )	( )
18. E-sporda kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum	( )	( )	( )	( )	( )
19. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor	( )	( )	( )	( )	( )
20. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor	( )	( )	( )	( )	( )
21. E-spora katılım ile yaşamım daha ilgi çekici bir hale geldi	( )	( )	( )	( )	( )
22. E-spor becerilerimi geliştiriyor	( )	( )	( )	( )	( )
23. E-spora yeteneğim olduğu için oynuyorum	( )	( )	( )	( )	( )
24. E-spor aktiviteleri beni tatmin ediyor	( )	( )	( )	( )	( )
25. E-spor'daki oyunları oynamak, gerçek oyunlar için becerilerimi de öğrenmeme yardımcı oluyor	( )	( )	( )	( )	( )
26. E-spor ilgimi çekiyor	( )	( )	( )	( )	( )
27. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum	( )	( )	( )	( )	( )

28. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum	( )	( )	( )	( )	( )
29. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum	( )	( )	( )	( )	( )
30. E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor	( )	( )	( )	( )	( )
31. Takım çalışmasını sevdiğim için oynuyorum	( )	( )	( )	( )	( )
32. E-spor aktiviteleri yeni bir sosyal çevre oluşturmak için bir iyi bir ortam yaratır	( )	( )	( )	( )	( )
33. Arkadaşlarım ile ortak oyun sürdürdüğümüz için oynuyorum	( )	( )	( )	( )	( )
34. Rekabeti Seviyorum	( )	( )	( )	( )	( )
35. E-spordaki ödülleri kazanmayı seviyorum	( )	( )	( )	( )	( )
36. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor	( )	( )	( )	( )	( )
37. E-spor bana popülerlik kazandırıyor	( )	( )	( )	( )	( )
38. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için oynamayı seviyorum	( )	( )	( )	( )	( )
39. Birine karşı kaybettiğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum	( )	( )	( )	( )	( )
40. E-spor ‘da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli	( )	( )	( )	( )	( )
41. E-spor ’da başarılı olduğum için oynuyorum.	( )	( )	( )	( )	( )
42. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor sağlıyor	( )	( )	( )	( )	( )
43. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum	( )	( )	( )	( )	( )
44. E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.	( )	( )	( )	( )	( )
45. E-spor diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok beni oyalar/ daha çok dikkatimi dağıtır.	( )	( )	( )	( )	( )
46. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar.	( )	( )	( )	( )	( )
47. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum	( )	( )	( )	( )	( )

8. TURNİTİN RAPORU

BİREYLERİ E-SPOR'A KATILIMA MOTİVE EDEN UNSURLARIN BELİRLENMESİ

Yazar Özlem Bağış

Gönderim Tarihi: 12-Haz-2021 03:54PM (UTC+0300)
Gönderim Numarası: 1605193826
Dosya adı: zlem_turnitin.docx (55.69K)
Kelime sayısı: 7934
Karakter sayısı: 56385

BİREYLERİ E-SPOR'A KATILIMA MOTİVE EDEN UNSURLARIN BELİRLENMESİ

ORİJİNALLİK RAPORU

%19	%18	%2	%12
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	dergipark.gov.tr İnternet Kaynağı	%5
2	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	%4
3	www.guvenliweb.org.tr İnternet Kaynağı	%4
4	tr.wikipedia.org İnternet Kaynağı	%1
5	tesfed.gov.tr İnternet Kaynağı	%1
6	sefabelli.wordpress.com İnternet Kaynağı	<%1
7	Submitted to The Scientific & Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) Öğrenci Ödevi	<%1
8	Submitted to Mugla University Öğrenci Ödevi	<%1

Submitted to Eskisehir Osmangazi University