

MERTKAN ÜÇÜNÇÜOĞLU

BİLGİ TOPLUMUNUN SPORİF BİR YANSIMASI
OLARAK ESPOR VE MODERN SPOR İLE ETKİLEŞİMİ

İSTANBUL, 2018



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ - CERRAHPAŞA
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS TEZİ

BİLGİ TOPLUMUNUN SPORİF BİR YANSIMASI
OLARAK ESPOR VE MODERN SPOR İLE ETKİLEŞİMİ

MERTKAN ÜÇÜNCÜOĞLU

DANIŞMAN
DOÇ. DR. SELÇUK BORA ÇAVUŞOĞLU

SPOR YÖNETİM BİLİMLERİ
SPOR YÖNETİCİLİĞİ

İSTANBUL-2018

TEZ ONAYI

Bu çalışma 28.12.2018 Tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı, Spor Yönetim Bilimleri Tezli Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ

Doç. Dr. Selçuk Bora ÇAVUŞOĞLU
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
Spor Bilimleri Fakültesi



Prof. Dr. Bilge DÖNÜK
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
Spor Bilimleri Fakültesi



Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SOYAL
İstanbul Gelişim Üniversitesi
BESYO

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün safhalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığı beyan ederim.

Mertkan Üçüncüoğlu



İTHAF

Spor ile olan yüksek ilgimde büyük pay sahibi olan babam Ünal ÜÇÜNCÜOĞLU'na, varlığıyla beni mutlu eden annem Olcay ÜÇÜNCÜOĞLU'na, bana her zaman destek olan ablalarım Tuğba HATİP'e, Zeycan ÜÇÜNCÜOĞLU'na, Ülviye Sevcan SUNA'ya ve bu süreçte beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan sevgili Rana AKSU'ya ithaf ediyorum.

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans eğitimin süresince destek olan ve yol gösteren Dr. Öğr. Üyesi Veli Ozan ÇAKIR ve danışmanım Doç. Dr. Selçuk Bora ÇAVUŞOĞLU'na teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca bu süreçte desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen değerli aileme ve sevgili Rana AKSU'ya ayrıca teşekkür etmek istiyorum.



İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	ii
BEYAN.....	iii
İTHAF.....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
SEMBOLLER / KISALTMALAR LİSTESİ	x
ÖZET	xi
ABSTRACT.....	xii
1. GİRİŞ VE AMAÇ.....	1
2. DİJİTAL OYUNLARIN GELİŞİMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDAKİ YERİ.....	4
2.1. Oyun Kavramı.....	4
2.2. Dijital Oyun Kavramı	6
2.3. Dijital Oyunların Kısa Tarihi	8
2.4. Sektör Olarak Dijital Oyunlar	12
2.5. Bilgi Toplumu ve Dijital Oyunlar	15
2.6. Sanal Gerçeklik Olgusu	18
2.7. Dijital Oyunların Olumsuz ve Olumlu Etkileri.....	19
2.7.1. Dijital Oyunların Olumsuz Etkileri.....	20
2.7.2. Dijital Oyunların Olumlu Etkileri	21
3. OYUN SALONLARINDAN STADYUMLARA; ESPORUN DOĞUŞU	23
3.1. Espor Kavramı	24
3.2. Esporun Ortaya Çıkış Süreci.....	26
3.3. Espor Ekonomisi ve Ekosistemi	34
3.3.1. Oyun Şirketleri.....	35
3.3.2. Ligler ve Turnuvalar	35
3.3.3. Yayın Platformları.....	36
3.3.4. Oyuncular.....	37
3.3.5. Takımlar	38

3.3.6. Markalar	39
3.3.7. Hayranlar.....	40
3.4. Kurumsallaşma Çabaları.....	41
3.5. Esportun Geleceği	44
4. MODERN SPOR VE ESPORUN ETKİLEŞİMİ	46
4.1. Spor ve Dijitalleşme.....	49
4.2. Spor ve Esportun Karşılaştırılması	50
4.3. İlk Esport Yatırımları ve Nedenleri	54
4.4. Esport ve Olimpiyat Oyunları	57
5. GEREÇ VE YÖNTEM.....	61
5.1. Araştırmanın Amacı.....	61
5.2. Araştırmanın Modeli	61
5.3. Veri Toplama Aracı, Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi	62
5.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	63
6. BULGULAR.....	64
6.1. Esport Yeni Bir Rekabet Alanıdır ve Modern Spor İle Alakalıdır	64
6.2. Dijital Oyunların Ticarileşmesi.....	65
6.3. Rekabetçi Oyunculğun Uluslararası Hale Gelmesi ve Profesyonelleşmesi.....	66
6.4. Kurumsal Yapı Eksikliği.....	67
6.5. Esport, Spor Yönetim Bilimlerinin Bir Konusudur	68
7. TARTIŞMA VE SONUÇ	70
KAYNAKLAR	75
ETİK KURUL KARARI	85
İNTİHAL RAPORU İLK SAYFASI.....	86
ÖZGEÇMİŞ	87

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Tüm Zamanların En Çok Satan Oyun Konsolları (29.01.2018).....	11
Tablo 2: Dijital Oyun Pazarının Cihazlara Göre Dağılımı	13
Tablo 3: Dijital Oyun Gelirleri Bakımından Ülke Sıralaması	14
Tablo 4: ABD Dijital Oyun Sektöründe Ortalama Oyuncu Yaşları	14
Tablo 5: En Geniş Ödül Havuzuna Sahip CPL Etkinlikleri	30
Tablo 6: World Cyber Games Büyük Final Katılımcı Sayıları (2001-2013)	32
Tablo 7: Espor Gelir Akışı.....	34
Tablo 8: En Büyük Gelir Havuzuna Sahip Beş Turnuva (2017)	36
Tablo 9: 2017 Yılında En Çok Ödül Kazanan Espor Oyuncuları.....	38
Tablo 10: En Değerli Espor Kulüpleri (23.10.2018)	39
Tablo 10: Türkiye'deki Üç Büyük Kulübün Sosyal Medya Takipçi Sayıları (03.05.2018).....	50
Tablo 11: Espor Organizasyonu Gerçekleştirilmiş Bazı Spor Tesisleri	64
Tablo 12: Türkiye'de Espor Branşı Bulunan Modern Spor Kulüpleri (23.10.2018).....	65
Tablo 13: Uluslararası Espor Federasyonu'na Üye Ülkeler (21.10.2018)	68

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Birinci Ulusal Space Invaders Turnuvası, 1980.....	28
Şekil 2: LoL Dünya Şampiyonası Finali, 2017.....	34
Şekil 3: Esport İzleyici Büyümesi.....	40
Şekil 4: 2016 yılında ABD’de En Çok Satılan Oyun Türleri	47
Şekil 5: Dijital Oyunların Ticarileşmesi	66
Şekil 6: Rekabetçi Oyunculğun Uluslararası Hale Gelmesi ve Profesyonelleşmesi	67



SEMBOLLER / KISALTMALAR LİSTESİ

NBA: Amerikan Ulusal Basketbol Birliği

LoL: League of Legends

TDK: Türk Dil Kurumu

IOC: Uluslararası Olimpiyat Komitesi

NOC: Ulusal Olimpiyat Komitesi

TÜDOF: Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

MMORPG: Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları

PC: Kişisel Bilgisayar

GAISF: Uluslararası Spor Federasyonları Birliği

ESA: Entertainment Software Association

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

IeSF: Uluslararası espor Federasyonu

CPL: Cyberathlete Professional League

KeSPA: Kore Espor Birliği

WCG: Dünya Siber Oyunları

ESL: Elektronik Sporlar Ligi

WESA: Dünya Espor Birliği

NSA: Ulusal Spor Otoritesi

UEFA: Avrupa Futbol Federasyonları Birliği

TMOK: Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi

ÖZET

Üçüncüoğlu, M. (2018). Bilgi Toplumunun Sportif Bir Yansıması Olarak Espor ve Modern Spor ile Etkileşimi. İstanbul Üniversitesi – Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Spor Yönetim Bilimleri ABD. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Her geçen gün yaşanan teknolojik gelişmeler ile beraber toplum yapısında önemli değişimler meydana gelmiş ve insanlar bilgi-iletişim teknolojileri ile büyük yakınlık göstermeye başlamıştır. Bunun bir sonucu olarak dijital oyunlar yeni bir eğlence alanı olarak gelişmiştir. Rekabetçi dijital oyunculuk kavramı 1970'li yıllardan bu yana önemli bir gelişme göstererek güçlü bir espor kavramını beraberinde getirmiştir. Bu çalışma ile günümüz toplumunun yeni bir etkinliği olan esporun tanımlanması, yaşadığı hızlı büyümenin ve nasıl modern sporun bir parçası haline gelmeye başladığının açıklanması amaçlanmaktadır. Çalışma nitel araştırma deseni içerisinde yer alan betimsel araştırma yöntemi benimsenerek gerçekleştirilmiş ve veri toplama tekniği olarak literatür taraması kullanılmıştır.

Espor, içinde bulunduğumuz yüzyıla ait yeni bir rekabet alanı olarak görünmesine rağmen yaşadığı dönüşümler neticesinde bugünkü noktasına ulaşmıştır. Dijital oyunların ticarileşmesiyle beraber ortaya çıkan rekabetçi dijital oyunculuk, internet teknolojisinin gelişimiyle birlikte uluslararası bir hale gelmiştir. Çalışmanın bulguları arasında yer alan bu iki dönüşüm sonucunda önemli bir izleyici kitlesine ulaşmaya başlayan esporun profesyonelleşmesi noktasında birçok gelişme yaşanmıştır. Son yıllarda büyük gelişim göstererek dikkat çeken bir noktaya ulaşan espor giderek modern sporun bir parçası haline gelmiştir. Özellikle genç nüfusun büyük ilgi gösterdiği espor, modern sporun dijital dünyada yer alarak yeni nesillerle etkileşim kurma çalışmalarının önemli parçalarından biri olmuştur. Espor, modern sporun bileşenleri ile gösterdiği etkileşim neticesinde Spor Yönetim Bilimlerinin bir konusu haline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Spor, Espor, Elektronik Spor, Modern Spor

ABSTRACT

Üçüncüoğlu, M. (2018). Esports as a Sporty Reflection of Information Society and Its Interaction with Modern Sports. Istanbul University - Cerrahpasa, Institute of Graduate Studies, Department of Sports Management Sciences. Master's Thesis. İstanbul.

Each passing day with technological developments there have been some important changes in social structure and people have been started to interest in information and communication technologies. As a result of that, digital games have evolved as a new entertainment area. The concept of competitive digital gaming has shown a significant development since the 1970s and brought a strong concept of esports. With this study, it is aimed to describe the new activity of today's society, to explain how it's rapid growth and how it started to become a part of modern sports. This study was conducted by using descriptive research method and literature review as data collection technique.

Although esport is a competitive area which it seems to belong this century, it has been reached to today's point as a results of two transformations. The competitive digital gaming that comes with the commercialization of digital games, has been became international area with the technological developments. As a result of these two transformations, esport has been reached an important audience and lots of important developments about its professionalization have taken place. In recent years, esport has become a part of modern sport, reaching a remarkable point by showing great improvement. Esport, which young population has shown great interest especially, has become one of the important parts of modern sports by taking part in digital world as providing interactions with new generations. Esports have become a subject of Sport Management Science as a result of the interaction with the components of modern sports.

Key Words: Sports, Esports, Electronic Sports, Modern Sports

1. GİRİŞ VE AMAÇ

Hızla gelişen teknoloji ile beraber toplumsal yapıda da önemli dönüşümler meydana gelmiştir. Birsen'e göre (2013) 21. Yüzyıl, insanlığı endüstri sonrası toplum, post modern toplum, bilgi toplumu ve enformasyon toplumu gibi çeşitli şekillerde adlandırabileceğimiz yeni bir uygarlık ve toplumsal yapı dönemine getirmiştir. Bu yeni dönemde sanayi toplumundaki maddi üretim anlayışının yerine bilgi üretimi önem kazanmıştır. Bu değişimin bir sonucu olarak teknolojinin insanların gündelik hayatlarındaki yeri artmış ve bu durum beraberinde yeni alışkanlıkları getirmiştir. Dijital oyunların toplumdaki yerini alması ve zaman içerisinde büyük ilgi görmesi de toplumda yaşanan bu değişimlerin arasında yer almaktadır. Özellikle 1990'lı yılların başında bir çalışma aracı olan kişisel bilgisayarlar, yeni ve daha güçlü multimedya donanımının yanı sıra diğer herhangi bir sistemle rekabet edebilecek düzeyde olan şaşırtıcı oyunlar sayesinde hızlı bir şekilde bir eğlence platformu haline gelmiş ve yavaş yavaş birçok insanın hayatında merkezi bir rol üstlenmeye başlamıştır. (Dillion, 2011: 135).

Yaklaşık 50 yıl önce ortaya çıkan rekabetçi dijital oyunculuk kavramı zamanla teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak kendi içerisinde çeşitli dönüşümler yaşarken, aynı zamanda yine teknolojinin yeniden şekillendirmeye başladığı toplumsal yapı içerisinde önemli bir yer edinmiştir. Kuzey Amerika ve Asya'da gelişmeye başlayan dijital oyunlar kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır. İlk başlarda yerel olan dijital oyun turnuvaları bölgesel rekabetlere olanak tanırken, özellikle internet teknolojisinin gelişmesiyle beraber bu rekabetler uluslararası bir hâl almıştır. Böylelikle daha büyük kitlelerin ilgisini çekmeyi başaran dijital oyun turnuvaları profesyonelleşmeye başlamış ve bu durum beraberinde espor kavramını getirmiştir. Wagner (2006) spor disiplinleri olarak kabul edeceğimiz faaliyetlerin değer sistemimiz değiştikçe değişeceğini ifade ederken espor ile ilgili olarak *"insanların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanırken zihinsel ya da fiziksel yeteneklerini geliştirdikleri ve eğittikleri bir spor etkinlik alanıdır"* demektedir.

Günümüzde kitlelerin ve yatırımcıların büyük ilgisini çeken espor giderek toplumsal hayattaki yerini sağlamlaştırmaktadır. Mindshare (2016) tarafından Kuzey Amerika'da yapılan bir araştırmaya göre espor tutkunlarının %65'i 18-34 yaş

aralığındaki insanlardan oluşuyor. Espor takipçilerinin demografik olarak sahip olduğu özellikler nedeniyle, dijital ortamlardaki çalışmalarını geliştirmek ve genç nüfus ile bağlantı halinde olmak isteyen modern spor kulüp ve organizasyonları da espora kayıtsız kalmamaktadır. Modern spor kulüp ve organizasyonları özellikle içinde bulunduğumuz on yıllık süreç içerisinde espora ilgi göstermeye başlamışlardır. Bu ilginin boyutu kısa sürede genişlemiş ve ülkemizde Beşiktaş, Galatasaray, Fenerbahçe gibi kulüplerin yanı sıra dünya genelinde Manchester City, Paris Saint Germain, Sporting Lisbon vb. birçok spor kulübü espору bir branş olarak kabullenmeye başlamışlardır. Özellikle içinde bulunduğumuz ve bilgi çağı olarak adlandırılan döneme ayak uydurma girişiminde olan modern spor organizasyonları espору bu anlamda önemli bir etkileşim aracı olarak görmektedir.

Çalışma ile ilgili olarak veri toplama aşamasında ulaşılan kaynaklarda genel olarak günümüz sporu, Türkçesi “geleneksel” anlamına gelen İngilizce “traditional” kelimesiyle birlikte kullanılmıştır. “Geleneksel” kavramı günümüz sportif faaliyetlerinin ortaya çıktığı 19. yüzyıl öncesini de kapsayacağından herhangi bir karışıklığa neden olmamak amacıyla çalışma boyunca modern spor kavramının kullanılması uygun bulunmuştur. Çalışma kapsamında dijital oyunların ve espорun ne olduğu üzerinde durulmuş, tarihsel gelişimi incelenmiş ve modern spor ile olan etkileşimine değinilmiştir. Espорun bir spor olarak düşünülüp düşünülemediği, sahip olduğu ekosistemin detayları ve ilerleyen yıllarda karşımıza çıkabilecek potansiyel değişimler çalışmanın kapsamı içerisinde yer almaktadır. Bu çalışma ile günümüz toplumunun yeni bir etkinliği olan espорun tanımlanması, yaşadığı hızlı büyümenin ve nasıl modern sporun bir parçası haline gelmeye başladığının açıklanması amaçlanmaktadır.

Son yıllarda giderek bilinirliği artan bir olgu olarak espор özellikle genç nüfus tarafından büyük ilgi görmektedir. Her ne kadar 2000’li yılların başından itibaren akademik anlamda çalışmalara konu olsa da henüz yeni yeni profesyonelleşen bir alan olması sebebiyle önemli bilgi eksiklikleri bulunmaktadır. Özellikle Türkçe literatürün oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu noktada çalışmanın bir diğer amacı, espор olgusu için kuramsal bir çerçeve oluşturarak; Türkçe literatüre katkı sağlamak, gelecekte yapılacak kuramsal ve deneysel araştırmalar için bir temel ortaya koymak olacaktır. Bu bağlamda çalışmada; dijital oyun sektörü ne gibi dönüşümler yaşayarak

günlük hayatta hangi şekillerde yer bulmuştur? Espor, toplumsal ve ekonomik anlamda ne gibi değişimler sonucunda ortaya çıkmıştır? Modern spor kulüpleri ya da organizasyonlarının espor ile etkileşime girmesini sağlayan sebepler nelerdir? Esporun kabul edilebilirlik noktasında önündeki en büyük engel nedir? İlerleyen yıllarda esporda yaşanabilecek potansiyel değişiklikler hem esporu hem de diğer bileşenlerle etkileşimini nasıl etkileyecektir? gibi sorulara cevap aranacaktır.

Esporu ve modern spor ile olan etkileşimini detaylı olarak inceleyen bu çalışmanın özellikle Spor Yönetim Bilimleri alanında öncü çalışmalardan birisi olması sebebiyle Türkçe literatüre ciddi katkılar sağlayacağını ve gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutacak yeni bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir.



2. DİJİTAL OYUNLARIN GELİŞİMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDAKİ YERİ

Dijital oyun sektörü geride kalan yüzyılda yakaladığı ivmeyi 21. yüzyıla taşımayı başarmış ve gelişimini sürekli hale getirmiştir. Bu gelişimin farkına kısa sürede varan modern spor dünyası dijital oyun içeriklerine ilgi göstermektedir. Çalışmanın temelini oluşturan espor konusuna gelmeden önce dijital oyunlara hem kavramsal hem de tarihsel olarak yaklaşmanın doğru olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda bu bölümde ilk olarak oyun kavramına değinilecektir. Ardından oyun kavramına farklı bir boyut getiren ve esporun temelini oluşturan dijital oyunların tarihsel olarak ne gibi süreçlerden geçtiği üzerinde durulacaktır. Günümüze gelene kadar uğradığı dönüşümler genel hatlarıyla aktarıldıktan sonra dijital oyun sektörünün ekonomik olarak geldiği noktaya değinilecektir. Bu bölümün sonunda bilgi toplumuna kavramsal olarak yaklaşmakta, aynı zamanda içinde bulunduğumuz bilgi çağı ile dijital oyunlar arasındaki bağlantı detaylandırılmakta ve dijital oyunların nasıl günlük hayatın bir parçası haline geldiğine odaklanılmaktadır.

2.1. Oyun Kavramı

Türk Dil Kurumu (2017) tarafından hazırlanan çevrimiçi Büyük Türkçe Sözlük'te "oyun" sözcüğü ile ilgili olarak 10 farklı tanım göze çarparken, en temel haliyle "*Yetenek ve zekâ geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence: Tenis, tavla, dama, çelik çomak, bale oyundur*" ifadelerine yer verilmektedir. Fakat oyun kavramı olarak köklü bir geçmişe ve sadece eğlence olarak açıklanamayacak kadar derin bir içeriğe sahiptir.

Pek çok bilim dalının araştırma konusu olan "oyun" kavramı çok eski zamanlara kadar uzanmasına rağmen modern anlamda ilk olarak 20. yüzyılın başlarında karşımıza çıkmaktadır. Hollandalı bir tarih profesörü olan Johan Huizinga tarafından 1938 yılında yazılan Homo Ludens (Oyun oynayan insan) isimli eserin bu alandaki sınırlı çalışmalara farklı bir boyut kazandırdığı görülmektedir. Huizinga, Homo Ludens adlı incelemesiyle insan kültürüne yeni bir boyut getirmiş, Homo Faber (Alet Yapan İnsan) ve Homo Sapiens (Düşünen İnsan) ikilisinin karşısına üçüncü bir insan; Homo Ludens'i (Oynayan İnsan) çıkartmıştır (And, 1974).

Huizinga'ya göre "oyun" çeşitli kültürlerden ortaya çıkan bir kavram değil, aksine kültür kavramından eski ve kültürleri oluşturan bir unsurdur. Huizinga (2006: 50) oyunu; "özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizzatı bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile 'alışılmış hayattan 'başka türlü olmak' bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir" şeklinde tanımlamaktadır. Huizinga'nın tanımlaması incelendiğinde oyun ile ilgili temel özellikler göze çarpmaktadır. Oyunun gönüllü bir eylem olduğu ve herhangi bir zorlamanın yer almadığı ifade edilmektedir. Her oyunun sahip olduğu amaçlar vardır. Fakat bu amaçlara ulaşmak için oyunun sahip olduğu kurallara uygun yollar izlenmelidir. Buradan da açıkça görülüyor ki oyun kavramı içinde eğlence unsurunu barındırdığı kadar aynı zamanda ciddiyet içeren bir eylemdir. Huizinga oyunun ciddiyet ile zıt anlamlar ifade eden bir eylem olduğuna karşı çıkmakta ve oyunun son derece ciddi olabileceğini söylemektedir. Huizinga, Homo Ludens isimli eserinde bu durumu "Gülme bazı bakımlardan ciddiyetin karşıtıdır, ama oyunla hiçbir şekilde doğrudan bağlantısı yoktur. Çocuklar, "futbol" veya satranç oyuncularını, akıllarından asla gülme isteği geçmeden, derin bir ciddiyet içinde oynarlar." şeklinde ifade etmektedir (2006: 22).

Huizinga'nın oyun teorisinden ilham alarak çalışmalar yapan Roger Caillois (2001) ise oyunu 6 temel özellik üzerinden anlatmaktadır;

1. Özgürlük
2. Ayrışıklık
3. Belirsizlik
4. Kar Amacı Gütmeme
5. Kurallara Göre Yönetilme
6. -miş gibi yapmak

Aynı zamanda Caillois sırasıyla agon, alea, mimicry ve illinx isimlerini verdiği 4 oyun tipi tanımlamaktadır (2001; 12).

Agon, olabildiğince eşit şanslarda olan iki tarafın fiziksel ya da zihinsel olarak mücadele ettiği ve sonuçta bir tarafın diğerine üstünlük sağladığı oyun türüdür. Futbol, satranç, tenis vb. örnek olarak verilebilir.

Alea, şansın ön planda olduğu oyun türlerini ifade etmektedir. Agon'un aksine bu türde zihinsel ya da fiziksel mücadeleye gerek yoktur. Örnek olarak; Yazı tura, zar oyunları, rulet verilebilir.

Mimicry, taklit etme ya da rol yapmaya dayalı işaret etmektedir. Bu tip oyunlarda hayali bir karakter vardır ve oyun gerçek hayattan bir süreliğine uzaklaşmaya dayalıdır. Erkek çocuklarının asker taklidi yapması temel bir örnek olarak gösterilebilir.

Illinx, vertigo hissi yaratan oyunları ifade etmektedir. Bu oyunlarda amaç anlık olarak insan dengesini bozarak haz verici bir panik duygusu yaşamak ve zihni bulandırmaktır. Çocukların hızla dönerek sonucunda baş dönmesi yaşadığı oyunlar örnek olarak verilebilir.

Oyun insan hayatında önemli bir yere sahiptir. Öyle ki, Schiller (1990: Kaynak: Tekerek 2014 p. 50) oyunla insanı özdeşleştirir ve adeta oyunu insan olmanın ön koşulu sayar ve *“İnsan, sözcüğün tam anlamıyla, insan olduğu yerde oynar ve o, ancak oyun oynadığı yerde tam insandır”* der. Oyun araştırmaları literatürü başta iletişim bilimleri olmak üzere, eğitim bilimleri, enformatik, sanat ve tasarım gibi disiplinlerdeki araştırmacıların çalışmalarıyla zenginleşmeye devam etmektedir. Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri bu zenginleşmeye önemli katkılar yaptığı gözlemlenmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde de bahsedileceği üzere insanlık yeni bir süreci içerisine girmişti. Bilgi çağı olarak adlandırılan bu dönemde yeni bir toplum ortaya çıkmaya başlamış ve bu toplumun oyuna olan yaklaşımında da değişimler meydana gelmiştir. İnternet ağlarının, bilgisayar ve akıllı telefon teknolojisinin her geçen gün gelişmesi sonucunda oyunlar sanal ortamlarda da büyük bir yer edinmiştir. Artık her yaşta insanın, zaman ve mekân fark etmeksizin oyun oynayabilme potansiyeline sahip duruma geldiği görülmektedir. Oyunların binlerce yıllık geçmişinde en son gelişme olarak bilgisayarları gösteren Jesper Juul (2003) *“Bilgisayarların insan kültürüne en büyük katkılarında biri oyunlarda yaptığı devrimdir. Oyun oynamayı seviyoruz, şimdi de bilgisayar oyunları oynuyoruz.”* ifadelerini kullanmaktadır.

2.2. Dijital Oyun Kavramı

Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren teknolojiye yaşanan büyük gelişmeler oyun kavramına da farklı bir boyut kazandırmıştır. Bilişim teknolojilerinde yaşanan sürekli ve hızlı gelişmeler dijital oyunları başlı başına bir sektör haline

getirmiştir. En basit haliyle oyunun yerelliği büyük ölçüde ortadan kalkmış, sınırları aşarak kısa zamanda uluslararası bir hale dönüşmüştür.

Her ne kadar literatürde bilgisayar oyunları, video oyunları, elektronik oyunlar gibi farklı ifadeler bulunsa da “Dijital Oyun” kavramı tüm türleri kapsamaktadır (Binark ve Sütçü, 2008: 42-43). Bu nedenle çalışma boyunca “Dijital Oyun” kavramını kullanmanın genel anlamıyla tüm içeriği ele almak açısından daha yararlı olacaktır. Verileri bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi (TDK, 2017) olarak tanımlanan “dijital” kelimesi ile oyun kelimesinin bir araya gelmesiyle oluşan “dijital oyun” ile aktarılmak istenen oyunun sahip olduğu gerekliliklerin bir ekran aracılığıyla oyuncuya ulaştırılmasıdır.

2012 yılında kurulan ve daha sonra Gelişmekte Olan Spor Branşları Federasyonu bünyesine dahil edilen Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu (TÜDOF) ise 2012 yılındaki raporunda dijital oyun kavramı ile ilgili olarak; *“oyuncunun elektronik bir sistem veya bilgisayarla kurduğu etkileşim neticesinde oluşan sonucun, ekran veya benzeri bir görüntü sistemi aracılığı ile gösterilmesidir.”* ifadelerini kullanmaktadır. Deterding ve diğerleri (2011) ise dijital oyunu *“Herhangi bir platformda bir ya da birden fazla oyuncu tarafından kullanılmak üzere interaktif bilgisayar tabanlı oyun yazılımının herhangi bir biçimi ve eğlence amaçlı olarak geliştirilmiş olması”* olarak tanımlamaktadır.

Oyuncuların televizyon ya da bilgisayar ekranında görüntüleri kontrol ettikleri bir oyun olarak düşünebilecek dijital oyunlar en genel tanımıyla ise *“bilgisayar tabanlı, metin ya da görsellik üzerine inşa edilmiş, bilgisayar ya da oyun konsolu gibi elektronik platformlar üzerinde bir veya birden fazla kişinin fiziksel ya da çevrimiçi ağ üzerinden birlikte kullanabildiği bir eğlence ve boş zaman aktivitesi yazılımıdır”* (Frasca, 2001). Dijital oyunların sınıflandırılması konusunda belirgin bir akademik yol izlenmediğinden karşımıza farklı adlandırmalar çıkmaktadır. Bu alanla ilgili olarak yapılan çalışmalara bakıldığında dijital oyun türleriyle ilgili olarak bir görüş birliği olmadığı gözlenmektedir. Bu sınıflandırmalara genel olarak oyunların oynanma şekli ve oyunun içeriği baz alınarak yapılmaktadır. Her ne kadar kesin bir sınıflandırma karşımıza çıkmasa da dünya çapında benimsenmiş bazı adlandırmalar da mevcuttur. Dijital Oyunlar ile ilgili olarak yapılan “Spor”, “Aksiyon”, “Platform”, “Birinci Şahıs Nişancı”, “Kitlese Çevrimiçi Oyunlar” ve “Gerçek Zamanlı Strateji” gibi

sınıflandırmalar hem oyunun oynanış tarzı hem de oyunun içeriği hakkında bilgi vermektedir.

Dijital oyunlar eğlenceli ve ilgi çekici yapılarının yanı sıra popüler olmaları sebebiyle dünya genelinde milyonlarca insan tarafından oynanmakta, ayrıca farklı sektörlerle çeşitli şekillerde etkileşime girmektedirler. Her geçen gün ekonomisini geliştiren dijital oyun sektörü 2016 yılı itibariyle dünya genelinde 100 milyar doları aşan bir pazar büyüklüğüne sahip hale gelmiştir. Bir mobil oyun şirketi olan Netmarble'ın Türkiye CEO'su Barış Özistek (2017) oyun sektörünün sahip olduğu bu büyüklüğün tüm dünyadaki sinema ya da müzik pazarının üzerinde olduğunu belirtiyor. Bu durum aynı zamanda dijital oyunların toplumsal hayatta geldiği noktayı da ortaya koymaktadır.

2.3. Dijital Oyunların Kısa Tarihi

Dijital oyunların tarihi 1940'lı yıllara kadar uzanmaktadır. Thomas T. Goldsmith Jr. ve Estle Ray Mann tarafından 1947 yılında tasarlanan "Cathode-ray Tube Amusement Device" isimli cihaz bilinen ilk dijital oyun olarak karşımıza çıkmaktadır (Kraus, 2009). Oyun ekranda yer alan hedefleri vurmak için gönderilen füzeyi kontrol etme üzerine kuruluydu. Bir osiloskop ekranı kullanan Nükleer fizikçi William Higginbotham 1958 yılında Tennis for Two isimi bir elektronik oyun geliştirmiş ve iki yıl boyunca Ulusal Brookhaven Laboratuvarı'nda sergilemiştir (Sezen ve Sezen, 2011: 258). Basit bir tenis oyunu olan Tennis for Two spor içerikli ilk dijital oyun olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde bir diğer dikkat çeken dönüm noktası ise Spacewar isimli oyundur. Dijital oyun kültürü açısından önemli bir yere sahip olan oyun 1962 yılında Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde (MIT) Steve Russell tarafından tasarlanmıştır. İki kişi tarafından oynanabilen oyun iki uzay gemisinin birbirini yok etmesi üzerine kuruluydu.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan bu ilk örneklerde genel olarak savaşın ve savaşta kullanılan tekniklerin etkisi göze çarpmaktadır. ABD'de ortaya çıkan bu örnekler üzerinde toplumsal anlamda yaşanan değişimin de etkisi açıkça görülmektedir. Kerr'e (2006: 13) göre; dijital oyunlar, karmaşık sosyo-ekonomik ve jeo-politik değişiklikler sırasında, uzay yarışı ve Soğuk Savaş zamanında ABD'de ortaya çıktı. 1960'ların sonunda özellikle ABD'de tarım ve imalat sanayinde istihdamın düşmekte olduğunu ve gerek kamu hizmetleri gerekse özel hizmetler alanında sürekli

bir büyüme olduğunu ifade eden Kerr, kamu hizmetlerinde görülen büyüme kapsamında ilk dijital oyunların geliştirildiği kamu araştırma laboratuvarlarının kurulduğunu ifade etmektedir.

Spacewar'u Computer Space adıyla arcade isimli makinelere aktaran kişi olan Nolan Bushnell, Ampex isimli firma adına çalıştığı 1971 yılında Pong adındaki oyunu geliştirmiştir. Oyunun yakaladığı büyük başarının ardından aynı yıl içerisinde Bushnell, Ted Dabney ve Al Acorn ile birlikte Atari adındaki firmayı kurmuştur. 1974 yılında Atari tarafından on binlerce, diğer üreticiler tarafından 90 binden fazla satılan Pong, kısa bir süre sonra oyun salonlarında havalimanlarında, otobüs terminallerinde, kokteyl salonlarında, çamaşırhanelerde, restoranlarda ve Amerika genelinde diğer halka açık yerlerde oynanır hale geldi (Kinder, 1991: 88). 1970'li yıllarda ABD oyun pazarının %80'ine hâkim durumda olan Atari, 1976 yılında Warner Communications tarafından 28 milyon ABD doları karşılığında satın alınırken 80'li yılların başından itibaren satış oranlarında yaşadığı düşüşle sektörün dışında kalmıştır (Kerr, 2006: 17).

Ticari anlamda başarılı olan ilk oyun olarak kabul edilen Pong yakaladığı büyük başarısının yanı sıra Japonya'da büyük etki yaratan ve dijital oyun kültüründe önemli bir yeri olan Space Invaders isimli oyunun da öncüsü olmuştur (Turkle, 2005; 75). 1978 yılında piyasaya sürülen ve uluslararası anlamda büyük bir başarı kazanan oyun Japonya'nın dijital oyun sektöründe ABD'nin ardından söz sahibi olan ilk ülke olmasını da sağlamıştır. Oyunun dünya çapında popüler olmasını sağlayan etkenler arasında aynı dönemde vizyona giren Star Wars (Yıldız Savaşları) isimli filmin yer aldığı söylenebilir. İlk olarak 1977 yılında gösterime giren Star Wars film serisi önemli bir popüler kültür ürünü haline gelerek birçok sektöre ilham vermiştir. Dijital oyun tarihinin altın çağı olarak kabul edilen 1978-1980 yılları içerisinde Space Invaders, Zork, Pacman, Asteroids ve Battlezone gibi popüler oyunlar ortaya çıkarken, 1981'de sadece ABD'de oyun salonlarında yılda 5 milyar ABD doları ve ek olarak ev dijital oyun sistemlerinde 1 milyar ABD dolarından fazla harcama yapıldı (Kirriemuir, 2006: 24).

1983 yılında dijital oyun sektöründe "Kuzey Amerika Dijital Oyun İflası" olarak bilinen dönüm noktası yaşandı. Dijital oyun endüstrisi yaşadığı altın çağın ardından bir bunalım sürecine girdi. Birçok üçüncü parti geliştirici dijital oyun pazarını taklitçi, vasat ve ucuz üretilen oyunlarla doldururken, dijital oyun çılgınlığında para kazanmayı uman

birçok yeni şirket ortaya çıktı (Wolf, 2012: 149). Yaşanan bu süreç arcade döneminin büyük ölçüde kapanmasına neden olurken, dijital oyun pazarında da yeni bir hâkim gücün ortaya çıkmasına neden oldu. Dijital oyun sektörünün zor bir dönemden geçtiği 1983 yılında Famicom isimli oyun konsolunu Japonya'da piyasaya süren Nintendo firması konsolun yeni versiyonu olan Nintendo Entertainment System (Nintendo Eğlence Sistemi) ile 1985 yılında ABD pazarına girdi ve yakaladığı başarı sonrasında dijital oyun sektörünün içinde bulunduğu iflas sürecinin sona ermesine yardımcı oldu (Wolf, 2008). Nintendo'nun yakaladığı bu başarı oyun sektöründeki egemenliğin ABD'den Japonya'ya geçmesine olanak sağladı. Bu dönemde başka bir Japon şirketi olan SEGA, 1985 yılında SEGA Master System'i ve ardından 1989 yılında Genesis'i piyasaya sürerek oyun konsolu pazarında ilerleme kaydetti (Kirriemuir, 2006: 27).

Aynı zamanda dijital oyun sektöründe ev tipi oyun konsolları ve kişisel bilgisayarların ön plana çıkmaya başladığı bir dönem başlamıştır. Arcade olarak bilinen oyun salonları ve oyun türleri her ne kadar 1990'lı yıllarda etkisini sürdürmeye devam etse de 1980'li yıllarda güç kaybettiği görülmektedir. 1972 yılında Ralph Baer tarafından tasarlanan ve ilk ev tipi oyun konsolu olarak kabul edilen Magnavox Odyssey isimli ev tipi oyun konsoluyula başlayan arcadelerdeki oyun deneyimini eve taşıma isteği 1980'lerin ortasından itibaren artarak devam etmiştir. Apple II, Commodore 64 ve Amiga gibi kişisel bilgisayarların ön plana çıktığı 1970'li yılların sonunda dijital oyun endüstrisinin kişisel bilgisayar tarafı büyümeye başlasa da insanlar tarafından bu ürünler lüks ya da oyuncak olarak kabul ediliyordu (Adams, 2003: 6). 1980'li yılların sonunda dijital oyun sektöründe Japon şirketlerinin rekabetinin 1990'lı yıllara da taşındığı göze çarpmaktadır.

1990'lı yılların başında CD-ROM teknolojisinin gelişmesi dijital oyun sektörünün ilerleyişinde önemli bir yer tutmaktadır. CD-ROM teknolojisi ile elde edilen daha fazla bellek miktarı beraberinde; daha iyi grafikler, daha iyi ses anlamına geliyordu ve oyunlarda tam hareketli video (FMV) kullanılmaya başlandı (Wolf, 2012: 14). 1988 yılından bu yana çeşitli şekillerde dijital oyun pazarında bulunan Sony markası 1994 yılında PlayStation isimli oyunlu konsolunu piyasaya sürdü. Günümüze kadar gelen bir oyun konsolu serisinin başlangıcı olan PlayStation, ABD'de satışa sunulduğu 1996 yılının sonunda 7 milyondan fazla satıldı (IGN, 1998). Bu dönemde Sony pazardaki gücünü arttırarak kendisine önemli bir yer edinmeyi başarmıştır.

Tablo 1: Tüm Zamanların En Çok Satan Oyun Konsolları (29.01.2018)

	Konsol	Piyasaya Çıkış Yılı	Dünya Çapında Satış (Milyon Adet)
1	PlayStation 2 (PS2)	2000	157.68
2	Nintendo DS (DS)	2004	154.90
3	Game Boy (GB)	1989	118.69
4	PlayStation (PS)	1994	104.25
5	Wii (Wii)	2006	101.64
6	PlayStation 3 (PS3)	2006	86.90
7	Xbox 360 (X360)	2005	85.80
8	Game Boy Advance (GBA)	2001	81.51
9	PlayStation Portable (PSP)	2004	80.82
10	PlayStation 4 (PS4)	2013	73.12

Kaynak: www.vgchartz.com/analysis/platform_totals/

Dijital oyun sektörünün giderek büyümeye başladığı bu süreçte en önemli sorunlardan biri olarak oyun dilleri göze çarpıyordu. Japonya ve ABD'nin hakimiyetindeki dijital oyun sektöründe özellikle teknolojik kısıtlamalar nedeniyle oyunların içerisinde dil değişiklikleri yapmak pek mümkün olmuyordu. 1990'ların sonunda konsol oyunları, İngilizce ve Japonca dışındaki dillerde de kullanıma girmeye başladı ve kendi dillerinde yerel oyunlar sunularak Avrupa pazarı daha aktif hale gelmeye başladı (O'Hagan ve Mangiron, 2013: 55).

1980'li yıllarda bir iş makinesi olarak piyasaya çıkan kişisel bilgisayarlar dijital oyunlar için yeterli donanıma sahip değildi. Bu nedenle uzunca bir süre oyun konsolları ve arcadelerin gerisinde kaldılar. Daha hızlı işlemcilerin ortaya çıkması, ses kartları ve CD-ROM'un piyasada yer bulması gibi yeni teknolojik ilerlemelerin katkısıyla 1991'den itibaren kişisel bilgisayarlar dijital oyunlar için önemli bir yer tutmaya başladı (Novak ve Levy, 2008: 35). Ayrıca bu dönemde gelişen internet teknolojisi hemen hemen her alanda olduğu gibi dijital oyun sektöründe de önemli etkiler göstermiştir. MMORPG olarak bilinen ve dilimize Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları

çevrilen oyun türü ortaya çıkmış, WEB teknolojisinin gelişmesiyle beraber ise web tabanlı oyunların hem kişisel bilgisayarlarda hem de cep telefonlarında popülaritesi artmıştır (Wolf, 2012: 469). 1993 yılında piyasaya sürülen Doom isimli oyun yakaladığı başarı ile 3 Boyutlu Birinci Şahıs Nişancı oyun türünün kurulmasında önemli rol oynarken, çok oyunculu oyunların eğlence gücünü de ortaya koymuştur (Kent, 2001: 458).

21. yüzyılın ile beraber Sega'nın oyun konsolu üretimini durdurduğu ve bu alanda Nintendo ve Sony'nin yanı sıra Microsoft'un pazara dahil olduğu görülmektedir (O'Hagan ve Mangiron, 2013: 58). Gelişen teknoloji ile beraber dijital oyun sektörünün kendi içerisinde yeni boyutlar kazandığı görülmektedir. 1980'li yıllardan itibaren oyun deneyimini evde yaşama imkânı sunma üzerine kurulu olan pazar daha mobil bir hale gelmeye başlarken, dijital oyun türleri arasına yenileri eklenmiştir. Telekomünikasyon sektöründe yaşanan hızlı ilerlemeler sonucunda var olan mobil oyun pazarı farklı bir boyut kazanmıştır. Akıllı telefonların günlük hayatta yer edinmesiyle beraber oyun deneyimi sadece evde ya da internet kafe gibi toplu alanlarda değil, hemen hemen günlük hayatın her anında yaşanılabilir hale gelmiştir. 3G telefonun gelişi ve yayılmaya devam eden 4G teknolojisiyle beraber, cep telefonu üreticileri ve servis sağlayıcılarının mobil oyun pazarına çeşitli uygulama mağazaları aracılığıyla girdikleri görülmektedir (Brookey, 2014). Aynı zamanda bu dönemde dünya çapında popülerliğe ulaşmayı başaran Facebook gibi sosyal paylaşım siteleri dijital oyunların oynanabildiği yeni platformlardan biri olarak öne çıkmıştır. Son yıllarda dijital oyun dünyasında büyük bir pazar elde eden sosyal paylaşım sitelerinin iletişim sağlama konusundaki fonksiyonları diğer dijital oyun platformlarını da bu alanda çalışmalar yapmaya yönlendirmiştir (Wimmer, 2014: 111).

Zaman içerisinde yaşanan değişimlerin dijital oyun endüstrisi üzerindeki etkisi açıkça görülmektedir. 1970'li yıllarda başlayan ticari atılımlar hem müşterilerin talepleri hem de teknolojinin yaşadığı sürekli ve hızlı gelişim sonucunda farklı bir boyut kazanmıştır. Dijital oyunlar günümüzde 7'den 70'e her bireyin istediği anda ulaşabildiği bir noktaya gelmiştir.

2.4. Sektör Olarak Dijital Oyunlar

Geride kalan yüzyılda ortaya çıkan dijital oyunların gösterdiği gelişim ile başlı başına bir sektör haline geldiği görülmektedir. Dijital oyun sektörü, yazılım, donanım,

çevrimiçi platformlar, oyun geliştiricileri, yayıncılar, interaktif medya araçları ve bilgi iletişim teknolojileri gibi büyük bir ekosistemi barındırmaktadır (Stewart ve Misuraca, 2013). Her yaştan kullanıcı, PC'de, oyun konsolların, bir web tarayıcısında ya da istedikleri anda mobil cihazlarında oynayabilecekleri kadar çok sayıda oyun seçeneğine sahiptir (Ferdig, 2014).

Mobil, konsol ve PC olmak üzere üç farklı platformdan oluşan dijital oyun sektörü 2017 yılında 109 milyar dolarlık bir hacme ulaşmayı başarmıştır (Tablo 2). Tablet ve akıllı telefon içeriklerinin oluşturduğu mobil oyun sektörü şu anda pazarın %42'sine sahip olduğu görülürken bu yüzdenin yakın gelecekte daha da artması beklenmektedir. Performans açısından büyük ilerleme gösteren mobil cihazlar özellikle son dönemde PC, dizüstü bilgisayar ya da konsollara özel olarak üretilen oyunların oynanabilmesini sağlayacak seviyeye gelmeleriyle dikkat çekici bir yükseliş göstermektedir.

Tablo 2: Dijital Oyun Pazarının Cihazlara Göre Dağılımı

Cihaz	Pazardaki Yüzdesi	Pazardaki Toplam Payı (Milyar Dolar)
Mobil	%42	46,1
Oyun Konsolu	%31	33,5
PC (Kişisel Bilgisayar)	%27	29,4

Kaynak: Newzoo.com

Dijital oyun sektörünün en önemli aktörleri konumundaki Çin ve ABD'nin pazarın neredeyse yarısına hâkim durumda olduğu görülmektedir (Tablo 3). Çin toplamda 27,54 milyar dolarlık hacmiyle sektörün zirvesinde yer alırken, dijital oyunların ortaya çıktığı ilk günlerden bu yana en önemli ülke konumunda olan ABD ise 25,06 milyar dolarlık hacmiyle ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Ayrıca ABD'de nüfusun %80'inin çevrimiçi kanallarda aktif olarak bulunduğu bilinmektedir.

Tablo 3: Dijital Oyun Gelirleri Bakımından Ülke Sıralaması

	Ülke	Nüfus (Milyon)	Çevrimiçi Nüfus (Milyon)	Toplam Gelir (Milyar Dolar)
1	Çin	1,388 Milyar	802	27,54
2	ABD	326	261	25,06
3	Japonya	126	120	12,54
4	Almanya	81	73	4,37
5	Birleşik Krallık	66	62	4,21
6	Güney Kore	51	47	4,18
7	Fransa	65	57	2,96
8	Kanada	37	33	1,94
9	İspanya	46	38	1,91
10	İtalya	60	43	1,87

Kaynak: Newzoo Global Games Market Report 2017

Dijital oyun sektörü aynı zamanda demografik açıdan çok yönlü bir kitleye hitap etmektedir. Entertainment Software Association ESA tarafından Nisan 2017’de yayımlanan araştırmada ABD’de ortalama oyuncu yaşının 35 olduğu belirtilirken, bu oyuncuların %42’lik bölümünü kadınların oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca toplam oyuncu kitlesinin %56’lık kısmı ise 0-35 yaş aralığında yer almaktadır (Tablo 4). ESA 2017 verilerinde yer alan bir başka ifadeye göre ise anne-babaların %94’ü çocuğunun oynadığı video oyunlarına dikkat ederken, %67’si ise haftada en az bir kez çocuğu ile video oyunları oynamaktadır.

Tablo 4: ABD Dijital Oyun Sektöründe Ortalama Oyuncu Yaşları

Yaş Aralığı	Kadın	Erkek
18 Yaş Altı	%11	%18
18-35 Yaş	%10	%17
36-49 Yaş	%8	%11
50 ve daha üzeri	%12	%13

Kaynak: ESA (2017) Bilgisayar ve Video Oyun Sektörü Raporu Hakkında Temel Bilgiler.

Dünya çapında büyük bir popüleriteye ulaşan dijital oyunlar gün geçtikçe etkisini ve ekonomisini arttırmaya devam etmektedir. Küresel anlamda içinde bulunduğumuz dijitalleşme sürecinin bir parçası olarak dijital oyunlar Türkiye’de büyük ilgi görmektedir. Newzoo (2017a) verilerine göre; yaklaşık 31 milyon oyuncunun bulunduğu Türkiye toplamda 770 milyon doları aşan hacmiyle ilk 20 ülke arasında yer almaktadır.

2.5. Bilgi Toplumu ve Dijital Oyunlar

İçinde bulunduğumuz dünyanın yeni bir çağa girdiği düşünülmektedir. Özellikle 20. yüzyılın ortasından itibaren teknolojinin hızla ve önemli şekilde gelişmesiyle beraber bu gelişimin temelinde yer alan bilgi kavramı ön plana çıkmıştır. İnsanlık eski çağlarda tarımsal ekonomiye dayalı bir yaşantı sürdürürken, 18. yüzyıldan itibaren “Sanayi Devrimi” ile beraber ise yoğun bir iş bölümünün bulunduğu üretim aşamasına geçilmiştir. Günümüzde ise bu iki dönemi takip eden fakat büyük ölçüde farklı yeni bir dönemin içine girildiği düşünülmektedir. Bu yeni dönem beraberinde birçok değişikliğin yanı sıra yeni bir toplum yapısını meydana getirmiştir.

Bu yeni toplumu, Amitai Etzioni "modem-sonrası çağ", George Lichtheim "burjuva-sonrası toplum", Herman Kahn "ekonomi-sonrası toplum", Murray Bookchin "kıtlık-sonrası toplum", Kenneth Boulding "uygarlık-sonrası toplum" ve Daniel Bell de yalnızca, "sanayi-sonrası toplum" olarak nitelemektedir. Konuya daha olumlu açıdan yaklaşan bazıları da "bilgi toplumu" (Peter Drucker), "kişisel hizmet toplumu" (Paul Halmos), "hizmet sınıfı toplumu", (Raif Dahrendorf) ve "tekntronik çağ (Zbigniew Brzezinski) demektedirler (Frankel, 1991: 15).

Alvin Toffler, “Üçüncü Dalga” isimli kitabında insanlık tarihinin içinde bulunduğu bu yeni dönemden bahsederken, 10.000 yıl önce tarımın başlamasıyla gelişen süreci Birinci Dalga, Sanayi Devrimi sonrasındaki süreci İkinci Dalga ve yeni bir devrim olarak tanımladığı içinde bulunduğumuz zaman dilimini ise Üçüncü Dalga olarak adlandırmaktadır (Toffler, 2008: 15). Üçüncü dalga beraberinde ekonomik, siyasi, kültürel ve toplumsal anlamda geçmiştekenden farklı bir toplum tipini getirmektedir. Bilgi toplumu olarak adlandırılan bu toplum; yeni temel teknolojilerin gelişimiyle bilgi sektörünün, bilgi üretiminin, bilgi sermayesinin ve nitelikli insan faktörünün önem kazandığı, eğitimin sürekliliğinin ön plana çıktığı, iletişim teknolojileri, bilgi otoyolları, elektronik ticaret gibi yeni gelişmeler ile toplumu,

ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan sanayi toplumunun ötesine taşıyan bir gelişme aşaması olarak düşünülmektedir (Ünal, 2009).

İnsanoğlu tarih boyunca etrafında yaşanan gelişmelerden etkilenmeye devam etmiş ve bu gelişmelere uyum sağlamıştır. Ayrıca bu uyum sağlama süreci beraberinde yeni değişiklikleri de getirmiştir. Avcılık ve toplayıcılıkla yaşayan toplumlar topraktan verim almayı öğrenerek yerleşik hayata geçmiş, bunun sonucunda da ortaya çıkan ihtiyaçlar yeni kaynakların kullanılmasını ve üretilmesini olanaklı kılmıştır. Aynı şekilde Sanayi Devrimi sonrasında yeni sınıfların ve üretim süreçlerinin ortaya çıktığı bir Modern Toplum Düzeni oluşmuş, günlük hayatta önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Bilginin bu denli ön plana çıktığı günümüz dünyasında, bilim ve teknolojinin ana aktör konumuna geçmesi, toplumsal yaşamda da önemli dönüşümlere ve değişikliklere neden olmuştur. Bilgisayarlar ve iletişim teknolojileri her geçen gün yeni bir boyut kazanarak hızla hayatımızın önemli bir parçası olmayı başarmıştır.

Bahsedildiği üzere 1950'li yıllardan itibaren kendini göstermeye başlayan bilgi çağı genel itibariyle teknolojinin her geçen gün ilerlediği bir dönemi anlatmaktadır. Bu ilerlemelerin içerisinde dijital oyunların da yer aldığı söylemek yanlış olmayacaktır. 1970'li yıllardan itibaren sosyal hayatın içerisinde yer almaya başlayan dijital oyunlar her geçen gün daha da gelişerek günlük hayatta dikkat çekici bir konuma ulaşmıştır. 1990'lı yılların başında bir çalışma aracı olan kişisel bilgisayarlar, yeni ve daha güçlü multimedya donanımının yanı sıra diğer herhangi bir sistemle rekabet edebilecek düzeyde olan şaşırtıcı oyunlar sayesinde hızlı bir şekilde bir eğlence platformu haline geldi ve yavaş yavaş birçok insanın hayatında merkezi bir rol üstlenmeye başladı. (Dillion, 2011: 135). Kişisel bilgisayarların yanı sıra telekomünikasyon sektörünün özellikle 21. yüzyılda gösterdiği büyük gelişimle beraber cep telefonları ve tabletler her anlamda insan yaşamında dikkat çekici bir noktaya erişmiştir. Bu cihazlar haberleşme, bilgiye erişim gibi temel özelliklerinin yanı sıra ticari olarak neredeyse yarım asırlık bir geçmişi olan dijital oyun sektörünün yakın geçmişte başlayan mobil hale gelme süreci ile beraber eğlence amaçlı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte çalışmanın bir sonraki bölümünde inceleneceği üzere sanal gerçeklik kavramıyla beraber bireysel ve toplumsal anlamda önemli değişiklikler meydana gelmiş, aynı zamanda bu değişiklikler yeni bir sanal kimliğin oluşmasına da neden olmuştur.

Türkiye İstatistik Kurumu TÜİK (2017) verilerine göre 16-74 yaş grubundaki bireylerde bilgisayar ve internet kullanımı sırasıyla %56,6 ve %66,8 oldu. Aynı zamanda 2017 yılı Nisan ayında hanelerin %80,7'sinin evden internete erişim imkânına sahip durumda olduğu bilinmektedir. Ülkemizde hem bilgisayar hem de internet kullanım oranının son 10 yılda neredeyse 2 katına çıktığı görülmektedir. Bu durum açıkça göstermektedir ki bilgi ve iletişim teknolojileri gösterdiği baş döndürücü gelişim sayesinde toplumsal yaşamda yerini almış ve her geçen gün büyümeye devam etmiştir. TÜİK tarafından 2013 yılında yapılan “06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı Ve Medya” araştırmasına göre çocukların bilgisayar kullanmaya başlama yaşı ortalama 8 iken, internet kullanmaya başlama yaşı ortalama 9'dur. Aynı araştırmada ortaya çıkan bir diğer sonuca göre; 06-15 yaş grubundaki cep telefonu kullanan çocukların ortalama cep telefonu kullanmaya başlama yaşı 10 iken, cep telefonu kullanan 06-10 yaş grubu çocukların %80'i, 11-15 yaş grubu çocukların ise %62,9'u cep telefonu üzerinden oyun oynamaktadır.

Dünya üzerinde ise 2,2 milyar aktif oyuncu var; bunların %47'si (yaklaşık 1.0 milyar oyuncu) oynarken para harcıyorlar (Newzoo, 2017b). Günümüzde insanlar özellikle 2000'li yıllarda dünyaya gelenler, dijital oyunlarla çok fazla vakit geçirmekte hatta önemli seviyelerde harcamalar yapmaktadır. Dijital oyun takipçileri sadece oynamakla kalmamakta, aynı zamanda profesyonel oyuncuların videolarını izlemek için de önemli zaman harcamaktadır. Araştırmalara göre Türkiye'de aktif olarak dijital oyunlara ilgi gösteren insanların %59'u oynadıkları oyunlar hakkında püf noktaları ve ipuçları içeren videolar izlemektedir (Newzoo, 2017a). Kısacası dijital oyunlarda aktif olarak oyuncu olmanın yanı sıra, diğer oyuncuları takip etmek ve oyunlar hakkında bilgi almak için de önemli zaman harcanmaktadır.

Yaşanan teknolojik gelişmelerin doğal bir sonucu olarak bilgi ve iletişim teknolojileri günlük hayatta önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Her geçen gün daha da dijitalleşen günümüz dünyasında dijital oyun sektörü de değişen toplum yapısı içerisinde dikkat çekici bir konuma erişmiştir. Özellikle son yıllarda gelişen akıllı telefon teknolojisi demografik anlamda geniş yelpazede bir oyuncu kitlesi ortaya çıkarmıştır. 20. yüzyılın son dönemlerinde ortaya çıkan ve bilgi toplumu olarak ifade edilen toplum, yaşanan gelişmelerden etkilenmiş ve kısa sürede uyum sağlamıştır. Bunun bir sonucu olarak da günlük hayatta özellikle serbest zaman etkinliği olarak yeni

faaliyetler ortaya çıkmıştır. Bu anlamda dijital oyunların, bilgi toplumunda her geçen gün büyüyerek bir sektör haline geldiği görülmektedir. Ayrıca kendisinden tarihsel anlamda daha önce ortaya çıkmış olan birçok sektörle rekabet haline girmeyi başaran dijital oyun endüstrisi çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bahsedileceği üzere modern spor ile çeşitli şekillerde etkileşime girmiş, bunun yanı sıra bir serbest zaman etkinliği olma özelliğine rekabetçi unsurlar eklemiştir.

2.6. Sanal Gerçeklik Olgusu

Sanal Gerçeklik günümüzde Fizik, Matematik, Mühendislik, Eğitim, Tıp gibi birçok farklı alanı ilgilendiren önemli bir olgu haline gelmiştir. Özellikle dijital oyunlardaki yeriyle birlikte gündelik hayatta sıkça karşımıza çıkmaktadır. Sanal Gerçeklik, katılımcılarına gerçekmiş hissi veren, bilgisayarlar tarafından yaratılan dinamik bir ortamla karşılıklı iletişim olanağı tanıyan, bir benzetim modelidir (Bayraktar ve Kaleli 2007: 254). Sanal Gerçeklikte kullanıcı gerçekte var olan ya da olmayan mekân, kişi ve nesnelere dijital ortamda etkileşime girebilmektedir. Bu etkileşimi sağlayabilmek ya da arttırabilmek adına gözlük, eldiven vb. birçok araçtan yararlanılmaktadır.

Sanal gerçeklik sistemleri kısmi katılım, orta katılımlı ve tam katılımlı olmak üzere 3 gruba ayrılmaktadır (Gutiérrez, Vexo ve Thalmann, 2008).

Tam katılımlı sistemler, kullanıcının görüş alanını tamamen kaplar. Kullanıcıları gerçek dünyadan tamamen izole etmek için görüntü sağlama özelliği olan kasklar kullanılır. Ayrıca gerçek ya da sanal sesler oluşturularak ve kulaklıklar kullanarak işitme duyusu gerçekte dünyaya kapatılabilir.

Orta katılımlı sistemler büyük ekranlara görüntü yansıtılarak oluşturulur. Genel olarak, birçok kullanıcının sistemi paylaşmasına izin verir ve işbirlikçi çalışmalar için ilginç deneyimler sağlar.

Kısmi katılımlı sistemler ise düşük maliyet, kolay kullanım ve kurulum nedeniyle popülerlik kazanmıştır. Genel olarak masaüstü tabanlı sanal gerçeklik sistemleri olarak da adlandırılır ve dijital oyunlar en önemli örnekleridir.

İnternetin gelişimi ve sosyal ağların artmasıyla beraber sanal gerçeklik ortamları sadece insan-makine ilişkisiyle sınırlı kalmamakta, insanların birbirleri ve kendi benlikleri ile olan ilişkileri de göze çarpmaktadır. Sanal gerçeklik keşfetme, bilgi

edinme, iletişim kurma ve sosyalleşme gibi özgürlük alanları sağlarken, sanal gerçekliğin kullanıcısı da kontrolünü elinde tuttuğu sanal kimlikleri bu ortamda yaratmaktadır (Azap, 2014). Horsfield'a (2004: 167) göre gerçek dünyada var olan hayal kırıklıklarının olmadığı sanal gerçekliğin temel özellikleri gerçek dünyada yaşama arzusunda azalmaya yol açmakta ve bu nedenle kişiler, bireysel ya da toplumsal çevreyle birlikte yaşama ya da değişme disiplinlerini öğrenmek yerine, bu pratikliklerin olmadığı bir gerçekliğe kaçmayı daha kolay bulmaktadır. Benzer şekilde dijital oyun oynama sırasında da oyuncu farklı bir kimliğe bürünür ve dijital oyunun sağladığı sanal alan sayesinde kimlik edinme sorunu geçici olarak ortadan kalkar (Dönmez, 2012). Örneğin; günlük hayatta yeterince iyi futbol oynayamayan birisinin dijital oyunun kendisine yarattığı sanal ortamda başarılı olması ona yeni bir kimlik kazandırmaktadır. Kişi gerçek hayatta yaşadığı başarısız deneyimi dijital oyunun kendisine sunduğu dünyada geride bırakma imkanına sahip olmaktadır. 2018 yılında kendi espor ligini hayata geçiren Amerikan Basketbol Ligi NBA'nin Komisyoneri Adam Silver (2017) bu durumla ilgili olarak *"Böylesine türünün ilk örneği liglerde başka oyunları oynayan bir grup insanı çekme fırsatı olacak. Şimdi dijital oyuncular 'Belki fiziksel olarak yeterli seviyede olmadığım için New York Knicks adına basketbol oynayamam, ama eKnicks için oyun oynayabilecek fiziksel ve mental cesaretim var' diyebilirler"* ifadelerini kullanıyor.

Çalışmanın bir önceki başlığında bahsedildiği üzere içinde bulunduğumuz bilgi çağı toplumsal yapıda da önemli değişikliklere neden olmuştur. İlerleyen teknoloji sayesinde bireylerin çevrimiçi ortamlara dahil olma süreci kolaylaşmış ve hızlanmıştır. Çevrimiçi olarak vakit geçirmekte olan insanlar sanal ortamların kendilerine sağladıkları olanaklar dahilinde yeni kimliklere bürünmüş ve kendilerini gerçek dünyanın dışında bir sanal gerçeklik içerisinde bulmuşlardır.

2.7. Dijital Oyunların Olumsuz ve Olumlu Etkileri

İçinde bulunduğumuz dönemin bir sonucu olarak insanlar dijital oyunlarla oldukça sık vakit geçirmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde değinileceği üzere insanların dijital oyunlarla yaşadığı bu etkileşim bereaberinde espor denen yeni bir kavramı da getirmiştir. Fakat henüz neredeyse yarım asırlık bir sektör olan dijital oyun sektörünün beraberinde getirdiği bazı etkiler bulunmaktadır. Hemen hemen birçok alanda olduğu gibi dijital oyunların da insanlar üzerinde olumlu ya da olumsuz çok

sayıda etkisi bulunmaktadır. Oyun oynayan kişilerin seçtikleri oyunlar, oynama süreleri ve demografik özellikleri bu etkilerin oranına büyük ölçüde etki etmektedir. Bu noktada dijital oyunlarından insanlar üzerinde ne gibi etkilere sahip olduğuna değinilecektir.

2.7.1. Dijital Oyunların Olumsuz Etkileri

Dijital oyunların belirli şartlar altında ve aşırıya kaçmadan oynandığında olumlu yönleri bulunmaktadır. Fakat kişi oyun oynama isteğinin kontrol edilemez hale gelmesi, duygu, düşünce ve davranışlarda negatif anlamda farklılıklar meydana gelmesi bir problem olarak göze çarpmaktadır.

Bu problem Dünya Sağlık Örgütü WHO tarafından (2018) oynama bozukluğu olarak ifade edilmekte ve “*oyunun diğer ilgi alanlarına ve günlük etkinliklere göre önceliğe sahip olması ve olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına rağmen oynama durumunun devamı veya artması*” olarak açıklanmaktadır. Dijital oyun bağımlılığı, fiziksel aktivite eksikliğinden dolayı baş ağrıları, uyku bozuklukları ve obezite gibi fizyolojik sorunlara da neden olurken, araştırmalar, çoğu zaman bilgisayar önünde oturan bir kişinin gerçek hayatta çalışmak için gereken sosyal becerileri öğrenmediğini göstermektedir (Mitra, 2010: 89).

Dijital oyun endüstrisinin 1970’li yıllarda ortaya çıkmasıyla beraber 1980’li yıllardan itibaren oyun bağımlılığı üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde bu çalışmaların sayısında kayda değer bir artış görülmektedir. Özellikle gelişen internet teknolojisi ile birlikte çevrimiçi oyunlar ortaya çıkmış ve dijital oyunlar her an oynanabilir hale gelmiştir. İnsanların günlük hayatta daha kolay çevrimiçi hale gelmesi ve dijital oyunlara daha kolay ulaşabilmesi bağımlılık oranında da artışa neden olmuştur. Dijital oyun bağımlılığı insanlar üzerinde özellikle psikososyal anlamda olumsuz etkilere neden olmaktadır. Griffiths, Kuss ve King (2012) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda aşağıdaki olumsuz etkilere ulaşılmıştır;

- İş, eğitim, hobiler, sosyalleşme, partner / aile ile zaman geçirme ve uykuyu feda etme,
- Artan stres,
- Gerçek yaşam ilişkilerinin yok olması
- Psikososyal anlamda iyi oluşun azlığı ve yalnızlık,

- Daha zayıf sosyal beceriler,
- Akademik başarıda azalma,
- Artan dikkatsizlik,
- Saldırgan davranışlar,
- Sözel bellek performansında azalma,
- Bilişsel anlamda uyumsuzluk,
- İntihar düşüncesi.

Bu olumsuz etkiler aşırı bir şekilde dijital oyun oynamanın bağımlılık gözetmeksizin bir sorun teşkil ettiğini ortaya koymaktadır. Bu etkilerin en aza indirgenmesi için oynama süreleri kontrol altına alınmalı, kaliteli oyunlar tercih edilmelidir. Aile tarafından yapılacak bilinçli yönlendirmeler, okullarda sağlanacak doğru eğitimler de bir diğer çözüm yolu olarak göze çarpmaktadır.

2.7.2. Dijital Oyunların Olumlu Etkileri

Her ne kadar insanlar arasında dijital oyunların genel olarak olumsuz yönleri üzerinde durulsa da aslında birçok olumlu yönü de bulunmaktadır. Eğitimden sağlığa birçok alanda yardımcı bir araç olarak kullanılan dijital oyunlar özellikle doğru ve kontrollü kullanıldığında olumlu yönleriyle dikkat çekmektedir.

Her ne kadar dijital oyunların çoğu eğlence amaçlı tasarlansa da eğitim alanında da öğrenme amaçlı olarak kullanılmaktadır. Dijital oyunlar eğlenceli olması, katılımcıların yenilik, merak, zorluk yaşamalarına izin vermesi ve etkileşimli bir yapı içermesi nedeniyle öğrenmeyi kolaylaştırmaktadır (Griffiths, 2002). Öğrenme prensipleri açısından incelendiğinde dijital oyunların önemli bir etkisi olduğu göze çarpmaktadır. Dijital oyunlar, oyuncuları talep edilen zamanda; sistemli düşünme, sıralı problemleri çözme, risk alma, keşfetme, farklı açılardan düşünme, amaçları gözden geçirme gibi şeyleri gerçekleştirme noktasında oyuncuları teşvik etmektedir (Gee, 2005).

Dijital oyunlar sadece çocukların eğitiminde değil aynı zamanda askeri eğitimlerde de bir araç olarak kullanılmaktadır. Simulasyon içerikli oyunlar askerlerin uçak, tank vb. araçları kullanması için gerekli olan yetenekleri geliştirmede önemli bir yer tutmaktadır. Örneğin; Amerikan Savunma Bakanlığı'nın İleri Araştırma Proje

Ajansı 1980'li yıllarda o dönem dijital oyun endüstrisinde söz sahibi olan Atari firmasını tank sürücüleri için bir eğitim simülatörü olan Battlezone'u geliştirmesi için görevlendirmişti (Kerr, 2006: 137).

Şiddet içerikli oyunların olumsuz anlamda etkileri bulunsa da özellikle ruh hali sorunları için, olumsuz durumları hafifletmek ve zararlı ruh hallerini onarmak için stratejiler sağladığı da görülmüştür (Bowman ve Tamborini 2012). Bu işlev daha da şiddetli dijital oyunlar için desteklenmiş; Ferguson ve Rueda (2010), şiddet içeren video oyunlarının depresyon ve düşmanca duyguları azalttığını göstermiştir.

Dijital oyunların öne çıkan bazı olumlu etkileri;

- Aynı anda birden fazla işi uygun şekilde yapabilme yeteneği sağlar,
- El-göz-beyin arasındaki koordinasyonun gelişimine yol açar,
- Strateji oyunları aracılığıyla strateji geliştirme ve uzun vadeli plan yapma becerisi geliştirir,
- Çevrimiçi çok oyunculu oyunlar aracılığıyla takım çalışması ve iletişim yeteneklerinin geliştirilmesine olanak tanır,
- Engeller karşısında farklı yaklaşımlar geliştirme ve tekrar deneme arzusunu geliştirir,
- Günlük hayatta kısıtlı zamanlarda hızlı reaksiyon verme,
- Yabancı dil öğrenme merakı ve kolaylığı sağlaması.

3. OYUN SALONLARINDAN STADYUMLARA; ESPORUN DOĞUŞU

2000’li yılların başından itibaren büyük bir ivme kazanan rekabetçi dijital oyunculuk beraberinde güçlü bir espor kavramını da getirdi. Her ne kadar espor kavramı ilk olarak 1999 yılında ortaya atılmış olsa da özellikle son yıllarda büyük bir ilgi odağı olmasıyla beraber her anlamda daha bilinir ve merak edilir hale gelmiştir. Öyle ki çalışmanın bir sonraki bölümünde daha detaylı bir şekilde değinileceği üzere modern spor kulüp ve organizasyonlarının da ilgisini büyük ölçüde çekmeyi başarmıştır. Özellikle genç nüfusun büyük ilgi gösterdiği espor sahip olduğu birçok etken sayesinde ekonomisini her geçen gün büyütme devam ediyor. Bu nedenle global anlamda farklı sektörlerden birçok firma bu ekonomiyi destekleyen unsurlar arasında yer almak için çaba gösteriyor.

Bu bölümde çalışmanın ana aktörü konumundaki espor üzerinde detaylı bir şekilde durulacaktır. İlk olarak son yıllarda gördüğü ilgi ile beraber büyük bir olgu haline dönüşen espora kavramsal olarak yaklaşılabilecektir. Her ne kadar kısa bir geçmişe sahip olsa da espor kavramı olarak son dönemde akademik anlamda gelişme gösteren bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle ilk olarak espor kavramının nasıl karşılık bulduğuna ve hangi açılardan ele alındığına değinilecektir.

Bölümün ikinci başlığında 20. yüzyılın sonlarında karşımıza çıkan espor kavramının tarihsel olarak dijital oyunlarla beraber gösterdiği eş zamanlı gelişimi ele alınacaktır. Espor son dönemde büyük bir ilgi odağı haline gelse de ilk rekabetçi turnuvaların daha eski yıllara uzandığı bilinmektedir. Bu turnuvaların organizasyon yapısı, seyirci, ekonomi vb. açılardan gösterdiği gelişim göz önünde bulundurularak ne gibi değişimlere uğradığı ortaya konulacaktır. Bu noktada tarihsel bir çerçeve oluştururken, arcade olarak bilinen oyun makinelerinin popüler olduğu dönemden günümüze gelene kadar geçen süreçte yaşanan dönüşümler dikkate alınacaktır. Bu noktada temel amaç rekabetçi oyunculuğun yerellikten çıkarak nasıl global hale geldiğini ve bunun sonucunda yeni bir spor türü olarak karşılık bulma durumunu ortaya koymak olacaktır.

Çalışmanın bu bölümündeki diğer odak noktaları ise esporun kısa sürede oluşturduğu büyük ekonomi, profesyonelleşme yolundaki çabaları ve gelecekte bizi bekleyen muhtemel durumlar olacaktır.

3.1. Espor Kavramı

Teknolojinin her geçen gün geliştiği günümüz dünyasında yeni kavramlar ortaya çıkmaktadır. Dijital oyun sektörünün gösterdiği gelişim ve rekabetçi oyunculuğun uluslararası bir hal alması ise beraberinde espor kavramını getirmiştir. Literatürde elektronik spor, rekabetçi (dijital) oyunculuk, profesyonel (dijital) oyunculuk gibi farklı ifadeler yer alsa da genel anlamda en yaygın kullanım şekli çalışma boyunca yer verildiği gibi espor olarak göze çarpmaktadır. Amerikan haber ajansı Associated Press'e göre espor olarak yazılmasının doğru olduğu, bir organizasyon veya etkinliğin biçimsel ismi olarak eSpor veya e-Spor formatlarının kullanılabilmesi belirtilmektedir. İlk rekabetçi dijital oyun turnuvasının 1970'li yıllara kadar uzandığı bilinse de espor son dönemde popüler hale gelmiştir. 2010'lu yıllarda büyük bir takipçi kitlesine ulaşan espor başlı başına bir endüstri haline gelmeye başlamıştır. Özellikle son yıllarda akademik anlamda da büyük ilgi gören espor üzerine yapılan çalışmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde espora kavramsal olarak genel bir çerçeve çizme gayreti içerisinde olunacaktır.

Spor disiplinleri olarak kabul edeceğimiz faaliyetlerin değer sistemimiz değiştikçe değişeceğini (örneğin; teknolojik ilerleme nedeniyle) ifade eden Wagner (2006) tarafından yapılan *“insanların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanırken zihinsel ya da fiziksel yeteneklerini geliştirdikleri ve eğittikleri bir spor etkinlik alanıdır”* açıklaması espor ile ilgili yapılan en belirgin tanımlama olarak ön plana çıkmaktadır. Argan ve diğerleri (2006) ise *“dünyanın bir ucundan diğerine iki insanın internet aracılığıyla ya da dünyanın her yerinden gelen insanların büyük organizasyonlar ile buluşup oyun oynayabilecekleri, hem fiziksel hem de zihinsel olarak çoğu sporun gerektirdiğinden çok daha fazlasını kapsayan bir spordur”* şeklinde tanımlamaktadır.

Hamari ve Sjöblom (2017) espor ile ilgili olarak *“sporun birincil yönlerinin elektronik sistemler tarafından kolaylaştırıldığı, oyuncuların ve takımların girdilerinin yanı sıra insan-bilgisayar arayüzleri tarafından espor sisteminin çıktısına aracılık eden bir spor biçimi”* derken, Uluslararası eSpor Federasyonu IeSF (2017) tarafından yapılan tanımlamada ise *“PC, ekran ekipmanı, ağ ve diğer elektronik cihazlar gibi bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak gerçekleştirilen rekabetçi bir sporu tanımlamak için kullanılan genel bir terimdir”* ifadelerine yer verilmektedir.

Tüm bu tanımlamalar göze önüne alındığında espor; fiziksel veya zihinsel aktivitelerin bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla çevrimiçi ortamlarda gerçekleştirildiği, rekabetçi bir spor türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Espor, modern spor branşlarının dijital ortamlara uyarlanan versiyonlarının oynanmasını değil, genel olarak dijital oyunların rekabetçi olarak profesyonel anlamda oynanmasını ifade etmektedir. Genel olarak rekabet barındıran dijital oyun türleri potansiyel espor olarak karşımıza çıksa da dünya genelinde kabul gören belli başlı oyun türleri vardır. Bunlardan bazıları şöyledir;

- Birinci Şahıs Nişancı (Counter-Striker vb.)
- Gerçek Zamanlı Strateji (Warcraft, Starcraft vb.)
- Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası (League of Legends vb.)
- Spor (FIFA, NBA 2K vb.)
- Araba Yarışları (Formula 1, Need for Speed vb.)

Her ne kadar espor her geçen gün bilinirliğini hızla artırmaya devam etse de spor olarak kabul edilme noktasında yapılan tartışmalar devam etmektedir. Çalışmanın üçüncü bölümünün ilk başlığında bu tartışmalara karşılaştırmalı olarak yer verilecektir.

Ayrıca esporun spordan bağımsız olarak düşünülmesi gerektiğini belirten bir kesim de mevcuttur. Oyun ve etkileşimli medya üzerine araştırmalar yapan bir şirket olan SuperData Research (2015) bu konuyla ilgili olarak *“Birçok yönden rekabetçi oyun en azından ilk bakışta geleneksel sporlara benzemektedir. Ancak espor gibi yeni bir olgunun eskilere göre tanımlanabileceğini düşünmek tamamen yanlış anlamaktır. Teknoloji, hayran topluluğu ve interaktif eğlence arasındaki kesişme, büyük deneyimleri küresel ölçekte paylaşmanın yeni yollarını bize sunuyor.”* yorumunu yapmaktadır.

Ólafsson (2012: 8) esporun bu kadar popüler olmasının tek bir neden ile açıklanamayacağını belirtirken, üç ana nedeni olarak şunları öne çıkarmaktadır;

1. Teknolojinin bu denli bir büyüme için uygun durumda olması
2. Şu anda tasarlanan oyunların seyirci dostu espor oyunları olarak tasarlanması
3. Bilgisayar oyunları oynamanın yaygın bir olgu haline gelmesi.

Son yıllarda yaşanan hızlı gelişmelerin bir sonucu olarak bilgi ve iletişim teknolojileri her geçen gün hayatımızdaki yerini genişletmeye devam etmektedir. Toplumdaki kişilerin bu gelişmelere sıkıca bağlı yaşadığı ve yaşanan teknolojik

gelişmelere ayak uydurmak için çaba gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu gelişmeler kişiler arasında rekabetin yaşanabileceği yeni alanları da beraberinde getirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Dijital oyunlar bu rekabetin yaşandığı en dikkat çekici alanlardan biri olarak göze çarpmaktadır. Çalışmanın bir önceki bölümünde değinildiği üzere insanlığın içinde bulunduğu bu yeni dönem yeni bir toplum yapısını meydana getirmiştir. Espor bu yeni toplumun beraberinde getirdiği, rekabet ve eğlence içeren, yeni bir sportif olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2. Esporun Ortaya Çıkış Süreci

Çalışmanın bir önceki bölümünde detaylı şekilde değinildiği üzere dijital oyunlar 1970’li yılların ortalarından itibaren gündelik hayatın kalıcı parçalarından biri haline gelmiştir. Bunun sonucunda dijital oyunlar zamanla yeni bir rekabet alanı olarak gelişmeye başlamıştır. 2000’li yılların başından itibaren büyük ilgi görmesine rağmen esporun 1970’li yıllardan beri var olduğu düşünülmektedir. İlk rekabetçi dijital oyun turnuvasının 19 Ekim 1972’de Stanford Üniversitesi Yapay Zeka Laboratuvarı’nda ‘Spacewar’ isimli oyunla düzenlendiği bilinmektedir (Baker, 2016). Turnuvanın galibi ödül olarak “Rolling Stone” isimli derginin ücretsiz aboneliğini kazanmıştı. Bu durum rekabetçi dijital oyunculuğun sanılandan daha önemli bir geçmişe sahip olduğunu göstermektedir. Her ne kadar profesyonel anlamda içinde bulunduğumuz yüzyıla ait bir olgu olarak karşımıza çıksa da günümüzde bildiğimiz anlamıyla esporun geçmişi dijital oyunların geçmişiyle paralellik göstermektedir.

Bu nedenle ilk rekabetçi dijital oyun turnuvalarının “arcade” olarak tabir edilen oyun salonlarında ortaya çıkması şaşırtıcı olmayacaktır. 1980’li yılların ilk bölümü bu noktada önemli bir dönüm noktası olarak göze çarpmaktadır. Birçok akademisyen esporun başlangıcı olarak 1990’lı yılların başında internet ağlarının gelişmeye başlaması sonucunda çevrimiçi turnuvaların ortaya çıkmasını işaret etse de, hem oyun kültürü hem de organize rekabetçi turnuvaların halka açık alanlarda başladığı ihmal edilmiştir (Borowy, 2012). 1980’li yılların ilk bölümünde arcade için üretilen birçok popüler oyun beraberinde oyun salonlarında yaşanan rekabeti de getirmiştir. Esporun ilk örneği olarak görebileceğimiz bu tek oyunculu yarışmalarda oyuncu, makineye karşı mücadele eder ve sonuçta bir puan elde ederek, kendisinden önceki skoru geçmeyi hedeflerdi (Snively, 2014).

Borowy ve Jin'e göre (2013) espor, özellikle Amerika'da üç ana ögenin birleştiği 1980'li yılların başından ortasına kadar olan bir dönemde ortaya çıkmıştır. Bu ögeler;

1. Dijital oyun oynamanın hızlı artışı ve oyun salonunda buna eşlik eden oyun kültürünün oluşması,
2. Deneyim ekonomisi kavramının hem bilimsel yazılarda hem de işte tartışılan ekonomik bir gelişme olarak hız kazanması,
3. Kurumsal tanıtım büyümesi için bir araç olarak etkinlik pazarlaması odak nokta olmasıdır.

Bu dönemde yapılan birçok girişim sayesinde oyun içi deneyimlerinin yanına, oyuncuların yarıştıkları sosyal etkinlikler de eklendi. Oyun salonları oyuncuların birbirleriyle rekabet ederken, aynı zamanda sosyalleşebildikleri birer etkinlik alanı haline geldi. Bu durumun sonucunda organize, para ödüllü, rekabetçi dijital oyun turnuvaları ortaya çıktı.

1980 yılında dönemin önde gelen dijital oyun üreticilerinden olan Atari tarafından New York'da düzenlenen "Birinci Ulusal Space Invaders Turnuvası" organize anlamda ilk rekabetçi turnuvalardan biri olarak göze çarpıyor. Turnuva Los Angeles, San Francisco, Fort Worth, Chicago ve New York gibi şehirlerde gerçekleşen bölgesel etkinliklerle beraber 10.000 katılımcıyla oldukça popüler olurken, aynı zamanda yazılı basın ve televizyonda geniş yer bulmasıyla, dijital oyun çılgınlığının kitlelere ulaşmasını sağladı (Ausretrogamer, 2015). "Birinci Ulusal Space Invaders Turnuvası" ile büyük başarı yakalayan Atari, "Tournament Games" isimli organizasyon firması ile 50.000 dolar ödüllü bir dijital oyun şampiyonası düzenleme kararı aldı. Langırt, bilardo ve dart gibi oyunlarda kapsamlı bir organizasyon tecrübesine sahip olan "Tournament Games" bu turnuvayı dünyanın en iyi dijital oyuncularının katılacağı yeni bir spor yarışması olarak tanıttı (Kent, 2001: 162). Fakat Chicago Gösteri Merkezi'nde gerçekleştirilen organizasyonun yeterince iyi planlanmaması nedeniyle 15.000'e yakın katılımın beklendiği turnuvaya yaklaşık sadece 150 kişi katıldı.

Bu ilk turnuva denemeleri özellikle beraberinde medya etkileşimini getirmesiyle de dikkat çekmektedir. Dijital oyun içerikli dergilerin yanı sıra genel olarak medyada oyuncuların "sporcu" ya da "atlet" olarak adlandırılmaları günümüzde yaşanan tartışmalarla benzerlik göstermektedir. Göze çarpan bir diğer benzerlik ise turnuvaların

günümüzdeki örneklerine yakınlığında ortaya çıkmaktadır. Şekil 1’de yer alan “Birinci Ulusal Space Invaders Turnuvası” ilerleyen bölümlerde inceleceneği üzere günümüzdeki espor turnuvalarıyla benzer yanlar içermektedir.



Şekil 1: Birinci Ulusal Space Invaders Turnuvası, 1980.

1981 yılında ortaya çıkan Twin Galaxies oluşumu rekabetçi dijital oyunculuk açısından önemli dönüm noktalarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Halka açık oyun salonlarında gerçekleşen turnuvaların profesyonelleşmesi noktasında Twin Galaxies birçok önemli rol üstlenmiştir. Dijital oyunlardaki istatistikleri, skorları ve verileri tutmayı amaçlayan Twin Galaxies, dijital oyunların profesyonel bir spora evrilme sürecindeki tarihsel kilometre taşlarını veri tabanında korumaktadır (Wolf, 2012: 650). 1980’li yıllarda oldukça popüler olan oluşum bir süre Guinness Dünya Rekorları Kitabı’nın dijital oyun skorları bölümüne destek verirken, sonrasında elektronik oyunlar için resmi kural kitabı yazarak her oyun için standart ayarları ve kuralları belirledi. Twin Galaxies’in bir diğer önemli adımı ise Amerika’yı temsil etmek için kurulan ABD Ulusal Video Oyun Takımı’nı kurmak oldu. Amerika’nın en yetenekli dijital oyuncularından oluşan takım 1980’li yıllar boyunca Avrupa, Asya ve Amerika’da turnelere çıkarak yarışmalara katıldı.

1980’li yıllarda arcade çılgınlığının yaşandığı süreçteki oluşumların günümüzdeki etkinliklere ışık tutacak cinsten olduğu görülmektedir. Arcadelerde yerel olarak başlayan rekabet ortamı giderek sınırları zorlamaya başlamıştır. Çalışmanın ilk

bölümünde aktarıldığı üzere dijital oyun dünyasında 1980’li yılların ortasından itibaren yaşanan değişimin yanı sıra, 1990’lı yıllara gelindiğinde hem gelişen teknoloji hem de oyun üreticilerinin stratejileri ile beraber rekabetin farklı formlar kazandığı görülmektedir. 1980’li yıllarda oyuncu-makine etkileşimi ve bir önceki skoru geçmeye dayalı olan rekabet, 1990’lı yıllardan itibaren direkt olarak bireylerin karşılıklı rekabetini beraberinde getirmiştir. Capcom firması tarafından üretilen Street Fighter isimli oyun serisi bu anlamda bir köprü olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk olarak arcadeler için üretilen oyun daha sonrasında ev tipi oyun konsollarında da yer bulmuştur. Oyun içerisinde yer alan farklı özelliklere sahip karakterler üzerinden oyuncuların makineye karşı kazanma çabaları artık oyuncu-oyuncu eksenine doğru kaymaya başlamıştı. Bununla birlikte teknolojik gelişmeler sayesinde ses ve görüntülerdeki iyileşmelerin yanı sıra konsol ve oyun makinelerine farklı fonksiyonlar eklenerek oyuncuların yeni ve çeşitli hareketleri yapmalarına imkân tanınmıştır. Aynı zamanda Yerel Ağ Bağlantıları sayesinde fiziksel olarak birbirlerine yakın bilgisayarlar arasında kurulan bağlantılar daha çok oyunculu oyunların oluşmasını sağlamıştır. İnternet kafe kültürünün ortaya çıkmaya başladığı dönemde ID Software tarafından 1993 yılında piyasaya sürülen Doom ve 1998 yılında Blizzard Entertainment şirketi tarafından üretilen StarCraft isimli oyunlar bu anlamda ilk örneklerden biri olarak öne çıkmaktadır. Doom, günümüzde en popüler oyun türlerinden biri olan ve espor organizasyonlarında sıklıkla yer bulan Birinci Şahıs Nişancı türüne öncülük eden oyunlar arasında yer almıştır.

1990’lı yıllarda görülen bir diğer dönüşüm ise dijital oyunların çevrimiçi ortamlara taşınması olmuştur. 1970’li yıllardan itibaren gelişen internet teknolojisi ilk başlarda basit işlemler için kullanılırken, özellikle 1990’lı yılların başından itibaren büyük bir popüleriteye ulaşmıştır. Bu durum kişisel bilgisayarlara artan ilgiyle birleşince bireyler arasındaki etkileşimde her anlamda yeni bir dönemin başladığı görülmektedir. Bu dönemde aynı zamanda dijital oyunların yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası anlamda çevrimiçi ortamlara geçişinin de gerçekleştiği bir süreci ifade etmektedir.

1990’lı yılların sonundan itibaren çevrimiçi olan insanların sayısının artması, internet teknolojisinin gelişmesi, internet kafelerin giderek yaygınlaşması sonucunda dijital oyun turnuvaları giderek uluslararası bir hal almaya başlamıştır. Özellikle internet

teknolojisinin daha sık kullanılır olduğu gelişmiş ülkelerde, internet bağlantısına sahip olan bireyler, internet ortamında oynamaya olanak tanıyan oyunlarda birbirleriyle fiziksel anlamda mesafe tanımaksızın rekabet edebilir hale gelmişti. Birinci Şahıs Nişancı türü gibi çok oyunculu oyun içeriklerinin de ortaya çıkmasıyla beraber modern espor turnuvalarının başlangıcı olarak görülebilecek rekabetçi dijital oyun turnuvaları organize edilmeye başlanmıştır.

27 Haziran 1997'de Angel Munoz isimli bir girişimci tarafından kurulan Cyberathlete Professional League (CPL) bu anlamda öncü turnuvalardan biri olarak göze çarpmaktadır. 2013 yılına kadar devam eden CPL yakaladığı başarı, kademeli olarak büyüyen etkinlik mekanları, para ödülleri ve elde ettiği sponsor desteğiyle benzer organizasyonlara başarılı bir yol haritası hazırladı. Aynı zamanda 2005 yılında New York'ta gerçekleşen ve MTV tarafından yayınlanan CPL Dünya Turu Finali televizyonda yer alan ilk espor etkinliği olarak bilinmektedir (CPL, 2018).

Tablo 5: En Geniş Ödül Havuzuna Sahip CPL Etkinlikleri

Yıl	Turnuva	Ödül (Dolar)
2005	CPL Dünya Turu Finalleri	510.000
2003	CPL Yaz (Counter-Strike)	200.000
2007	CPL Dünya Turu Finalleri	200.000
2001	CPL Dünya Şampiyonası	150.000
2000	CPL Turnuvası	100.000

Kaynak: esportsearnings.com

"Elektronik spor" veya "espor" teriminin ortaya çıkışı ise 1990'lı yılların sonlarına dayanmaktadır. 1999 yılında Londra'da kurulan Çevrimiçi Oyuncular Birliği'nin (OGA) lansmanında "espor" terimini kullanan ve modern spor ile karşılaştıran "Eurogamer" Mat Bettinson'ın açıklaması en eski kaynaklardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Wagner, 2006). Günümüzde aktif durumda olmayan OGA temelde profesyonel oyuncuları temsil etmeyi, bu yeni "sporu" tanıtmayı, toplulukta sportmenliği teşvik etmeyi ve hile yapılmasını önermeyi amaçlıyordu.

Tüm bu gelişmeler esporun profesyonelleşmesine yol açacak yeni gelişmelerin ortaya çıkmasına olanak sağladı. Kamusal alanlarda başlayan rekabetçi turnuvalar, sonrasında halka açık alanlara taşınmış, gelişen teknoloji ile beraber evlere ve son

olarak çevrimiçi ortamlara geçiş yapmıştır. Güney Kore’de PC kullanım oranının ve internet hızının yükselmesiyle beraber çevrimiçi oyunlara olan ilgi giderek artarken, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak espor, 1990’lı yılların sonundan itibaren gençler arasında en popüler etkinliklerden biri haline geldi (Jin, 2010: 66). Yaşanan ilerlemelerin sonucunda gerekli denetimleri sağlayacak ve dijital oyunculuğun gelişmesine katkıda bulunacak yönetim organizasyonları ortaya çıkmıştır. Dijital oyun sektöründe önemli aktörlerden biri olarak öne çıkan Güney Kore’de Kültür, Turizm ve Spor Bakanlığı onayıyla, esporun ülke çapında gelişimini denetlemek ve desteklemek amacıyla Kore Espor Birliği (KeSPA) 2000 yılında kuruldu ve “espor” resmi olarak çevrimiçi dijital yarışmaları, etkinlikleri vb. temsil eden bir terim oldu. Ulusal anlamda önemli bir organizasyon olan ve önemli yetkileri bulunan KeSPA’nın oyun geliştiricileri ile olan ilişkilerinde izlediği adımlardan bazıları şöyledir;

1. Dijital oyun geliştiricileri bir oyuncu “resmi espor” yapmak istediklerinde KeSPA oyunların incelemelerini yapar.
2. KeSPA, oyunları "resmi espor" olarak onaylarsa geliştiriciler “Resmi liglere” ev sahipliği yapabilir.
3. KeSPA liglere resmi hakemleri gönderir. Hakemler tüm maçların sorumluluğunu alır ve liglerin tüm kayıtlarını saklar.
4. KeSPA, resmi liglerin galiplerini profesyonel oyuncu olarak nitelendirir.
5. KeSPA sayesinde oyun geliştiricileri oyunlarını geliştiriyor ve daha fazla kullanıcı kazanıyor. (Taylor, 2012)

KeSPA’nın kurulması Güney Kore’de var olan dijital oyun potansiyelini farklı bir noktaya taşıdı. Kablolulu ve internet televizyon kanalları aracılığıyla espor müsabakalarının yayınları başladı. Aynı zamanda artan popülerite ile beraber düzenlenen yarışmaların sayısı artarken, ödül miktarlarında da hızlı bir yükseliş göze çarptı. Güney Kore’de 1999 yılında 72 yarışmada toplam 1,5 milyon dolar ödül dağıtılırken, 2005 yılına gelindiğinde 278 yarışmada toplamda 5 milyon dolarlık ödül dağıtıldı (Jin, 2010: 74). Güney Kore’de yaşanan bu profesyonelleşme sürecinin bir diğer getirisi ise uluslararası turnuvalar oldu. Asya’da espor dünyası hızla büyümeye devam ederken 2000 yılında Dünya Siber Oyunları WCG başladı. Düzenlendiği 2000-2013 yılları arasında “Dijital Oyunların Olimpiyatları” olarak bilinen WCG’nin ilk

finaline 17 farklı ülkeden 174 kişi katıldı. 2008 yılında Almanya'nın Köln kentinde düzenlenen final etabına ise 800 oyuncu katılım gösterdi (Tablo 6).

Tablo 6: World Cyber Games Büyük Final Katılımcı Sayıları (2001-2013)

Yıl	Yer	Temsil Edilen Ülke Sayısı	Katılımcı Sayısı
2001	Seul (Güney Kore)	37	389
2002	Daejeon (Güney Kore)	45	456
2003	Seul (Güney Kore)	55	562
2004	San Francisco (ABD)	63	642
2005	Suntec City (Singapore)	67	679
2006	Monza (İtalya)	70	700
2007	Seattle (ABD)	75	700
2008	Köln (Almanya)	78	800
2009	Chengdu (Çin)	70	600
2010	Los Angeles (ABD)	60	450
2011	Busan (Güney Kore)	60	600
2012	Kunshan (Çin)	34	373
2013	Kunshan (Çin)	38	500

Kaynak: wcg.com

Final etaplarının yanı sıra gerçekleştirilen elemelere milyonlarca oyuncu dahil olmaktadır. WCG genel itibariyle; birinci şahıs nişancı (Counter-Strike ve Halo 2), spor (FIFA ve Need for Speed), aksiyon (Dead or Alive) ve gerçek zamanlı strateji (StarCraft, Warcraft ve Warhammer) gibi oyun türlerini içermekte ve hakemler eşliğinde takım ya da bireysel olarak rekabet edilen etkinliklerden meydana gelmekteydi.

Güney Kore 21. yüzyılın başında yaşanan gelişmelerle birlikte esporun gelişimine önemli katkılarda bulundu. Oluşan oyun kültürü beraberinde profesyonelleşmeyi getirdi. İlk olarak KeSPA'nın kurulması ve sonrasında WCG'nin başlaması, esporun günümüzde geldiği konumun bir temeli olarak göze çarpmaktadır. Aynı zamanda ilerleyen yıllarda esporun gelişimi açısından atılan birçok adımda da yeri olması nedeniyle Güney Kore'nin şu anda bir fenomen haline gelen esporun bir nevi

ana vatani olarak görüldüğünü söyleyebiliriz. 2008 yılında kurulan ve Güney Kore merkezli bir diğer oluşum olan Uluslararası espor Federasyonu (International e-Sports Federation - IeSF) ise esporun bir spor olarak kabul görmesi adına çalışmalar yapmaktadır.

2000 yılında faaliyetlerine başlayan Elektronik Sporlar Ligi ESL şu anda aktif olarak çalışmalarına devam eden en eski organizasyonlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Sektörün öne çıkan oyunları üzerinden yarışmalar düzenleyen ve esporun gelişimi adına çalışmalarda bulunan ESL'in CEO'su Ralf Reichert (2015) kuruluş amaçlarını *"15 yıl önce ESL'yi kurduğumuzda, hedefimiz esporu tüm dünyadaki hayranlarıyla buluşturmak ve küresel bir spor olarak kurmaktı."* şeklinde açıklıyor. Esporun tarihinde önemli dönüm noktalarından biri ise "Çok Oyunculuk Çevrimiçi Savaş Arenası" türü oyunlarının yakaladığı popülerite oldu. 2009 yılında Riot Games isimli firma tarafından geliştirilen League of Legends (LoL) isimli oyun şu anda espor arenasının en dikkat çekici figürleri arasında yer almaktadır. Son yıllarda modern spor dünyasından birçok organizasyon da dahil olmak üzere farklı sektörlerden çok sayıda yatırımcı LoL ile espor dünyasına dahil olmuştur. LoL Şampiyonluk ve Yükselme Ligleri şu anda Türkiye'de profesyonel anlamda düzenlenen tek organizasyon olarak göze çarpmaktadır.

Kamusal alanlarda başlayarak çevrimiçi ortamlar sayesinde uluslararası bir nitelik kazanan rekabetçi dijital oyunculuk kısa sürede önemli bir noktaya gelmeyi başardı. Tek oyunculu oyun oynandığı 1980'li yıllardaki rekabetin yerelliği ortadan kalkarken, gelişen espor olgusu kayda değer izleyici kitlelerini de peşinden sürükledi. Oyun salonlarındaki başarılı oyuncuların belli sosyal gruplar tarafından takip edildiği ilk günlerin aksine günümüzde profesyonel turnuvalar ve oyuncular bir stadyumu dolduracak ilgiyi görmektedir. 2017 League of Legends Dünya Şampiyonası Finali, 2008 Pekin Yaz Olimpiyatları'nın da gerçekleştirildiği 80.000 kapasiteli Pekin Ulusal Stadyumu'nda düzenlenmiş ve biletler kısa sürede tükenmiştir (Şekil 2). Esporun özellikle içerisinde bulunduğumuz 10 yıllık süreçte gösterdiği gelişim ve elde ettiği ilgi gelecek yıllar için onu merak edilesi bir konuma getiriyor. Çalışmanın üçüncü bölümünde de değinileceği üzere espor bir spor olarak kabul edilme sürecinde Uluslararası Olimpiyat Komitesi IOC'nin de dikkatini çekmeyi başardı. IOC her geçen

gün büyümeye devam eden espora kayıtsız kalmamak adına 2017 ve 2018 yıllarında önemli çalışmalar gerçekleştirmişti.



Şekil 2: LoL Dünya Şampiyonası Finali, 2017.

3.3. Espor Ekonomisi ve Ekosistemi

Çalışmanın bu bölümünde espor ekonomisinin hangi paydaşlar tarafından oluşturulduğunun ve bu paydaşların rolü üzerinde durulacaktır. Özellikle son yıllarda büyük bir ilgi gören espor, ekonomisini de her geçen gün büyötmeye devam ediyor. 2018 yılı sonunda 900 milyon dolar geçmesi beklenen espor ekonomisinin markalar tarafından aldığı artan destek açıkça görölmektedir (Tablo 7).

Tablo 7: Espor Gelir Akışı

Gelir Kalemi	Pazardaki Yüzdesi	Pazardaki Toplam Payı (Milyon Dolar)
Sponsorluk	%40	359.4
Reklamlar	%19	173.8
Medya Hakları	%18	160.7
Oyun Şirketlerinin Ücretleri	%13	116.3
Ürünler ve Bilet Satışları	%11	95.5

Kaynak: newzoo.com

Espor ekonomisinin yaklaşık olarak %59'luk bir bölümünü markaların direkt olarak (sponsorluk ve reklamlar) yaptığı katkılar meydana getirmektedir. Espor

hayranlarının demografik yapısı ve alım güçleri bu yeni rekabet alanını ilgi çekici kılmaya devam etmektedir.

Esporu oluşturan ekosistemin genel itibariyle 5 temel bileşen (Oyun şirketleri, ligler-turnuvalar, yayın platformları, takımlar ve oyuncular) ve bu temel bileşenleri besleyen 2 yan bileşenden (Markalar ve Hayranlar) meydana geldiğini söyleyebiliriz (Catalyst, 2017). Yine espor ekosisteminin modern spor organizasyonlarının aksine karmaşık bir yapısı olduğunu belirtmekte yarar var. Örneğin; bazı oyun şirketleri hem oyunu üretmekte hem de oyunun espor liglerini düzenlemektedir. Bazı organizasyon şirketleri ise hem oyunların turnuvalarını düzenlemekte hem de yayıncılığını gerçekleştirmektedir. Kısacası bu yeni gelişen rekabet alanının kendi içerisindeki dinamikleri aynı anda farklı rolleri üstlenebilmektedir.

3.3.1. Oyun Şirketleri

Oyun şirketlerinin en temel fonksiyonu dijital oyunları üretmek ve dağıtımını yapmaktır. Bu şirketlerin gelir kaynaklarını yayın hakları, lisans hakları, oyun satışları ve oyun içi indirilebilir içeriklerin satışları oluşturmaktadır. Oyun şirketleri espor ekosisteminde çok önemli bir noktada yer almaktadır. Direkt olarak oyunları oluşturan ve sahip olan bu şirketler bu anlamda hukuki hakları elinde bulundurduklarından diğer tüm bileşenler oyun oynama, yarışma düzenleme ya da yayın yapma gibi durumlar için oyun şirketlerinden onay almak zorundadır.

Oyun şirketleri ilk başlarda rekabetçi oyun turnuvalarını oyun satışları açısından bir pazarlama aracı olarak kullanmalarına rağmen ilerleyen dönemde bu durum değişti. Esporun yakaladığı başarı sonrasında şirketler kendi oyunlarının yer aldığı ligleri organize etmeye başlamıştır. Bu noktada da belli temel farklılıklar göze çarpmaktadır. Örneğin; League of Legends isimli oyunun üreticisi Riot Games kendi liglerini organize ederken, bir başka oyun üreticisi Valve ise organizatörler aracılığıyla bu ligleri düzenlemektedir.

3.3.2. Ligler ve Turnuvalar

Espor ligleri, turnuvaları ve etkinlikleri ya direkt olarak oyun şirketleri tarafından, ya da organizasyon şirketleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Organizasyon şirketleri bu etkinlikleri organize etmek için lisans bedeli ödemektedir. Bu organizasyonlar bireysel ya da takım halinde karşılaşmalar yapılmakta ve kayda

değer miktarda para ödülleri dağıtılmaktadır. Genel olarak espor lig ve turnuvalarının gelirlerini sponsorluklar, bilet satışları, yayın hakları gibi kalemler oluşturmaktadır. Son dönemde artan ilgiyle birlikte espor liglerinde dağıtılan ödül miktarları büyük gelişme göstermiştir (Tablo 8).

Tablo 8: En Büyük Gelir Havuzuna Sahip Beş Turnuva (2017)

	Lig / Turnuva	Ödül Havuzu (Dolar)	Oyun	Takım Sayısı	Oyuncu Sayısı
1	The International 2017	24,687,919	Dota 2	18	90
2	The International 2016	20,770,64	Dota 2	16	80
3	The International 2015	18,429,613	Dota 2	14	80
4	The International 2014	10,931,103	Dota 2	14	70
5	LoL Dünya Şampiyonası 2016	5,070,000	LoL	16	86

Kaynak: www.esportsearnings.com/tournaments

Aynı zamanda espor etkinlikleri son dönemde önemli izlenme oranlarına ulaşmayı başarmıştır. Hem etkinlik alanlarında hem de bir sonraki başlıkta değinileceği üzere yayın platformları aracılığıyla gerçekleştirilen yayımlarla elde edilen izlenme oranları dikkat çekici noktaya gelmiştir. League of Legends 2017 Türkiye Büyük Finali, 12 binden fazla League of Legends ve espor tutkununu Ülker Spor ve Etkinlik Salonu'nda bir araya getirirken, canlı yayınlarla 1 milyondan fazla izleyiciyi ekran başına topladı (beinsports, 2017).

Çevrimiçi yayınlarda büyük bir ilgi gören espor aynı zamanda büyük kitleleri spor salonlarına ya da stadyumlara çekme potansiyeline de sahiptir. Ayrıca var olan yoğun ilgi Çin, Güney Kore, ABD gibi ülkelerde espore özel spor kompleksleri de yapılmasını sağlamıştır.

3.3.3. Yayın Platformları

Yayın platformları genel itibariyle liglerin yayınlarını gerçekleştiren canlı video akış ağları ve sosyal medya platformlarından meydana gelmektedir. Şu anda en popüler yayın platformu olarak Twitch isimli video akış sitesi göze çarpmaktadır. Twitch, kullanıcılarına kendi kanallarını açma ve yayın yapma fırsatı veren genel itibariyle espor ve dijital oyun odaklı canlı video akış platformudur. 2011 yılında kurulan Twitch, 2014 yılında Amazon isimli firma tarafından 970 milyon dolar karşılığında satın alındı

(Gittleson, 2014). Twitch kullanıcılarına dijital oyun yarışmaları izleyebilme, yayıncılarla etkileşime girme ve yayın yapma olanağı sağlayan bir platformdur. 2017 yılında günlük 15 milyon farklı benzersiz kişiye ulaşan Twitch üzerinden yapılan yayınların izlenme süresi 355 milyar dakika olarak ölçüldü (twitch, 2017). Tüm bunların yanı sıra Twitch aynı zamanda oyunculara ve takımlara kendi ürettikleri içerikler sayesinde maddi getiri elde etme olanağı da vermektedir.

Son dönemde birçok televizyon kanalı da espor organizasyonlarını yayınlamak adına yayın hakları satın almaktadır. Dünyaca ünlü ESPN, BBC ve Fox gibi medya organları espor ile ilgili yayınlar, özel içerikler üreterek bu alana yatırım yapmaktadır. Türkiye’de 2017 League of Legends Yaz Mevsimi Final karşılaşması BeIN Sports isimli televizyon kanalından canlı olarak yayınlanmıştır. BeIN Sports aynı zamanda Türkiye’de futbol, basketbol, tenis gibi birçok modern spor branşında da çalışmalar gerçekleştirmektedir.

3.3.4. Oyuncular

Oyuncular dijital oyunları rekabetçi ya da gündelik hayatta hobi olarak oynayan kişilerdir. Her ne kadar hobi olarak oynayan oyuncular da rekabet içeren ortamlara dahil olsalar da çalışmada espor üzerinde durulduğu için ana odak nokta dijital oyunları rekabetçi olarak oynayan profesyonel oyuncular olacaktır. Dijital oyunculuğu bir meslek olarak gören profesyonel oyuncular bireysel ya da takım halinde katıldıkları turnuvalarda derece elde etmek ve ödül kazanmak için mücadele ederler. Bu oyuncuların her birinin kendileri ile özleşen bir takma adı bulunmaktadır.

Aynı zamanda oyuncular modern spordaki eş değerlerine benzer şekilde düzenli antrenmanlar ile refleks, el-göz koordinasyonu, doğru karar verme gibi yeteneklerini geliştirmek için çaba göstermektedir. Genel olarak bir espor oyuncusunun kariyeri oldukça kısadır. Oyun türüne göre 14-17 yaş aralığında profesyonel olabilen espor oyuncuları 20’li yaşlarının sonunu göremeden kariyerlerine son vermektedir. Alman Spor Üniversitesi’nde görevli Profesör Ingo Froböse (2016) yaptığı araştırmanın sonucunda profesyonel bir eğitim düzeni ve daha iyi bir beslenme ile birlikte birçok espor oyuncusunun 4-5 yıl daha fazla oynamaya devam edebileceğini öne sürmektedir. Ayrıca dünya çapında popülariteye ulaşan birçok oyuncu önemli miktarlarda gelir elde etmektedir (Tablo 9).

Tablo 9: 2017 Yılında En Çok Ödül Kazanan Espor Oyuncuları.

	Oyuncu	Ülke	Toplam Ödül (Dolar)
1	Kuro “KuroKy” Takhasomi	Almanya	2,436,667
2	Amer “Miracle” Barqawi	Ürdün	2,421,478
3	Ivan “MinD_ContRoL” Ivanov	Bulgaristan	2,421,167
4	Maroun “GH” Merhej	Lübnan	2,420,553
5	Lasse “Matumbaman” Urpalainen	Finlandiya	2,416,667
6	Damien “kpii” Chok	Avustralya	947,605
7	Zeng “Faith” Hongda	Çin	945,805
8	Zhi “KaKa” Hu	Çin	945,805
9	Xun “Moogy” Han	Çin	945,805
10	Song “Sccc” Chun	Çin	945,805

Kaynak: www.esportsearnings.com/history/2017/top_players

3.3.5. Takımlar

Diğer sporlarda olduğu gibi, esporda da takımlar halinde organize olunmaktadır ve geleneksel spor kulüplerinin aksine, bu takımlar geldikleri şehir veya yerel bölgenin isimlerini değil, bunun yerine genellikle daha yaratıcı bir karaktere sahip isimleri (örneğin; mousesports, Evil Geniuses, fnatic veya Meet Your Makers) seçerler (Adamus, 2012). Espor takımları genel itibariyle katıldıkları organizasyonlarda kendilerini temsil eden oyuncu gruplarından meydana gelir. Profesyonel oyuncuların kurulu olan takımlar organizasyonlara katılarak, maçlar yapar ve ödül kazanmak için mücadele eder. Esporda takımlar genellikle modern sporlara benzer şekilde farklı oyunlar için alt gruplarla bir organizasyona bağlıdır ve birçok profesyonel ekip, oyuncularına aylık ücret veren gerçek işverenler olarak öne çıkmaktadır. Modern spor takımları genellikle yerel bölgelerden ortaya çıkar ve bölgesel yönetimlerden ciddi destek alırlar. Espor takımları ise bölgesel ve uluslararası katılımcıların karmaşık bir karışımından meydana gelmektedir (Chao, 2017). Takımlar yarıştıkları oyunlara göre bir ya da daha fazla oyuncu bünyesinde barındırabilir. Bazı takımlar tek bir oyuna odaklanırken, bazıları ise birden fazla oyunda takımlar oluşturmaktadır.

Aynı zamanda takımların içerisinde idari anlamda belli bir yapılanma bulunmaktadır. Çoğunlukla bir Genel Menajer ve Takım Koçuna sahip olan üst düzey

espor takımları etkinliklere hazırlıklarını gerçekleştirdikleri ve “Takım Evi” adı verilen bir tesise sahiptir. Güney Kore’de uzun bir süredir çok popüler olan Takım Evleri gelişen sektörle beraber birçok ülkede yaygın hale geldi. Evil Geniuses isimli takımın Genel Menajeri Cody Connors, Takım Evleri’nin espor’daki önemiyle ilgili olarak “*Bu durum takımların esporu ciddiye aldıklarını gösteriyor. Ayrıca eğer bir sponsor bize ulaşırsa ve bir içerik üretmek isterse, yıldız oyuncularımızın aynı evde olmasının büyük yararını görürüz*” ifadelerini kullanıyor (ign.com, 2013). Bu takımların ana gelirlerini sponsorluklar, yarışma ödülleri, ürün satışları, medya hakları, içerik anlaşmaları vb. oluşturmaktadır. Dünya çapında birçok espor kulübü sahip oldukları değer, oyuncu ve takım sayısı gibi parametrelerle dikkat çekici konuma ulaşmıştır (Tablo 10).

Tablo 10: En Değerli Espor Kulüpleri (23.10.2018)

	Kulüp	Sahipleri	Değer (Milyon dolar)	Takım Sayısı	Oyuncu Sayısı
1	Cloud9	Jack ve Paullie Etienne	310	11	92
2	Team SoloMid	Andy Dinh	250	7	39
3	Team Liquid	aXiomatic	200	14	65
4	Echo Fox	Vision Venture Partners	150	8	23
5	Optic Gaming	Infinite Esports & Entertainment	130	6	52

Kaynak: forbes.com/sites/mikeozanian/2018/10/23/the-worlds-most-valuable-esports-companies-1/#762c4d456a6e

3.3.6. Markalar

Son dönemde artan ilgiyle beraber markalar, espor ekosistemine dışarıdan katkı veren bir konumda yer almaktadır. Markaların sponsorluk yoluyla gerçekleştirdiği bu katkıların geçmişte de var olmasına rağmen, son yıllarda farklı bir noktaya ulaşmıştır. Özellikle 2000’li yıllarda doğmuş olan genç nüfusa hitap etmek isteyen birçok önemli marka esporu önemli bir yatırım alanı olarak görüyor. Espor demografisini potansiyelini keşfeden reklam verenler, turnuva sponsorlukları, önemli yayın platformları ile iş birlikleri ve takımlar ya da oyuncular ile doğrudan çalışmak gibi yollara başvurmaktadır (BITKRAFT, 2017).

Markalar yaptıkları yatırımlarla doğrudan (sponsorluklar ve reklamcılık) ve dolaylı olarak (medya hakları ve içerik lisansları) espor ekonomisinin yaklaşık %80'lik bir bölümünü meydana getirmektedir (Newzoo, 2018). Espor ekosisteminde yer alan markalar genel olarak endemik ve endemik olmayan olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Endemik markalar rekabetçi oyunlarda kullanılan ürünleri üreten firmaları, endemik olmayan markalar ise hedef kitleye ulaşma amacıyla olan farklı sektörlerdeki firmaları ifade etmektedir. 2017 yılında gerçekleştirilen espor etkinliklerinde çoğunlukla enerji içecekleri, fast food, kulaklık, PC teknolojisi, PC donanımı, oyun bilgisayarları, oyun yazılımı, oyun haberleri ve oyun sandalyeleri gibi alanlarda faaliyet gösteren endemik markaların yatırımlar gerçekleştirildiği görülmektedir (Nielsen, 2017).

3.3.7. Hayranlar

Espor ile ilgili gelişmeleri, karşılaşmaları, dijital oyunları takip eden ve çevrimiçi ya da direkt olarak etkinliklere katılım gösteren kişilerdir. Küresel anlamda espor hayranlarının 2018 yılı sonunda dünya çapında 380 milyona (165 milyon tutkulu, 215 milyon nadir izleyici) ulaşması bekleniyor (Newzoo, 2018). Espor izleyici sayısında 2017 yılına göre %13.8'lik bir artış yaşanırken, 2021 yılına gelindiğinde dünyada 550 milyondan fazla insanın esporu takip eder hale gelmesi beklenmektedir (Şekil 3).



Şekil 3: Espor İzleyici Büyümesi

Kaynak: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>

Her geçen gün artan farkındalık sayesinde espor hayranlarının sayısında düzenli bir artış göze çarparken, aynı zamanda yerel ve uluslararası birçok etkinliğe hem direkt hem de çevrimiçi olarak katılım sayısı da artmaya devam etmektedir. League of Legends 2014 Dünya Şampiyonası Finali çevrimiçi yayınlar aracılığıyla sadece ABD’de toplam 27 milyon farklı izleyici sayısına ulaşırken (Schwartz, 2014), aynı yıl San Antonio Spurs ile Miami Heat arasında oynanan NBA final karşılaşması ise 18 milyon farklı kişi tarafından izlenmiştir (ESPN, 2014). Bu durum espor etkinliklerinin sahip olduğu izleyici kitlerini açıkça ortaya koymaktadır.

Oyun ve espor pazar üzerine araştırmalar yapan Newzoo (2017c: 17) isimli şirket tarafından yapılan araştırmaya göre espor tutkunlarının yarısı 21-35 yaş aralığında yer almakta ve %71’ini erkekler oluşturmaktadır. Esporu tutkulu bir şekilde takip edenlerin çoğunluğu tam zamanlı olarak çalışmakta ve iyi bir gelir elde etmektedir. Bu da onları markalar için ihtiyaç duyulan bir hedef kitle haline getirmektedir. Espor izleyicileri geleneksel medya araçlarından ziyade çevrimiçi içerikleri tercih etmektedir. Bu durum marka, yayın platformu ve hayran arasındaki etkileşimi açıkça ortaya koymaktadır.

3.4. Kurumsallaşma Çabaları

18. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan modern sporların kalıcı kurumsallaşması 19. yüzyılın sonlarında sağlanmaya başlamıştır. Çakır’a (2014: 122) göre çok sayıda seyirci alabilen devasa tesislerin ve sporcuları yıldızlaştırarak kamuya mal edecek kitle iletişim araçlarının eksikliği nedeniyle bu dönemde spor dar bir çerçevede kalmıştır. Günümüz dünyasında espor organizasyonlarının gerçekleştirilebileceği çeşitli boyutlarda tesislerin olması ve hem esporu hem de oyuncularını yüksek ilgiye maruz bırakacak çok sayıda kitle iletişim aracının bulunması modern sporun kurumsallaşma sürecinde yaşadığı sıkıntının tam tersi bir durumu ortaya koymaktadır. Kısacası içinde bulunduğumuz bilgi çağına ait bir pratik olarak espor hâlihazırda kendisini kitlelere mal edebilecek bir düzenin içerisinde ortaya çıkmıştır. Kısa sürede dünya çapında ilgi görmesinin en temel nedeni olarak bu durumu söylemek yanlış olmayacaktır. Fakat esporun kurumsallaşma sürecini etkileyen yine içerisinde bulunduğu döneme ait farklı durumlar mevcuttur.

Çalışmanın önceki bölümlerinde bahsedildiği üzere espor içinde bulunduğumuz on yıllık döneme ait bir olgu gibi görünse de aslında geçmişi daha da eskilere

uzanmaktadır. Günümüzde karşılıklı rekabete dayalı olarak icra edilen espor terim olarak içinde bulunduğumuz yüzyıla ait olsa da 1980’li ve 1990’lı yıllarda da çeşitli şekillerde günlük hayattaki yerini almıştır. Fakat her geçen gün büyüyen bir sektör olarak espor şu an henüz sahip olması gereken kurumsal yapıya bütünüyle kavuşamamıştır. Karmaşık dinamikleri ve henüz yeni gelişen bir rekabet alanı olması esporun kurumsallaşma süreci noktasında en önemli engeller olarak göze çarpmaktadır. Modern sporda olduğu gibi esporda da tüm ekosistemi kontrol eden bir organizasyon yoktur. Fakat modern sporda yerleşmiş olan federasyon yapılarına benzer bir yönetim şeması da bulunmamaktadır. Oyun şirketlerinin kendi oyunları üzerinde tüm yetkiye sahip olması bu durumun en büyük etkenlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde esporun özellikle kavram olarak kullanılmaya başlandığı 2000’li yıllarda kurumsallaşma açısından ne gibi evrelerden geçtiğine değineceğiz. Bunu yaparken sektörde aktif olarak var olan belli başlı oluşumların yapılarından ve çalışmalarından bahsedilecektir.

Esporun kabul edilebilirlik anlamında önündeki en büyük engellerden biri olan kurumsal organizasyon yapısının gelişmesi adına atılan adımlar ilk olarak ulusal yapılanmalarla başlamıştır. Çalışmanın önceki bölümlerinde de belirtildiği üzere Güney Kore’de Kültür, Turizm ve Spor Bakanlığı onayıyla kurulan KeSPA bu anlamda öncü oluşumlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde Almanya, Fransa, İngiltere gibi birçok ülkede ulusal espor birlikleri bulunmaktadır. Kâr amacı gütmeyen dernek olarak kurulan birlikler genel itibarıyla ulusal anlamda espor paydaşlarını bir araya getirmeyi, onlara iş birliği için etkili bir platform sunmayı ve aralarındaki iletişimi sağlamayı amaçlamaktadır. Ülkemizde de 24 Nisan 2018 tarihinde Gençlik ve Spor Bakanlığı onayıyla Türkiye E-Spor Federasyonu kurulmuştur. Bu noktada Türkiye giderek büyüyen espor alanında önemli oyuncularından biri olma açısından ciddi bir adım atmıştır.

Bu birlik ve federasyon yapılanmaları aynı zamanda esporun resmi anlamda tanınması noktasında da önemli bir görev üstlenmektedir. Güney Kore, Çin, Rusya, İtalya ve Güney Afrika gibi ülkelerin ardından espor, Almanya’da da bir spor olarak tanınırken, Almanya espor Birliği Başkanı Hans Jagnow (2018) bu durumu “*Esporların sadece büyük bir ekonomik yanı değil sosyal bir bileşeni de olduğu tespit edildi. İnsanlar organize olmak, buluşmak, oynamak ve antrenman yapmak istiyor. Espor, tıpkı*

modern sporlarda olduğu gibi insanları birbirine bağlamaktadır. Bu tanınma, Esportun aynı zamanda sosyal bir bileşene sahip olduğu fikrini de kuvvetlendirmiştir.” sözleriyle değerlendirdi. Bu tanınmanın beraberinde kulüp yapılarının kurulması ve Olimpik bir bakış açısı getirilmesi gibi etkileri doğurması beklenmektedir.

Ulusal anlamda kurulan espor birliklerinin yanı sıra uluslararası çalışmalar gerçekleştiren kuruluşlar da bulunmaktadır. 2008 yılında kurulan Uluslararası espor Federasyonu (IeSF), esporun dil, ırk ve kültürel engellerin ötesinde gerçek bir spor olarak tanıtmak için çalışmaktadır. Günümüzde 48 üye ülkesi bulunan kuruluş çalışmanın ilerleyen bölümlerinde de değinileceği üzere esporun Olimpik bir branş olabilmesi adına birçok önemli adım atmıştır. Ayrıca esporun akademik anlamda da değer bulması için çaba gösteren IeSF, Bahçeşehir Üniversitesi ile karşılıklı bilgi alışverişini ve akademik kaynakların gelişimini teşvik edecek bir ilişki kurmak adına anlaşma imzalamıştır (ie-sf.org, 2017). Uluslararası espor Federasyonu aynı zamanda 2015 yılından bu yana “espor Yönetici Zirvesi” düzenleyerek ekosistemin önde gelen yöneticilerini bir araya getirmekte ve esporun gelişimi açısından yeni bilgiler üretilmesini amaçlamaktadır.

Espor paydaşlarını bir araya getirmeyi amaçlayan bir diğer organizasyon ise Dünya Espor Birliği (WESA) olarak öne çıkmaktadır. 13 Mayıs 2016’da sektörün önde gelen profesyonel takımları ve dünyanın en büyük espor şirketi olan ESL’in ortak çabalar sonucunda kurulan WESA genel itibariyle oyuncu odaklı bir anlayış sergilemektedir. Liglerin gerçekleştirilmesi aşamasında oyuncuların rolünü destekleyen ve güçlendiren bir kuruluş olan WESA, Oyuncu Konseyine sahip ilk kurum olarak öne çıkmaktadır (wesa.gg, 2016). Oyuncu Konseyi, lig politikaları, kurallar, oyuncu transferleri ve daha fazla durumla ilgili olarak oyuncuların lehine savunuculuk yapmakta ve karar alma konusunda oyuncuları güçlendirmektedir. Oyuncular, taraftarlar, organizatörler ve oyun şirketleri için öngörülebilir programlar oluşturmayı ve ilk kez tüm paydaşları ortak bir tartışma masasında buluşturmaya hedeflemektedir.

Hem ulusal birlikler hem de IeSF ve WESA gibi uluslararası organizasyonların çabaları esporun kurumsal bir organizasyon yapısına kavuşması açısından büyük önem taşımaktadır. Fakat tüm bu çabaların gerçek anlamda amacına ulaşabilmesi noktasında oyun şirketlerinin ve organizatörlerin büyük payı bulunmaktadır. Espor ekosisteminin temelini oluşturan oyun şirketleri oyunların üzerinde tüm yetkiye sahip olmaları

nedeniyle sektörün gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Bazı oyun şirketleri kendi espor oyunlarının liglerini düzenlerken, bazıları organizatörler aracılığıyla bu ligleri gerçekleştirmektedir. Bu durum modern sporlarda olduğu gibi bir branşın sahip olduğu genel statü ve kuralların oluşmasında önemli bir engel olarak göze çarpmaktadır. Örneğin; League of Legends isimli oyunun üreticisi olan Riot Games resmi turnuvaları düzenlemekte ve turnuvalar boyunca geçerli olan kuralları belirlemektedir. Bu noktada Riot Games gibi firmaların federasyon yapıları içerisinde yer alıp almayacakları belirsizliğini korumaktadır.

Esporum ulusal ve uluslararası anlamda belli bir yönetim şemasına sahip olma durumu son dönemde sıkça tartışılan konular arasında gelmektedir. Oyun şirketlerinin espor üzerindeki etkisi göz önüne alındığında federasyon yapılarının gelişimi çok kolay olmayacak. Fakat ulusal birliklerin ortaya çıkışı ve bu birliklerin ulusal anlamda yetkili mekanizmalar tarafından tanınır hale gelmesi, esporun kurumsallaşması noktasında atılan adımların geldiği noktanın göstergesi olarak öne çıkmaktadır. Esporum bu ulusal yapılanmalar sayesinde siyasal anlamda karşılık bulmasıyla beraber kurumsal yapının oturma süreci hızlanmaya devam edecektir.

3.5. Esporum Geleceği

Çalışmanın bu bölümünde gelecek yıllarda esporun gelişimi noktasında yaşanması muhtemel gelişimler ve dönüşümler üzerinde durulacaktır. Espor günümüze gelene kadar geçen süre içerisinde birçok önemli değişim yaşamış ve özellikle içinde bulunduğu dönemi teknolojik unsurlarından büyük ölçüde fayda görmüştür. Kitleleri peşinden sürükleyen bir olgu olarak Esporum yakaladığı ivmenin artarak devam edeceği ön görülmektedir.

Espor özellikle geride bıraktığımız birkaç yıl içerisinde küresel anlamda azımsanmayacak bir popüleriteye ulaşmıştır. Sadece düzenli gelişen ekonomisi ile değil, aynı zamanda yakaladığı farkındalık seviyesiyle de dünya çapında bilinir hale gelmiştir. Önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere dünya üzerinde aktif olarak yaklaşık 400 milyon insan Esporu takip ediyor. Bunun yanı sıra Esporum farkında olan insanları sayısı 1 milyarı aşmış durumda (Newzoo, 2016). Bu sayının 2020 yılında 2 milyar civarında olması bekleniyor. Özellikle çevrimiçi ortamlarda izlenme sayıları göz önüne alındığında ve giderek ana akım medyanın bir parçası olmaya başlamasıyla beraber

espor organizasyonlarının birçok modern spor organizasyonu yakalaması hatta geride bırakması şartırtıcı olmayacaktır.

Espor, hâlihazırda önemli kitleleri peşinden sürüklemektedir ve bu kitlenin sahip olduğu demografik yapı gelecek yıllar açısından önemli bir bakış açısı sunmaktadır. Günümüzde 18-24 yaş aralığındaki çekirdek espor izleyicisi, 10 yıl sonra 28-34 yaşlarında olacak ve tüm bilgilerini taşımaya devam edeceklerdir. Bugün 8-10 yaş aralığında olan çocuklar aynı süreç içerisinde hedef kitle haline gelecek, böylece hedef kitle bandı 18-34 yaş aralığında genişleyecektir (Ólafsson, 2012: 15). Bu durumda espor sadece gençlere özgü bir olgu olmaktan çıkacak ve daha büyük yaş gruplarını da hedef kitesine dahil etmeyi başaracaktır. Kısacası espor üzerindeki ilginin temel kaynağı olan demografik yapının daha da gelişmesi ve sürekli hale gelmesi beklenmektedir. Bunun bir sonucu olarak da esporun kalıcı bir olgu haline dönüşebileceği düşünülmektedir.

Esporun kurumsal bir organizasyon yapısına sahip olmaması önündeki en büyük engellerden biri olarak dikkat çekmektedir. Çalışmanın önceki bölümlerinde de değinildiği üzere bu konuda çalışmalar yapan birçok oluşum göze çarpmaktadır. Özellikle artan farkındalık sayesinde ortaya çıkan bir ihtiyaç olan ulusal yapılanmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu ulusal oluşumlar beraberinde esporun spor olarak tanınması noktasında önemli gelişmeleri getirmiştir. Rusya ve İtalya'da esporun Ulusal Olimpiyat Komitesi (NOC) ve Ulusal Spor Otoritesi (NSA) tarafından tanınması ile beraber, NOC / NSA tarafından tanınmış üyelerin sayısı 21 ülkeye (Asya 14, Avrupa 4, Afrika 3) yükseltmiştir (ie-sf.org, 2016). Bu tanınma süreçleri gerçekleşirken ulusal espor birlikleri belli kriterleri (ulusal yarışmaları organize etmek, statüleri belirlemek, espor hakemler ve antrenörleri yetiştirmek, ulusal espor takımları oluşturmak vb.) yerine getirmek zorundadır. Bu kriterler sonucunda esporun gelecek yıllarda kurumsallaşma sürecini hızlandırması ve özellikle dünya çapında ulusal olarak profesyonel organizasyon yapılarına kavuşması beklenmektedir.

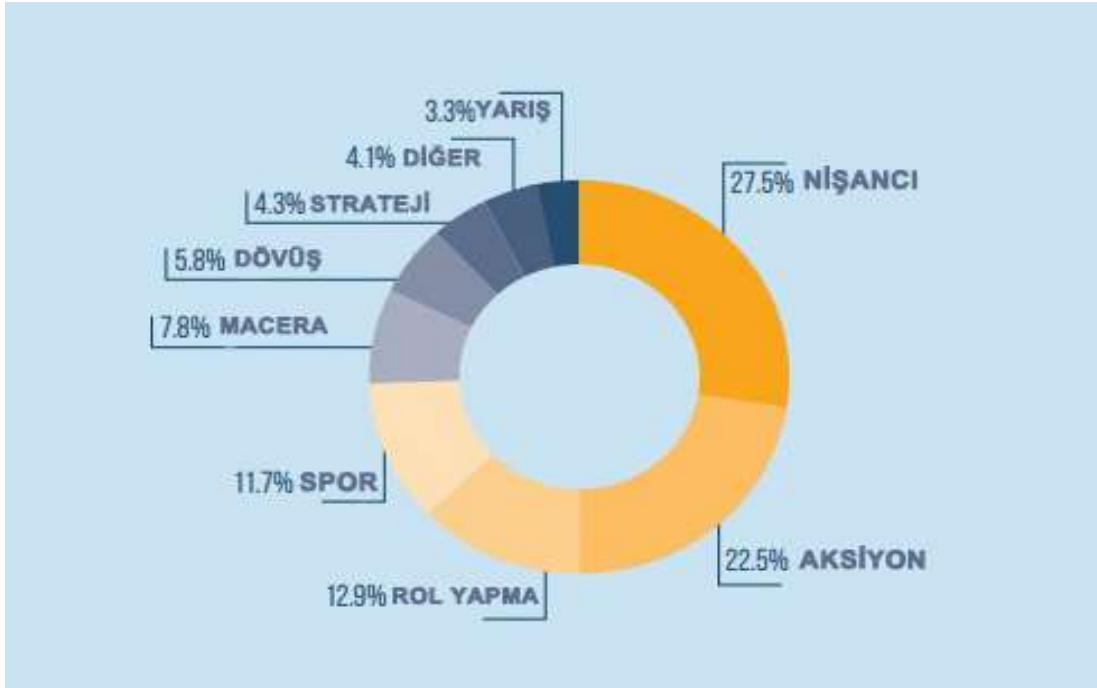
4. MODERN SPOR VE ESPORUN ETKİLEŞİMİ

Çalışmanın bu bölümünde modern spor dünyası ile espor arasında yaşanan etkileşimler üzerinde durulacaktır. Bu noktada temel amaç esporun kısa süre içerisinde spor dünyasında nasıl bir karşılık bulduğunu ortaya koymak ve bu karşılığın nedenlerine cevap aramak olacaktır.

Modern spor kulüpleri ya da organizasyonlarının espor ile olan etkileşimi temelde esporun tarihsel gelişimine benzer bir süreç izlemektedir. Dijital oyunların gelişerek büyük bir sektör haline dönüşmesi ve devamında dijital oyun yarışmalarının profesyonelleşmesi sonucunda esporun ortaya çıktığını söylenebilir. Bu durum göz önüne alındığında modern sporun ilk olarak dijital oyunlarla etkileşim içerisine girmesi beklenmedik bir durum olmayacaktır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren büyük bir ivme kazanan modern spor kitleleri peşinden sürüklerken, ekonomisini de her geçen gün büyütme devam etmiştir. Bu ekonomik büyümenin elbette farklı sektörlerin desteğini almadan olması mümkün değildir. Farklı dil, din, ırk, cinsiyet, siyasi görüşten insanları bir araya getirebilmesi, medyada büyük ölçüde yer bulması ve etkileşim olanağı sunması nedeniyle spor uzun yıllardır farklı sektörler tarafından ekonomik anlamda ilgi görmektedir. Bunun yanında sahip olduğu bu gücü daha da geliştirmek isteyen modern spor, içeriklerini genişletmek adına farklı sektörlerle etkileşim içerisine girmektedir. Özellikle içinde bulunduğumuz çağın bir sonucu olarak dijital oyun sektörü bu anlamda son dönemde üst sıralarda yer almaktadır.

Dijital oyun endüstrisi gelişmeye başladığı 1980'li yıllardan itibaren modern spor için kârlı bir ortak olabilme potansiyeliyle öne çıkmıştır. Futbol, basketbol, tenis, motor sporları vb. birçok spor branşı günlük hayatta yakaladıkları popüleritenin de etkisiyle beraber dijital oyun içerikleri arasında önemli bir yere ulaşmışlardır. Şekil 4'te de görüldüğü gibi ABD'de yapılan bir araştırmada spor içerikli dijital oyunlar en çok ilgi çeken türler arasında 4. sırada yer almaktadır.

Şekil 4: 2016 yılında ABD’de En Çok Satılan Oyun Türleri



Kaynak: Essential Facts About the Computer and Video Game Industry Report

Modern spor branşlarına yönelik oyunlar üretmek dijital oyun yapımlarına yeni pazarlar sağlarken, aynı zamanda spor kulüp ve organizasyonları için de isim hakları anlaşması yapma imkanı sunmaktadır. Ancak bu noktada esporun spor içerikli oyunlar dışında kalan birçok dijital oyun içeriğini de kapsadığını belirtmekte fayda görmekteyiz. Crawford ve Gosling’e göre (2009) dijital oyunlar ile spor arasında karmaşık bir ilişki bulunmasına rağmen, bu iki etkinlik birbirinden sanıldığı kadar uzak değildir ve beş farklı açıdan sıklıkla bir arada kullanılmaktadır;

1. Dijital oyunlar asosyal, aşırı kilolu, sağlıksız ve agresif nesillere yol açmaktadır
2. Çoğunlukla dijital oyunları spor olarak değerlendirme üzerinde tartışmalar yapılmıştır
3. Spor temalı oyunların video oyunlarının en çok satan türlerinden biridir
4. Dijital oyunlar, spor endüstrisi için karlı bir ortak olduğunu kanıtlamıştır
5. Dijital oyun teknolojileri, spora katılımı ve spor gösterim olanaklarını genişletmektedir.

Dijital oyun yazılımı, araç ya da gereçleri üreten firmalar uzun yıllardır spor kulüpleri ya da organizasyonlarıyla sponsorluk, isim hakları anlaşmaları gibi çeşitli yollarla ortaklıklar kurmuştur. Dünya futbolunun en önemli turnuvalarından biri olan UEFA Şampiyonlar Ligi'nin 1997 yılından bu yana ana sponsorlarından biri olan Sony PlayStation (UEFA, 2012), bu durumun en büyük örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Benzer şekilde David Beckham, Tiger Woods gibi sporcuların yanı sıra Manchester United gibi önemli spor kulüpleri dijital oyunlardan isim hakları sayesinde önemli kazançlar elde etmişlerdir (Crawford, 2008). Dünyaca ünlü dijital oyun üreticisi Electronic Arts, 2004 yılında Amerikan Futbol Ligi NFL ile oyuncu, takım ve stadyumların isim hakları için 300 milyon dolar karşılığında beş yıllık anlaşma yaptı (ESPN, 2017).

2000 yıllarda başlayan ve 2010'lu yıllarda büyük bir ivme kazanan espor bu çok yönlü etkileşime farklı bir boyut kazandırmıştır. İlk olarak dijital oyun sektörüyle ekonomik anlamda başlayan bu etkileşim, esporun profesyonel anlamda aldığı mesafe nedeniyle modern sporun yeni bir branşı olup olamayacağı konusu tartışılmaya başlanmıştır. Hatta son yıllarda dünya çapında çok sayıda kulübün yaptığı yatırımlar bu tartışmaların kısa sürede geride bırakılmasına ve esporun modern sporun yeni bir bileşeni olmasına büyük ölçüde olanak sağlamıştır.

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak sporda yaşanan dijitalleşme süreci üzerinde durulacaktır. Toplumda gerçekleşen dijital dönüşüm sporda da çeşitli şekillerde karşılık bulmuştur. Bunlardan biri olarak espor karşımıza çıkmaktadır. Sporda dijitalleşme sürecinin ardından modern spor ile espor arasındaki benzerlik ve farklılıklar üzerinde durulacaktır. Henüz yeni sayılabilecek bir olgu olarak espor özellikle spor olarak kabul edilip edilemeyeceği noktasında büyük tartışmalara yol açmıştır. Her ne kadar son dönemde gördüğü ilgi nedeniyle tartışmaların boyutu farklı bir yere gitse de esporun, spor olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği üzerinde çok fazla durulan bir konu olmaya devam etmektedir.

Bu bölümün üçüncü başlığında ise modern spor bileşenleri tarafından espora yapılan ilk yatırımlar ve nedenleri incelenecektir. Özellikle içinde bulunduğumuz 10 yıllık dilim içerisinde modern spor kulüpleri ve organizasyonları esporu fark etmiş ve çalışmalarını daha profesyonel boyutlara taşımıştır. Espor her geçen gün gösterdiği gelişim sonrasında spor kulüplerinin dijital çağa ayak uydurma çabaları içerisinde

önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Esportun, Olimpiyat Oyunları'nın gündemine girmesi ise bu bölümün bir diğer başlığını oluşturmaktadır.

4.1. Spor ve Dijitalleşme

Çalışmanın ilk bölümünde bahsedildiği üzere günümüz dünyasında yeni bir dönemin yaşandığı düşünülmektedir. Bilgi çağı olarak adlandırılan bu dönem beraberinde bilgi toplumu olarak ifade edilen yeni bir toplum yapısını ortaya çıkarmıştır. Bu yeni toplum yapısının beraberinde getirdiği en önemli olgulardan biri olarak ise dijitalleşme kavramı göze çarpmaktadır. Dijitalleşme kavramı; *“dijitalleştirilebilen her şeyin dijitalleştirilmesiyle dijital teknolojilerin gündelik yaşama entegrasyonu”* olarak ifade edilmektedir (Businessdictionary.com, 2018). Geleneksel yöntemlerin gelişen teknolojiye ayak uydurması, özellikle bilişim ve iletişim teknolojilerinin doğuşu, gelişimi ve yaygınlaşması dijitalleşme ile olmuştur (Olca, 2018). Her geçen gün toplum üzerinde büyük bir etkiye sahip olan bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde; bilgi üretimi ve iletimi daha kolay hale gelmiştir. Bu durum günlük hayatta sıkça kullandığımız birçok hizmetin dijital ortama geçişini beraberinde getirmiş ve e-devlet, e-ticaret, e-okul gibi kavramlar hayatın bir parçası haline gelmiştir.

Birçok alanı etkileyen ve çağdaş toplumu devam etmekte olan en önemli dönüşümlerinden biri olan dijitalleşme süreci sporda da önemli gelişmelere neden olmuştur. Spor yayıncılığı, performans analizi, halkla ilişkiler faaliyetleri, oyun kuralları gibi birçok alanda yaşanan dijital dönüşüm net bir şekilde görülmektedir. Örneğin; futbolda ilk olarak gol çizgisi teknolojisinin kullanılması ve son dönemde sıkça gündemde yer alan Video Asistan Hakem uygulaması bu durumun en çarpıcı örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ayrıca gerçekleşen bu dijitalleşme süreci beraberinde modern spor kulüp ve organizasyonlarına yeni imkanlar getirmektedir. Bu noktada dijitalleşmenin bir diğer getirisi olarak farklı iletişim ortamlarının varlığını söyleyebiliriz. Geleneksel medyanın aksine daha etkileşime açık ve eş zamansız olması nedeniyle yeni medya ortamları özellikle halkla ilişkiler faaliyetlerine yeni bir boyut getirmektedir. Günümüzde birçok kulüp ve organizasyon; kamuoyu, taraftar ve paydaşlarıyla olan ilişkilerini yeni medyanın iletişim kanalları üzerinden yürütmektedirler. Teknolojide yaşanan gelişmeleri takip eden modern spor bileşenleri; dijital dünyadaki varlıklarını kalıcı hale

getirmek adına çalışmalar gerçekleştirmekte ve bu doğrultuda özel istihdamlar gerçekleştirmektedirler. Bu doğrultuda çalışmalarına devam eden Türkiye'nin üç büyük spor kulübü Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray'ın sosyal medya kanallarındaki varlıkları her geçen gün büyümektedir (Tablo 10).

Tablo 11: Türkiye'deki Üç Büyük Kulübün Sosyal Medya Takipçi Sayıları (03.05.2018)

	Twitter	Facebook	Instagram
Beşiktaş	3.774.355	5.994.521	2.093.256
Fenerbahçe	6.432.401	9.536.872	3.074.372
Galatasaray	8.393.208	12.855.176	4.530.675

Xiao ve ark. (2017) göre; yaşanan dijitalleşme süreci son olarak esporun ortaya çıkmasını sağlarken, onun yaşadığımız dijital dünyaya uyan, yapısal ve örgütsel farklı özellikleri muhtemelen modern spora daha fazla rekabet getirecektir. Modern spor kulüp ve organizasyonları sürecin doğal bir parçası olarak espora ilgi göstermektedirler.

4.2. Spor ve Esporun Karşılaştırılması

Çalışmanın bu bölümünde spor ile espor arasındaki ortak ve farklı yönler üzerinde durulacaktır. Özellikle son yıllarda büyük bir farkındalık seviyesine ulaşan ve her geçen gün daha da büyük ilgi görmeye başlayan esporun spor olarak kabul edilip edilemeyeceği üzerine tartışmalar sürmektedir. Hutchins'e göre (2006) espor antrenman, ekip çalışması, saldırganlık ve planlı taktik manevraların tam olarak yerine getirilmesi gibi üst düzey spor yarışmalarına işaret eden bir içeriğe sahiptir. Modern spor kulüp ve organizasyonlarının da artan ilgisi sonrasında bu tartışmalar daha da dikkat çekici bir konuma gelmiştir. Bu konuyla ilgili olarak yapılan çalışmalarda genel olarak karşılaştırmalı bir anlatım göze çarpmaktadır. Bu nedenle ilk olarak sporun tanımıyla ilgili olarak genel bir çerçeve çizmek gerekmektedir.

Spor, *“yeteneklerini ve başarılarını geliştirmeye yönelik bilinçli niyeti olan insanların - özellikle vasıflı hareket alanında - kendilerine ya da diğerlerine zarar vermeden, kurallara göre, kendilerini karşılaştırmak için gönüllü olarak insanlarla*

bağlantı kurdukları kültürel bir faaliyet alanını” ifade eder (Tiedemann, 2008). Avrupa Konseyi’nin 1992 yılında kabul edilen ve 2001 yılında revize edilen Avrupa Spor Tüzüğü’nde ise spor, “gündelik veya düzenli katılım yoluyla, fiziksel zindeliği ve zihinsel refahı ifade etmek veya geliştirmek, sosyal ilişkiler kurmak veya her düzeyde rekabette sonuç elde etmeyi amaçlayan her türlü fiziksel faaliyet” olarak ifade edilmektedir. Amman (2000) ise sporu “belirli kurallar ve kurumlar bünyesinde gerçekleştirilen, haz, sağlık veya performans amaçlı, bilinçli olarak oluşturulmuş olan zorlukların aşılmasına dayanan, tüm bu yönleriyle toplumsal bir içeriğe sahip olan fiziksel ve/veya zihinsel faaliyetler” olarak tanımlamaktadır.

Rodgers’a göre (1977: Kaynak: Gratton ve Taylor 2000 s. 7) bir spor dalında temel olarak yer alması gereken dört unsur vardır;

1. Fiziksel Aktivite İçerme
2. Rekreasyonel Bir Amaçla Uygulanabilir Olma
3. Rekabet Unsuru İçerme
4. Kurumsal Organizasyon Yapısına Sahip Olma

Gratton ve Taylor (2000) ise bu dört temel özelliğe ek olarak, bir etkinliğin spor olarak düşünülmesi için “genel kabul” kriterine (örneğin; medya ya da spor ajansları tarafından) sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Bu maddeler doğrultusunda ilerleyerek esporun modern sporlarla benzer ya da farklı yönleri üzerinde fikir sahibi olmak amaçlanmaktadır.

Çalışmanın bir önceki bölümünde esporu tanımlamış ve genel bir çerçeve çizilmişti. Bunu yaparken bu alanda yapılmış akademik çalışmalardan yararlanılmıştı. Espor, el-göz koordinasyonu gibi bir takım fiziksel hareketler içerse de bu tanımlarda temel bir fiziksel aktiviteye direkt olarak atıfta bulunulmadığı görülmektedir. Ancak yine de bu durumun esporun spor olarak kabul edilmemesi noktasında kesin yargılara sahip olmamızı sağlamasını beklemek doğru olmayacaktır. Espor oyuncularını klavye ve fare üzerinde dakikada yaklaşık 400 hareket yapmaktadır ve bu ortalama bir insanın yapabileceğinin 4 katına karşılık gelmektedir (Froböse, 2016). Aynı zamanda espor dünyasında yer alan birçok oyun anlık olarak strateji geliştirmeye odaklıdır. Bu yönüyle espor çoğunlukla satranç ile kıyaslanmaktadır.

Esporu rekreasyonel bir amaç açısından incelemeden önce rekreasyon kavramını ele almak gerekmektedir. Rekreasyon; anlamı, içeriği ve kapsamı bakımından birçok farklı etkinliği ifade etmektedir. Bu nedenle rekreasyonun birçok tanımı bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu (2017) tarafından hazırlanan çevrimiçi Büyük Türkçe Sözlük'te "rekreasyon" kelimesini anlamı "*insanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler*" olarak belirtilmektedir. Mirzeoğlu'na göre (2006) rekreasyon; "*insanın öz benliğine uygun ve yapmaktan zevk aldığı bir faaliyete katılması ile monotonlaşan modern hayatın ve yaşam kavgasının sıkıcı havasından sıyrılarak kendisini bulması ve kendi duygularına ortak olacak diğer insanlarla kaynaşarak zevk içinde sosyal bir kişilik kazanmasıdır*". Akesen (1978) ise rekreasyon, "*bireyin beğenisi bakımından doyurucu, ruhsal ve bedensel yenilenme amacı taşıyan, aynı zamanda bireyin sosyal, kültürel, ekonomik ve fizyolojik olanakları ile bağımlı boş zaman kullanımlarını içeren eylem ya da eylemlerdir*." demektedir. Bu tanımlamalar ışığında bakacak olursak rekreasyonun temelini gündelik hayatın zorluklarından uzaklaşma ve bireysel hazzı geliştirici etkinlikler olarak düşünülebilir. İnsanların espora katılma motivasyonu üzerine araştırma yapan Weiss ve Schiele'ye göre (2013) rekabet, meydan okuma ve gündelik hayattan uzaklaşma durumu espora katılımı olumlu anlamda etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Rekabet açısından bakıldığında ise espor genel olarak takımların ya da bireysel oyuncuların diğerlerine karşı üstünlük sağlamak için yarıştıkları ortamları ifade etmektedir. Örneğin; Türkiye'de Kış ve Yaz Mevsimi olarak yılda 2 kez düzenlenmekte olan League Of Legends Şampiyonluk Ligi'nde toplam 8 takım şampiyonluğa ulaşmak için mücadele etmektedir. Aynı zamanda bu organizasyonun 19 Ağustos 2017'de Ülker Sports Arena'da düzenlenen Büyük Finali'nin biletleri çok kısa sürede tükenmiştir. Birçok farklı oyun ve ligde yer alan rekabet unsuruyla espor hem direkt hem de çevrimiçi katılım anlamında seyircilerin büyük ilgisini çekmektedir.

Rodgers'ın (1997) 4. sırada yer verdiği "Kurumsal Organizasyon Yapısına Sahip Olma" durumu espor için dikkat çekici bir konu olarak göze çarpmaktadır. Espor turnuvalarının genellikle oyun yapımcıları ya da özel organizatörler tarafından düzenlenmesi ve net bir federasyonlaşmanın olmaması temel bir sorun olarak dikkat çekmektedir. Breuer'e göre (2012) espor, belli benzerlikler içerse de genel olarak Amerikan ya da Avrupa Lig modelleriyle uyuşmamaktadır ve bu nedenle kendi lig

sistemini geliştirmek zorundadır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi Başkanı Thomas Bach (2017) bu durumla ilgili olarak yaptığı açıklamada şu ifadeleri kullanmaktadır;

“Olimpik kuralların ve sporun değerlerinin yerine getirilmesi ve sayđı gormesi konusunda bize guven veya garanti verecek bir organizasyon ya da yapı goremiyoruz. Bu garantiyi vermek ve bu faaliyetleri spor değerlerine gore sınırlamak için gerekli yetkiye sahip hiçbir Uluslararası Federasyon yok.”

Son olarak “genel kabul” açısından incelemek gerekirse esporun son yıllarda yakaladığı buyk çıkışla beraber neredeyse tüm dünyada buyk bir farkındalığa ulaştığı gorlmektedir. Çevrimiçi olarak buyk bir ağa sahip olan espor aynı zamanda ESPN, BBC, Fox gibi dünyaca ünlü birçok medya kuruluşunun yayın içerikleri arasında yer almaktadır. Ülkemizde 19 Ağustos 2017 günü düzenlenen League of Legends Türkiye Büyük Finali, beIN SPORTS'un 2 numaralı kanalından canlı olarak yayınlanmıştır. Ayrıca espor 2000 yılların başından itibaren akademik anlamda da ilgi gormektedir. Antalya'da gerçekleştirilen 2017 Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi'nde espor üzerine üç adet sunum gerçekleştirilmiştir. Bu durum akademik olarak uluslararası anlamda daha önemli bir geçmişe sahip olan esporun ülkemizde de yeni bir alan olarak kabul edilmeye başlandığını gstermektedir.

Espor ve spor arasındaki ilişkiyle ilgili olarak tartışmalar son yıllarda artarak devam etmektedir. League of Legeds isimli oyunun yapımcısı olan Riot Games'in Türkiye Sorumlusu Bora Koçyiğit (2017) bu durumla ilgili olarak *“Bu tartışmanın ortaya çıkmasında iki büyük etken var; 1) sanal bir sahada mücadele edilmesi, 2) gorlen fiziksel aktivitenin sınırlı olması.”* ifadelerini kullanmaktadır. Her ne kadar temel ve kesin bir ereve oluşmasa da her iki olgu arasında büyük benzerlikler olduğu açıkça gorlmektedir. Günümüzde spor ile teknolojinin hızla i içe geçmeye başladığı bir süreç yaşanmaktadır. Antrenman tekniklerinde, müsabaka analizlerinde, spor müsabakalarının ynetimlerinde ve daha birçok noktada teknolojinin etkili bir konuma geldiğini soyleyebiliriz. Bu anlamda tamamen teknolojik bir spor türünün ortaya çıkması aslına bakılırsa pek de şaşırtıcı bir durum değildir. Çalışmanın bir sonraki blmlerinde de gorleceği üzere; modern spor kulüplerinin yaptığı yatırımlar ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin dikkatini çekmesiyle beraber espor, artık modern sporun bir parçası haline gelmeye başlamış ve sahip olduğu potansiyel ile bu yeri sağlamlaştırabileceğini çok net bir şekilde gstermiştir.

4.3. İlk Espor Yatırımları ve Nedenleri

Toplumun her geçen gün çeşitli dönüşümlere uğradığı ve teknolojinin büyük bir hızla geliştiği günümüz dünyasında, modern spor kulüpleri de bu dönüşüm ve gelişmelere kayıtsız kalmayarak, uyum sağlamaya çalışmaktadır. 1990'lı yılların sonundan itibaren profesyonelleşmeye başlayan esporun 2010'lu yıllarda büyük bir çıkış gösterdiği görülmektedir. Modern spor kulüp ve organizasyonlarının bu yükseliş karşısında kayıtsız kalmaması sürecin doğal bir parçası olarak görülmektedir. Espor turnuvalarının kısa sürede hem çevrimiçi hem de aktif katılım anlamında büyük kitleleri peşinden sürüklemesi sonucunda, hâlihazırda var olan etkileşimin boyutu farklı bir noktaya gelmiştir. Çalışmanın bu bölümünde modern spor kulüpleri ya da organizasyonları tarafından espora yapılan ilk yatırımlara değinilecektir. Espor her ne kadar 1990'lı yılların sonundan itibaren varlığını sürdürse de spor kulüpleri tarafından bir branş olarak düşünölmeye başlanması 2010'lu yılların ikinci yarısından itibaren olmuştur. Bu süreçte dünya çapında birçok spor kulübü espora yatırım yaparken, spor organizasyonları da kendi espor liglerini düzenlemeye başlamışlardır.

Türk sporunun önde gelen kulüplerinden Beşiktaş JK dünyada espora yatırım yapan ilk spor kulübü olarak karşımıza çıkmaktadır (Fanatik, 2017). 2015 yılında League of Legends LOL isimli oyunla espor dünyasına giriş yapan Beşiktaş 2017 yılı itibariyle hala aktif olarak espor branşında çalışmalarına devam etmektedir. Beşiktaş'ın bu yatırımı Türk espor arenasında da ilginin büyümesi noktasında önemli bir kilometre taşı olmuştur. Aynı zamanda takip eden süreçte Manchester City, Paris Saint-Germain, Schalke 04, Sporting Lisbon, Valencia, West Ham United, Wolfsburg gibi dünya çapında birçok popüler spor kulübü espora ilgi göstermiştir.

Spor dünyasında yaşanan bu geçiş sürecinin gerisinde kalmak istemeyen birçok organizasyon da kendi espor liglerini kurarak çalışmalara başlamıştır. Fransa Futbol Ligi, 2017 yılında spor içerikli dijital oyunlar üreten EA Sports markasıyla yaptığı anlaşmayla beraber ülkenin en üst düzey ligi konumundaki Ligue 1 ile eş değer olan "e-ligue 1" projesini hayata geçirerek bu alanda bir ilke imza attı. Aynı yıl içerisinde benzer bir uygulamayı Hollanda'nın en üst düzey futbol ligi "Eredivisie" de yaparken, Amerikan Basketbol Birliği NBA ise 2018 yılında "NBA 2K eLeague" ismiyle kendi espor ligini organize edeceğini duyurdu (NBA, 2017). Uluslararası Futbol Federasyonu FIFA tarafından 2004 yılından bu yana her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen ve FIFA

Dünya Kupası'nın sanal dünyadaki eş değeri olarak kabul gören FIFA eWorld Cup ise bu anlamda şu ana kadarki en uzun soluklu organizasyon olarak göze çarpmaktadır (FIFA, 2017).

Almanya Profesyonel Futbol 1. Ligi Bundesliga takımlarından olan Hertha Berlin, Aralık 2017'de yaptığı açıklamayla bir espor akademisi kurma kararı aldıklarını ve turnuvaları takip ederek yeni espor oyuncuları keşfetmeyi ve geliştirmeyi amaçladıklarını duyurdu. Hertha Berlin yöneticisi Paul Keuter (2017) konuyla ilgili olarak yaptığı açıklamada *“Başarılı futbol akademimizi daha da güçlendirmek ve bu başarıyı espor ve dijital dünyaya taşımak istiyoruz. Amacımız, yeni yetenekleri keşfetmek ve Hertha Berlin'den yenilikçi ve sürdürülebilir bir espor profesyonelleri geliştirmektir.”* ifadelerini kullanmıştır. Bu durum modern spor kulüplerinin espora olan bakış açısının her geçen gün gelişerek geldiği noktayı açıkça ortaya koymaktadır. Spor dünyası esporu bir yatırım alanı olarak görmeyi bırakarak, bir branş olarak kabullenme sürecine girmiş ve bu alandaki çalışmalarını diğer branşlarda olduğu gibi profesyonel bir hale dönüştürme eğilimine girmiştir.

Çalışmanın giriş bölümünde de bahsedildiği üzere spor kulüpleri içinde buldukları çağın bir sonucu olarak dijital dünyada yer almak adına çalışmalar yapmaktadır. Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde artık spor kulüp ve organizasyonları küresel anlamda büyük hedef kitlelerine sahip duruma gelmiştir. Birçok spor kulübünün sadece kendi dillerinde değil, başka dillerde de iletişim ağlarına (web sitesi, sosyal medya hesabı vb.) sahip olması bunun önemli bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu geniş hedef kitlesine hitap etmek ve onlarla etkileşime geçmek için dijital dünyada yer alma uğraşında olan spor kulüpleri için espor yeni bir olgu olarak göze çarpmaktadır. Günümüz dünyasında her geçen gün ortaya çıkan yenilikleri takip eden ve bu yeniliklere uyum sağlama hedefiyle hareket eden modern spor kulüpleri için espor son yıllarda önemli bir yere gelmiş hatta branş olarak kabul edilmeye başlanmıştır. esporun modern spor kulüpleri tarafından kısa sürede ilgi görmesinin birbirine sıkıca bağlı üç temel nedeni olarak;

1. Sürekli büyüyen bir ekonomiye
2. Potansiyel bir taraftar kitlesine
3. Yeni bir spor içeriğine sahip olması söylenebilir (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017).

Birbirine sıkıca bağlı bu üç neden sayesinde espor, modern spor kulüplerinin ilgisini çekmektedir. 20. yüzyılın sonlarında ilk defa bir kavram olarak ortaya atılan espor özellikle içerisinde bulunduğumuz 10 yıllık bölümde büyük bir patlama yaşadığı gözlenmiştir. İlk olarak Asya ve Kuzey Amerika’da benimsenmeye başlayan espor şu anda küresel anlamda bir fenomen haline gelmiş ve bunun bir sonucu olarak da her geçen gün ekonomisini katlamayı başarmıştır. 2018 yılı sonunda 900 milyon dolarlık bir ekonomiye ulaşması beklenen espor, dünya çapında farklı sektörlerden birçok markanın ilgisini çekmektedir. Genç nüfus ile aynı ortamda bulunmak ve onlarla etkileşime girmek adına çalışmalar yapan markalar espora yatırım yapmaktadır. Esporun markalar tarafından bu denli ilgi görmesi aynı zamanda bu branşta faaliyet gösteren spor kulüplerine yeni anlaşmaların önünü açmaktadır.

Bunun yanı sıra esporun gördüğü ilginin bir diğer önemli nedeni olarak sahip olduğu izleyici kitlesinin demografik özellikleri açısından potansiyel taraftar kitlesini barındırmasını söylenebilir. Espor izleyicileri, çalışanlar, ebeveynler ve pek çok farklı kesimi kapsayan çeşitli ve gelişen topluluğu ifade etmektedir. Dünya çapında 1 milyardan fazla insan esporun farkında ve yaklaşık olarak 380 milyon kişi esporu ilgiyle takip etmektedir. Mindshare (2016) tarafından Kuzey Amerika’da yapılan bir araştırmaya göre espor tutkunlarının %65’i 18-34 yaş aralığındaki insanlardan oluşuyor. Ayrıca sanılanın aksine espor ile ilgilenen insanların çoğu önemli satın alma gücüne sahip çalışanlardan meydana geliyor. Espor, modern spor kulüplerine geleneksel pazarlama yöntemleri ile ulaşmakta zorlandığı bu topluluk ile iletişime geçme ve onların karşısına çıkma şansı veren yeni bir alan olarak öne çıkmaktadır. 2016 yılında espor yatırımlarına başlayan Fransa’nın dünyaca ünlü spor kulübü Paris Saint Germain’in Mağazacılık ve Marka Direktörü Fabien Allegre (2017) bu durumla ilgili olarak *“espor bizim için, futbola odaklanmak zorunda olmadan, markamızın yeni hayranlarını bulmak için yeni bir yol. Amaç; kulübü futbol hakkında hiçbir şey bilmeyen oldukça geniş bir grup insana götürmektir.”* ifadelerini kullanıyor.

Son olarak ise espor farklı bir spor içeriği olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar espor tutkunlarının demografik olarak çoğunlukla genç bir nüfusu ifade ettiğini göstermektedir. Bu genç nüfusun spor yerine dijital oyunlar ya da sosyal paylaşım ağları ile vakit geçirmeyi tercih ettiği bilinmektedir. Bu noktada espor, modern spor kulüp ve organizasyonlarına yeni bir spor içeriği sağlamaktadır. Çoğunlukla

çevrimiçi ortamlarda yayınlanan espor etkinlikleri sayesinde spor kulüpleri büyüyen ekonomi içerisinde, farklılık gösteren bir potansiyel taraftar kitlesine erişme imkânı bulmaktadır.

Modern spor kulüp ve organizasyonları özellikle son yıllarda espor faaliyetlerine büyük ilgi göstermektedir. Her geçen gün yeni pazar arayışlarında olan ve değişen toplum yapısında, yeni ve çeşitli takipçiler kazanmak isteyen organizasyonlar sporun bu yeni formuna kayıtsız kalmadığı gözlenmektedir.

4.4. Espor ve Olimpiyat Oyunları

İlk olarak 1896 yılında Atina’da gerçekleştirilen Modern Olimpiyat Oyunları günümüzde en büyük spor olayı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dört yılda bir olarak gerçekleştirilen Olimpiyat Oyunları’nı diğer yarışmalardan ayıran en önemli özellik Olimpizm felsefesidir. Olimpizm; dengeli bir şekilde vücudun, iradenin, beynin tüm niteliklerini çalıştıran, birleştiren bir yaşam felsefesidir ve Olimpizmin temel ilkeleri doğrultusunda Olimpiyat Hareketine ait olmak Olimpik Antlaşmaya uyum sağlamayı ve IOC tarafından tanınmayı gerektirmektedir (TMOK, 2018).

Espor’un bir spor olarak değerlendirilme çabasında en büyük hedeflerden biri Olimpiyat Oyunları olarak göze çarpmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde bahsedilen kurumlar arasında yer alan Uluslararası espor Federasyonu IeSF bu bağlamda yaptığı çalışmalarla dikkat çekmektedir. IeSF’nin IOC tarafından tanınma süreci kapsamında attığı adımlardan bazıları şunlardır;

2013- Dünya Anti Doping Ajansı tarafından onaylı “Dopingle Mücadele Kuralları” yürürlüğe girdi,

2014- Uluslararası Herkes için Spor Birliği (TAFISA) üyesi oldu,

2015- Uluslararası Atletizm Federasyonları Birliği (IAAF) ile ortaklık anlaşması imzalandı,

2016- Esporun, Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) tarafından tanınması için resmi mektup gönderildi (IeSF, 2016).

Bu çalışmaların bir sonucu olarak espor ilk olarak anavatani olarak gösterebileceğimiz Asya’da ilgi görmeye başlamıştır. Asya Olimpiyat Konseyi, 17 Nisan 2017 tarihinde yaptığı açıklamada 2022’de Çin’in Hangzhou kentinde

düzenlenecek olan Asya Oyunları'nda esporun resmi bir oyun olarak yarışmalarda yer alacağını duyurdu (Ocasia, 2017).

2024 Olimpiyatları'na ev sahipliği yapacak olan Paris'in Teklif Komitesi Eşbaşkanı olan Tony Estanguet, esporun gösterdiği gelişimin incelenmesi ve Olimpiyat Oyunları'nın bu duruma kayıtsız kalmaması gerektiğini ifade ediyor. espor ile Olimpiyat Oyunları arasındaki ilişki hakkında konuşan Estanguet (2017) ABD merkezli haber ajansı Associated Press'e yaptığı açıklamada *"Esporu takip etmeliyiz. Bizim olmadığımızı ya da Olimpiyatlarla ilgili olmadığını söyleyemeyiz. Gençler, espor ve benzeri şeylerle ilgileniyorlar. Espora bakalım, onlarla tanışalım. Aramızda köprü kurup kuramayacağımızı görelim. Baştan 'hayır' demek istemiyorum. Bence sürecin ne olduğunu ve neden bu kadar başarılı olduğunu daha iyi anlamak için IOC ile espor ailesinin iletişim kurması ilginç olacaktır. Etkileşimde bulunmak için biraz zamanımız var. Yeni insanlarla ve paydaşlarla etkileşimde bulunmak için zaman harcayacağız. Son karar IOC'nin olacak. Esporu programda görmek istiyorlarsa bunu açıklayacaklardır"* ifadelerini kullandı.

Estanguet'in açıklamalarından kısa bir süre sonra 28 Ekim 2017'de tarihinde Lozan'da gerçekleştirilen ve Olimpik Hareketin geleceği için önemli konuların görüşüldüğü 6. Olimpiyat Zirvesi'nde espora da yer verilmiştir (IOC, 2017). Espor adı verilen hızlı gelişmenin ve çeşitli Olimpiyat Hareketi paydaşlarının mevcut katılımının tartışıldığı zirvede aşağıdaki maddeler üzerinde anlaşmaya varılmıştır;

- "espor", özellikle farklı ülkelerdeki demografik anlamda gençler arasında güçlü bir büyüme gösteriyor ve Olimpiyat Hareketi ile etkileşimde bulunulması için bir platform sağlayabilir.
- Rekabetçi "espor" bir spor etkinliği olarak düşünülebilir. Katılan oyuncular geleneksel sporlardaki atletlerle kıyaslanabilecek yoğunlukta hazırlanmakta ve antrenman yapmaktadırlar.
- IOC tarafından bir spor olarak tanınabilmek için "espor"un içeriği Olimpiyat değerlerini ihlal etmemelidir.
- IOC tarafından tanınması için bir diğer gereklilik ise Olimpiyat Hareketinin kurallarına ve düzenlemelerine (anti-doping, bahis,

manipülasyon vb.) uygunluğu garanti eden bir kuruluşun varlığı olmalıdır.

Hallmann ve Giel'e göre (2017) espor güçlü bir organizasyon yapısı kurmayı başırırsa büyük olasılıkla bir spor olarak kabul edilecek ve hatta Olimpik programda kendisine yer bulacak. Bu noktada esporun henüz yeterli bir organizasyon yapısına sahip olmaması spor dünyasındaki yeri açısından en büyük engel olarak göze çarpıyor. Bu durum Olimpik Zirve'de alınan kararlarda da açık bir şekilde görülmektedir.

Güney Kore'nin PyeongChang şehrinde düzenlenen 2018 Kış Olimpiyat Oyunları öncesinde, IOC'nin sponsorları arasında yer alan Intel markasının öncülüğünde bir espor turnuvası gerçekleştirildi. IOC Televizyon ve Pazarlama Genel Müdürü Timo Lumme (2017) turnuvanın resmen açıklanmasının ardından *“Evrensel anlamda en iyi partnerlerimizden olan Intel'in, bu yarışmayı Olimpiyat Kış Oyunları 2018'e öncülük ederek PyeongChang'a getirmesinden dolayı gururluyuz. Geçtiğimiz hafta düzenlenen Olimpiyat Zirvesi sonrasında IOC, esporun Olimpiyat Hareketi ile olan ilişkilerini daha da keşfedecek. Bu sadece heyecan verici bir geleceğin başlangıcıdır ve bu deneyimin nasıl bir performans göstereceğini görmek istiyoruz.”* ifadelerini kullandı. Intel markası ayrıca 2018 PyeongChang Kış Olimpiyat Oyunları'nın resmi dijital oyunu olan *“Steep Road to the Olympics”* aracılığıyla Olimpiyat Köyü'ndeki katılımcı ve sporculara etkileşimli oyun deneyimi sundu. Bu durum esporun Olimpiyat Oyunları ile girdiği ilk büyük etkileşimlerden biri olarak göze çarpmaktadır.

21 Temmuz 2018 tarihinde ise İsviçre'nin Lozan kentinde bulunan Olimpiyat Müzesi'nde *“Espor Forumu”* adıyla bir organizasyon gerçekleştirdi. IOC ve GAISF ortaklığıyla gerçekleştirilen organizasyonun temel amacı potansiyel işbirliklerini keşfetmek, ortak bir anlayış oluşturmak ve espor ile Olimpik Hareket arasında gelecekte olabilecek etkileşimler için bir platform oluşturmak olarak belirlenmişti. IOC Spor Direktörü Kit McConnell (2018) gerçekleştirilen forumla ilgili olarak şunları söyledi;

“Gelecekteki iş birliğinin Olimpik değerleri desteklemeye ve tanıtımını yapmaya dayandığına dair bir fikir birliğine varıldı ve amaç esporun Olimpiyat programına dahil edilmesine yönelik bir yol oluşturmak değildi. Devam eden diyalog ve katılım için güçlü bir planımız var. Olimpik Hareketin espor ile daha geniş katılımını koordine etmek ve desteklemek için güçlü bir konumda bulunuyoruz.”

Her ne kadar espor üzerinde var olan tartışmalar sürmeye devam etse de IOC ve GAISF gibi küresel anlamda sporun en büyük iki organizasyonu bu yükselen olguyu dikkatle takip etmektedir. Esportun henüz yeni gelişen bir yapı olması nedeniyle ilk etapta atılan adımlar bu olguyu tanımaya ve potansiyel iş birliklerini belirlemeye yönelik olmaktadır. Esportun her anlamda oldukça hızlı bir büyüme sürecinde olması nedeniyle ilerleyen yıllarda modern spor ile yaşayacağı etkileşimin daha detaylı hale gelmesi muhtemel görünmektedir.



5. GEREÇ VE YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yöntemi açıklanmış ve araştırma modeline, veri toplama araçlarına, veriler ve toplanmasına, verilerin çözümlenmesine ve yorumlanmasına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

5.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma ile günümüz toplumunun yeni bir etkinliği olan esporu tanımlamayı, yaşadığı hızlı büyümeyi ve nasıl modern sporun bir parçası haline gelmeye başladığını açıklamayı amaçlıyoruz. Çalışma kapsamında dijital oyunların ve esporun ne olduğu üzerinde durulmuş, tarihsel gelişimi incelenmiş ve modern spor ile olan etkileşimine değinilmiştir. Esporun bir spor olarak düşünülüp düşünülemediği, sahip olduğu ekosistemin detayları ve ilerleyen yıllarda karşımıza çıkabilecek potansiyel değişimler çalışmanın kapsamı içerisinde yer almaktadır.

Son yıllarda giderek bilinirliği artan bir olgu olarak espor özellikle genç nüfus tarafından büyük ilgi görmektedir. Her ne kadar 2000'li yılların başından itibaren akademik anlamda çalışmalara konu olsa da henüz yeni yeni profesyonelleşen bir alan olması sebebiyle önemli bilgi eksiklikleri bulunmaktadır. Özellikle Türkçe literatürün oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu noktada çalışmanın bir diğer amacı, espor olgusu için kuramsal bir çerçeve oluşturarak; Türkçe literatüre katkı sağlamak, gelecekte yapılacak kuramsal ve deneysel araştırmalar için bir temel ortaya koymak olacaktır.

Bu bağlamda çalışmada; dijital oyun sektörü ne gibi dönüşümler yaşayarak günlük hayatta hangi şekillerde yer bulmuştur? Espor, toplumsal ve ekonomik anlamda ne gibi değişimler sonucunda ortaya çıkmıştır? Modern spor kulüpleri ya da organizasyonlarının espor ile etkileşime girmesini sağlayan sebepler nelerdir? Esporun kabul edilebilirlik noktasında önündeki en büyük engel nedir? İlerleyen yıllarda esporda yaşanabilecek potansiyel değişiklikler hem esporu hem de diğer bileşenlerle etkileşimini nasıl etkileyecektir? gibi sorulara cevaplara aranacaktır.

5.2. Araştırmanın Modeli

Çalışma nitel araştırma deseni içerisinde yer alan betimsel araştırma yöntemi benimsenerek gerçekleştirilecektir. Betimsel araştırmalar ne ve nasıl sorularına

sistematik olarak cevap vererek olay ve durumların detaylı olarak betimlenmesi amacıyla yapılır (Başol, 2008). Güncel bir olgu olarak esporun ve modern spor ile olan ilişkisinin daha detaylı olarak ortaya konulması amaçlanmaktadır.

5.3. Veri Toplama Aracı, Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri literatür taraması yöntemiyle toplanmıştır ve ilk olarak Türkçe literatür taranmıştır. Esporun bir araştırma konusu olarak ilk olarak 2006 yılında Metin Arğan, Alper Özer ve Erkan Akın tarafından incelendiğini görülmektedir. Fakat hem esporun o dönemde tam olarak karşılık bulamaması hem de her geçen gün hızla büyümesi nedeniyle son birkaç yıla kadar yapılan çalışmalar sınırlı kalmıştır. Örneğin; esporun bir endüstri haline gelmeye başlamasında önemli payı olan birçok oyun henüz o dönemde piyasaya sürülmemiştir. Aynı zamanda günümüzde olduğu gibi birçok ülkede federasyon yapıları kurulmamıştır. Türkçe literatür açısından baktığımızda Yüksek Öğretim Kurumu'nun Tez Merkezi sisteminde espor ile ilgili olarak iki adet yüksek lisans tezi bulunduğu görülmektedir. Ayrıca özellikle son birkaç yılda akademik makalelerin yanı sıra internet yayınlarında da gelişme olduğu görülmektedir.

Türkçe literatürün çok sınırlı olması nedeniyle yabancı dildeki kaynaklar incelenmiştir. Bu noktada özellikle Michael Wagner, Garry Crawford, Michael Borowy, Dal Yong Jin, Kirstin Hallmann, Thomas Giel gibi isimlerin çalışmaları başlıca kaynaklar arasında yer almaktadır. Sürekli gelişen yapısı nedeniyle akademik çalışmaların yanı sıra internet kaynaklarından da yararlanılmıştır. Bu noktada internet kaynaklarının seçimine özen gösterilmiş ve çalışmada kullanılan kaynakların kurumların resmi internet siteleri olmasına dikkat edilmiştir.

Genel olarak yapılan çalışmalar espor oyuncularının becerilerini ölçmeye ya da izleyicilerin katılım sebeplerini belirlemeye dayalı, daha çok istatistiksel araştırmalardan meydana gelmektedir. Modern sporun, espor ile bir araya gelmesine yönelik olarak kavramsal çalışmaların sınırlılığı göze çarpmaktadır. Bu nedenle çalışmaya uygun olacak şekilde araştırmacılar tarafından ortaya konan fikirler üzerinden karşılaştırmalı bir anlatım kullanıldı. Sonrasında çalışmanın literatürde yer alan diğer çalışmalarla olan ilişkisi doğrultusunda betimsel bir yol izlendi. Elde edilen veriler belirlenen tema doğrultusunda işlenerek çalışma tamamlanmış ve birtakım bulgulara ulaşılmıştır.

5.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma gerçekleştirilirken elde edilen veriler literatür taraması tekniğiyle toplanmıştır. Bu nedenle çalışma literatür taraması sonucunda ulaşılan kaynaklarla sınırlıdır. Bu aşamada karşılaşılan güçlükler Türkçe literatürün sınırlı olması nedeniyle diğer dillerdeki kaynaklara yönelmek olmuştur. Diğer dillerdeki kaynaklara ulaşmak çoğu zaman kolay olmadığından çalışma ulaşılabilen kaynaklarla sınırlandırılmıştır.



6. BULGULAR

6.1. Espor Yeni Bir Rekabet Alanıdır ve Modern Spor İle Alakalıdır

Bilindiği üzere espor gibi bulunduğu dönem içerisinde büyük ses getiren olgular toplumsal yapılarda yaşanan dönüşümlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Modern spor kavramı “Sanayi Devrimi” sonrasında özellikle İngiltere’de yaşanan gelişmelerle birlikte geleneksel sportif pratiklerde yaşanan dönüşümlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde esporun içinde bulunduğumuz ve “Sanayi Sonrası Toplumu” ya da “Bilgi Toplumu” olarak adlandırılan topluma ait bir olgu olduğu görülmektedir.

Teknolojik gelişmeler toplumların yapılarını ve yaşam tarzlarını büyük ölçüde etkilemiştir. Bu doğrultuda insanlar içinde buldukları dönemde ortaya çıkan teknolojik gelişmelere ayak uydurmaya gayret göstermiştir. Bilgi Toplumu olarak adlandırılan bu yeni toplum düzeni içerisinde de bilgi ve iletişim teknolojilerinin günlük hayattaki yeri oldukça artmıştır. 1990’lı yıllardan itibaren başlayan kişisel bilgisayar kullanımının yanısıra günümüzde mobil cihazların da hayatımızdaki yeri açıkça görülmektedir. Teknoloji ile iç içe geçmeye başlayan bu yeni toplum düzeninde dijital oyunlar öncelikle bir sosyal faaliyet alanı olarak karşımıza çıkmış daha sonrasında ise yeni bir rekabet alanı olmuştur. Nasıl ki modern toplum düzeni içerisinde ortaya çıkan modern sporlar kitleleri peşinden sürükleyen bir noktaya ulaştıysa, bilgi toplumu içerisinde de teknolojik bir rekabet alanı olarak espor benzer bir noktaya ulaşma noktasında ilerlemektedir. 2013 ve 2016 yıllarında dünyanın çeşitli bölgelerinde düzenlenen bazı espor turnuvalarında izleyicilerin devasa nitelikte salonları doldurması bunun en temel örnekleri arasında yer almaktadır. (Tablo 9).

Tablo 12: Espor Organizasyonu Gerçekleştirilmiş Bazı Spor Tesisleri

Tesis	Kapasite	Organizasyon
Air Canada Center	19.800	LoL Kuzey Amerika Finalleri (2016)
Madison Square Garden	19.830	LoL Dünya Şampiyonası Yarı Finalleri (2016)
Commerzbank Arena	55.000	ESL One Frankfurt Dota 2 (2016)
Pekin Ulusal Stadyumu	80.000	LoL Dünya Şampiyonası Finali (2017)
Staples Center	21.000	LoL Dünya Şampiyonası Finali (2013)

Yeni toplum yapısının sportif bir yansıması konumunda olan espor aynı zamanda modern spor ile iç içe geçmiş durumdadır. Günümüzde birçok modern spor kulüp ve organizasyonu esporu branş olarak kabullenmiş ve bu alandaki faaliyetlerini diğer branşlarda olduğu gibi ciddiyetle sürdürmektedir. Ülkemizde de başta üç büyük kulüp olmak üzere birçok kulüp espor alanında faaliyetlerini devam ettirmektedir. (Tablo 12). IOC'nin esporu tanımak adına yaptığı çalışmalar bu durumun farklı bir örneği olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle esporun, modern spor ile hiçbir bağı olmadığını söylemek pek doğru bir yaklaşım olmayacaktır.

Tablo 13: Türkiye’de Espor Branşı Bulunan Spor Kulüpleri (23.10.2018)

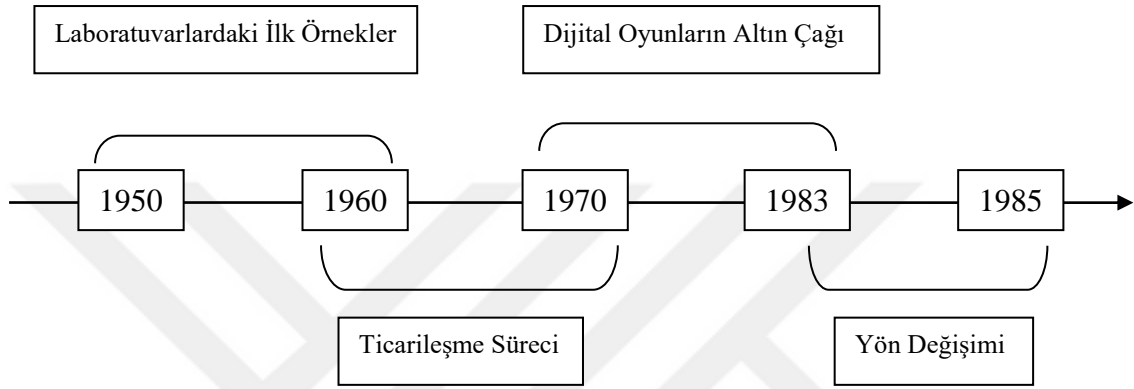
Kulüp	Oyunlar
Beşiktaş	LoL, FIFA, PUBG, CS:GO, Street Fighter
Fenerbahçe	LoL, Zula,
Galatasaray	LoL, Zula, WolfTeam
Bursaspor	LoL, Zula, Dota 2, FIFA, CS: GO
Başakşehir	FIFA

6.2. Dijital Oyunların Ticarileşmesi

Esporun günümüzde geldiği noktaya ulaşmasını sağlayan iki önemli dönüşüm mevcuttur. Bunlardan ilki dijital oyunların ticarileşmesidir. 1950’li yıllardan itibaren ortaya çıkmaya başlayan ilk dijital oyun çalışmaları genel itibarıyla araştırma laboratuvarı gibi alanlarda gerçekleşmiştir. İkinci dünya savaşı sonrasında ortaya çıkan bu oyunlar hem içerik hem de etki anlamında oldukça sınırlı olmalarına rağmen gelecek yıllarda oluşacak sektörün öncüleri arasında yer almaktadır.

1970’li yılların başından itibaren kamusal alanların dışına taşarak ticari anlamda da yer edinmeye başlayan dijital oyunlar gündelik hayattaki yerini almaya başlamıştır. İlk olarak oyun salonlarında büyük ilgi gören bu oyunlar daha sonra gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği ev tipi oyun konsolları sayesinde evlerde yer edinmeye başlamıştır. Bu ticarileşme sürecinin sonucunda ilk rekabetçi turnuva örnekleri ortaya çıkmıştır. Bu ilk örnekler aynı zamanda değişen toplum yapısı içerisinde yeni bir

sosyalleşme alanı olarak da kabul görmüştür. Özellikle Kuzey Amerika’da başlayan dijital oyun çılgınlığı 1970’li yılların sonu ile 1980’li yılların başında altın dönemini yaşarken, 1985 yılından itibaren sektörün yönünün Asya’ya döndüğü görülmektedir. Dijital oyunların ticarileşme sürecinde gördüğü büyük ilgi ve beraberinde sektöre Asya ülkelerinin de tamamen dahil olmasıyla beraber profesyonelleşme yolunun açıldığı görülmektedir (Şekil 5).



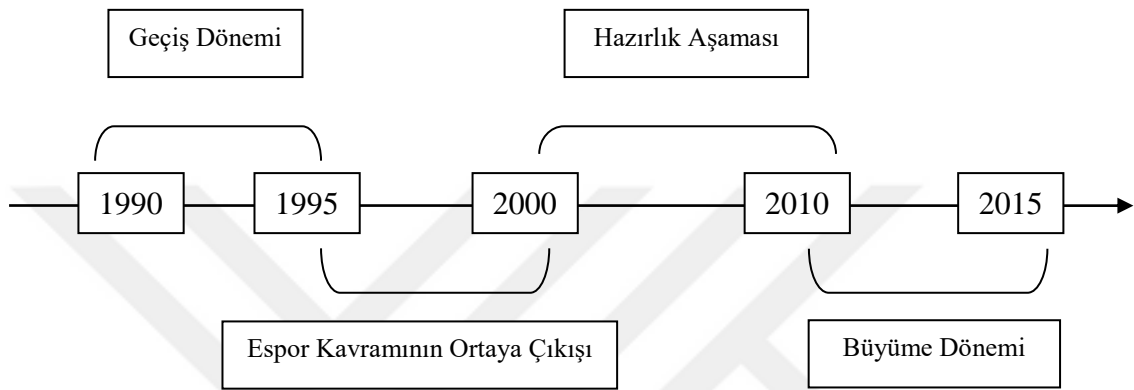
Şekil 5: Dijital Oyunların Ticarileşmesi

6.3. Rekabetçi Oyunculuğun Uluslararası Hale Gelmesi ve Profesyonelleşmesi

Espor ile ilgili yaşanan bir diğer önemli dönüşüm ise internet teknolojisinin gelişimiyle beraber rekabetçi oyunculuğun uluslararası hale gelmesi ve beraberinde yaşanan profesyonelleşme sürecidir. Çalışmada değinildiği üzere 1990’lı yıllardan itibaren kişisel bilgisayar kullanımı artmıştır. Bu kullanım ilk başlarda temel bir takım ihtiyaçları gerçekleştirmeye yönelik olsa da zamanla gelişen teknoloji sayesinde kişisel bilgisayarlar sadece iş amaçlı kullanılmamıştır. Bir eğlence aracına da dönüşen bilgisayarlar özellikle gelişen internet teknolojisi sayesinde dijital oyunların uluslararası bir hale gelmesine olanak sağlamıştır.

Çevrimiçi ortamlarda ortaya çıkan bu yeni rekabet türü büyük ilgi görürken, zaman içerisinde birçok uluslararası turnuvanın gerçekleştirilmesine olanak sağlamıştır. Rekabetçi dijital oyunculuğun 1990’lı yılların sonundan itibaren Güney Kore’de büyük bir ilgi görmesi beraberinde profesyonel yönetim yapılarını, takımları ve organizasyonları getirmiştir. 2000 yılında Güney Kore’de Kültür, Turizm ve Spor Bakanlığı onayıyla, kurulan Kore Espor Birliği (KeSPA) bu anlamda ilk örneklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Espor kavramının ortaya çıkmasıyla beraber 2000

yıllarda büyük çapta uluslararası turnuvalar gerçekleştirilmeye başlamıştır. Hazırlık aşaması olarak adlandırabilecek bu dönemde teknolojinin hızla gelişmesi ve birçok popüler oyunun üretilmesinin espora farklı bir yön verdiği görülmektedir. 2010 – 2015 yılları arasında büyüme dönemini yaşayan ve kitlelerin ilgisini çeken espor, her geçen gün izleyici sayısını, ekonomisini ve kurumsal yapısını geliştirerek profesyonelleşme sürecini sürdürmektedir (Şekil 6).



Şekil 6: Rekabetçi Oyunculüğün Uluslararası Hale Gelmesi ve Profesyonelleşmesi

6.4. Kurumsal Yapı Eksikliği

Her ne kadar espor içinde bulunduğumuz çağın bir ürünü olarak göze çarpsa da spor olarak tanınma noktasında kurumsal yapı eksikliği göze çarpmaktadır. Espor, modern sporların aksine Avrupa’da ortaya çıkmamıştır. Dijital oyun endüstrisinin gelişimi incelendiğinde özellikle Asya ve Kuzey Amerika’da ortaya çıkan espor kültürü kısa sürede Avrupa ve dünyaya yayılmıştır. Esporun global anlamda kabul edilirliliğinin artmasıyla beraber kurumsallaşma süreci de hız kazanmıştır. Takım yapıları, oyuncu kontratları, organize turnuvaların ortaya çıkması sürecin doğal bir parçası olarak görülmektedir.

Çalışmada da değinildiği üzere IOC’nin dahi gündemine giren espor ile ilgili dikkat çeken en önemli nokta olarak modern spor kulüp ya da organizasyonlarının karşılarında gerekli teminatları sağlayacak ve süreçleri yürütecek net bir mekanizma bulamamaları söylenebilir. Öne çıkan bir takım yönetim organizasyonlarına rağmen dünya genelinde gerçek anlamda kabul görmüş net bir yönetim mekanizması bulunmamaktadır.

Yine de esporun modern sporlara benzer şekilde tüm dünyayı saracak şekilde uygun federasyon yapılarına kavuşması kısa sürede kolay gözükmemektedir. Fakat yakın gelecekte öne çıkacak değişimlerin başında bu durumun geleceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle ulusal espor federasyonlarının kurulması bu anlamda dikkat çekici gelişmelerin başında gelmektedir. Çalışmada bahsedildiği gibi Uluslararası Espor Federasyonu yaptığı çalışmaların yanı sıra üye ülke sayısı ile öne çıkmaktadır. (Tablo 13). Türkiye, Güney Kore, Almanya, Rusya gibi birçok ülkede ortaya çıkan espor federasyonları bu yeni olgunun resmi anlamda sportif bir karşılık bulması adına çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu kuruluşların düzenli ve sürekli çalışmaları neticesinde espor dünyasının daha kaliteli bir organizasyon yapısına kavuşmasını sağlaması ve beraberinde gerekli tanınma süreçlerinin hızlandırması beklenmektedir.

Tablo 14: Uluslararası Espor Federasyonu'na Üye Ülkeler (21.10.2018)

Kıta	Ülkeler
Afrika (4)	Mısır, Namibya, Güney Afrika, Tunus
Amerika (3)	Arjantin, Kosta Rika, Meksika
Asya (23)	Çin, Tayvan, Hindistan, Endonezya, Kore, İran, Japonya, Kazakistan, Lübnan, Makao, Malezya, Maldivler, Myanmar, Moğolistan, Nepal, Filipinler, Suudi Arabistan, Sri Lanka, Suriye, Tayland, Birleşik Arap Emirlikleri, Özbekistan, Vietman
Avrupa (19)	Avusturya, Azerbaycan, Belarus, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Gürcistan, Almanya, İsrail, İtalya, Makedonya, Hollanda, Portekiz, Romanya, Rusya, Sırbistan, Slovakya, İsveç, İsviçre
Okyanusya (2)	Avustralya, Yeni Zelanda

6.5. Espor, Spor Yönetim Bilimlerinin Bir Konusudur

Bugüne kadar pek çok disiplinin çalışma konusu olan espor, Spor Yönetim Bilimlerinin de bir araştırma konusudur. Özellikle son dönemde yapılan çalışmaların sayısında yaşanan artış da bunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Kısa süre yaşadığı önemli büyüme ile dikkat çeken espor, modern sporun bileşenleri tarafından büyük bir ilgiye maruz kalmaktadır. Türkiye'de Gençlik ve Spor Bakanlığı onayıyla kurulan Türkiye E-Spor Federasyonu, spor kulüplerinin espora bir branş olarak yer vermesi ve son olarak IOC'nin esporu tanıma adına gerçekleştirdiği çaba bu durumun en net göstergesi olarak görülmektedir. Esporun, birçok farklı disiplinle ilişki içerisinde olan

Spor Yönetim Bilimlerinin yeni bir araştırma alanı olarak ortaya çıktığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Nitekim espor son dönemde Spor Yönetim Bilimleri alanında yapılan birçok araştırmanın konusunu da oluşturmuştur. 15 – 18 Kasım 2017 tarihlerinde gerçekleştirilen Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi’nde espor ile ilgili olarak 3 bildiri, 31 Ekim – 3 Kasım 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilecek Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi’nde ise espor ile ilgili 4 bildiri yer almaktadır. Son olarak Spor Bilimleri Federal Enstitüsü (Almanya) “E-spor ve ciddi oyunlar: spor bağlamında video oyunları” isminde bir bibliyografya yayınlamış ve bu alanda yapılan çalışmaları bir araya getirmiştir.



7. TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmada günümüz dünyasında büyük bir ilgi gören ve kısa sürede modern sporun bir parçası haline gelen esporun ortaya çıkış süreci ve modern spor ile olan ilişkisi değerlendirmeye çalışıldı. Modern sporun kaynakları 19. yüzyıl başlarında yaşanan sanayileşmeye ve buna bağlı olarak üretim ve sınıf ilişkilerinde yaşanan değişimlere dayandırılmaktadır (Tezcan, 1990: 61, Guttman, 1978 Kaynak: Çakır 2014: 4). Çalışmanın ilk bölümünde bahsedildiği üzere içinde bulunduğumuz döneme “bilgi çağı” ve beraberinde gelen değişimle beraber ortaya çıkan topluma “bilgi toplumu” denilmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ön plana çıktığı bu toplum yapısı içerisinde esporun bir rekabet alanı olarak gelişmesi ve büyük ilgi görmesi şaşırtıcı değildir. Wagner (2006) bu durum ile ilgili yaptığı “*Esporların ortaya çıkması, endüstriyel toplumdaki günümüzün bilgi ve iletişim temelli topluma geçişin mantıksal ve geri dönülemez bir sonucu olarak yorumlanabilir*” açıklaması da bu düşünceleri destekler niteliktedir. Espor her ne kadar uzun yıllardır çeşitli formlarda var olan bir olgu olsa da içinde bulunduğumuz on yıllık süreç içerisinde sporun ve de kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir. Çakır’a göre (2014: 193) seyirlik spor kavramının gelişmesi medya alanında yaşanan gelişmelerle mümkün olmuştur. Bu noktada espor içinde bulunduğumuz dönemin özellikle çevrimiçi medya anlamında sahip olduğu potansiyelin büyük faydasını görmüştür. Özellikle sosyal medya ve çevrimiçi video paylaşım sitelerinin varlığı sayesinde espor kısa sürede büyük kitlelere ulaşmayı başarmıştır.

Hem içerisinde spor kavramını barındırması hem de modern spor ile büyük çapta bir etkileşime girmiş olması espor ile ilgili tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde değinildiği üzere bu tartışmalar akademik anlamda espor ile ilgili en çok çalışılan konular arasında yer almaktadır. Espor fiziksel anlamda sınırlı bir içerik sunmasına rağmen modern spor ile büyük benzerlikler göstermektedir. Oyuncuların düzenli antrenmanlar yapması, belirli kurallara sahip olan turnuvalarda yarışmaları, rekabet unsurunu olması, dikkat çekici sayıda kitleleri peşinde sürüklemesi öne çıkan noktalar olarak göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra profesyonel espor oyuncularının gözle görülebilir fiziksel aktivite sınırlılığına rağmen gösterdikleri reaksiyonlar dikkat çekmektedir. Almanya Spor Üniversitesi tarafından espor

oyuncularına yapılan kortizol (stres hormonu) hormonu testi ile ilgili konuşan Ingo Froböse (2016) *“üretilen kortizol miktarı, yarış arabası sürücüsü ile aynı seviyededir. Bu, bazen çok hızlı bir koşuda, neredeyse bir maratonda koşanlara eşdeğer olan, dakikada 160 ila 180 vuruş kadar yüksek bir nabızla birlikte görülmektedir”* ifadelerini kullanmaktadır. Bu noktada esporun içinde bulunduğumuz döneme ait yeni bir sportif olgu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. GAISF Başkanı Patrick Baumann (2018) esporun geldiği noktayla ilgili olarak *“Sporun hiçbir zaman durmadığını ve espor ile dijital oyunların olağanüstü büyümesinin, sporun devam eden evriminin bir parçası olduğunu biliyoruz”* demektedir.

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmelerin bir sonucu olarak dijitalleşme süreci ortaya çıkmıştır. Bu süreçte küreselleşen dünyada taraftar sayısını arttırmak isteyen ve bu doğrultuda hemen hemen her alanda yaşanan gelişmeleri takip eden modern spor kulüp ve organizasyonlarının espor öncesinde ilk olarak dijital oyun endüstrisi ile etkileşime girdiği görülmektedir. Yazılım ve donanım şirketleri stadyum içi ve çevresindeki reklam panolarına ilan verirken, oyun şirketleri hem takımlar hem de organizasyonlar ile önemli sponsorluk anlaşmaları yapmıştır (Crawford ve Gosling, 53). Esporun ortaya çıkışı ve büyük bir potansiyel teşkil etmesi ile birlikte bu etkileşim farklı bir boyuta taşınmıştır. Özellikle son birkaç yılda spor kulüpleri esporu, genç nesle ulaşmanın bir aracı olarak görmüş ve branş olarak kabullenmeye başlamıştır. Fransa'nın Paris Saint-Germain Kulübü Başkanı Nasser Al-Khelaifi bu alandaki yatırımlarıyla ilgili olarak *“Espora yatırım yapmaya ve takımlarımızı sektörün en ikonik oyunlarından ikisine dahil etmeye karar verdik. Bu karar, kulübün uluslararası kalkınma stratejisinin ve dijitalleşme projesinin bir parçasını oluşturuyor. Aynı zamanda Paris Saint-Germain'e hayranlarıyla etkileşimde bulunmak ve gelişen pazarlarda yenilerini çekmek için yeni bir yol sunuyor. Önümüzdeki üç yıl için büyük planlarımız var.”* ifadelerini kullanmıştır (PSG, 2016). Hedef kitlesinin sahip olduğu demografik yapı ve markaların büyük ilgisini çekmesi nedeniyle espor, dijitalleşme yolunda yeni alanlar arayan modern spor kulüp ve organizasyonlarının ilgisine maruz kalmıştır.

Bu noktaya gelene kadar rekabetçi dijital oyunculuk birçok önemli dönüşüm yaşamış ve sonuç olarak bilinen haliyle espor kavramının doğuşunu beraberinde getirmiştir. Bu dönüşümlerden ilki kamusal alanlarda ortaya çıkan dijital oyunların, ticari olarak arcade isimli oyun makinelerine geçişiyle ortaya çıkarken, diğer bir

dönüşüm ise internet teknolojisinin gelişmesiyle rekabetçi turnuvaların uluslararası hale gelmesi olmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde bahsedildiği üzere; özellikle internet teknolojisinin gelişmesi ve değişen toplum yapısı çerçevesinde insanların kişisel bilgisayar, cep telefonu vb. teknolojik aletlerin kullanım oranının artmasıyla beraber esporun gelişimi için gerekli zemin oluşmuştur. Bunun sonucunda insanlar dijital oyunları hem izleyici hem de oyuncu olarak tüketmeye başlamıştır.

Esporun sahip olduğu en büyük eksiklik olarak kurumsal yapı göze çarpmaktadır. 10 Ekim 2017 tarihinde Ankara’da gerçekleştirilen “Dijital Dünyada e-Spor” isimli çalıştayda da bu konu üzerinde durulmuş ve e-spor konularında ülkemizde bir örgütlenme ve regülasyon eksikliğinin bulunduğu dikkat çekilmiştir. Bu çalıştaydan kısa bir süre sonra Türkiye E-Spor Federasyonu’nun kurulması ise yaşanan gelişmelerin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada da değinildiği üzere birçok farklı yapılanma mevcuttur. Özellikle ulusal espor federasyonlarının kurulması sürecin hızlanması açısından önemli yer tutmaktadır. Uluslararası E-Spor Federasyonu IeSF’nin toplamda 48 üye ülkeye ulaşması küresel anlamda oluşması muhtemel organizasyon yapısı adına önemli bir adım olarak göze çarpmaktadır. Düzenli bir hızla büyümeye devam eden esporun yakın gelecekte tüm dünyada bu büyük gelişimi kontrol edecek ve geliştirmeye devam edecek yapılara kavuşması muhtemel olarak görünmektedir. Fakat esporun bu noktaya ilerlerken sahip olduğu karmaşık yapıyı düzenli hale getirmesi gerekmektedir. Esporun sahip olduğu farklı dinamikler (örneğin; oyun şirketlerinin etkin rolü) kurumsallaşma sürecinde dikkat çeken noktalardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ve bunun gibi birçok farklı özellik nedeniyle esporun kendine özgü bir yönetim modeli oluşturması beklenmektedir. İçinde bulunduğumuz dönemde birçok ülkede resmi bir branş olarak kabul edilmeye başlayan esporun ortaya çıkacak kurumsal yapıyla tartışmasız bir şekilde yeni bir alan olarak kabul edilmesi şaşırtıcı olmayacaktır.

Sonuç olarak içinde bulunduğumuz dünyanın tarih boyunca çeşitli dönemlerden geçtiğini ve bu dönemlerin beraberinde değişimler getirdiği bilinmektedir. Bilgi toplumu olarak adlandırılan bu dönemin eğlence anlayışına getirdiği yeniliklerden biri olan dijital oyunlar zaman içerisinde büyük bir evrim geçirmiştir. Bu evrimin sonucunda rekabetçi dijital oyunculuk farklı formlarda 1980’li yıllardan beri hayatımızda yer edinmiştir. Bu sürecin sonucunda gelinen noktada güçlü bir espor

kavramı karşımıza çıkmaktadır. Fiziksel ve / veya zihinsel aktivitelerin bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla çevrimiçi ortamlarda gerçekleştirildiği, rekabetçi bir spor türü olarak tanımlanabilecek espor özellikle içinde bulunduğumuz 10 yıllık dilimde büyük bir ilerleme kaydetmiştir. Bu süreçte hem ekonomisini hem de takipçi sayısını düzenli bir şekilde artırmayı başaran espor, modern sporlar ile olan ilişkisini de güçlendirmiştir. Bunun bir sonucu olarak dijitalleşme sürecinde olan modern sporun bileşenleri esporu yeni bir branş olarak kabul etmeye başlamıştır. Olimpik Hareketin bu yeni rekabet alanına gösterdiği ilgi ve onu anlama çabası, esporun ne kadar ciddi bir olgu olduğunu daha net bir şekilde ortaya koymaktadır. Çalışmada sadece literatür taraması yönteminin kullanılması ve belirlenen tema doğrultusunda ulaşılan kaynaklardan ibaret olması çalışmanın en önemli sınırlılığı olarak görülmektedir. Bu çalışmanın farklı yöntemler kullanılarak yapılacak çalışmalara bir temel oluşturacağı düşünülmektedir.

Türkiye’de Gençlik ve Spor Bakanlığı nezdinde kabul edilir hale gelmesi göz önüne alınırsa Spor Yönetim Bilimleri açısından da dikkate alınması gereken bir alan olacağı düşünülebilir. Halihazırda Almanya, İngiltere, Finlandiya gibi ülkelerde lisans düzeyinde eğitime başlanan ve birçok ülkede ise ders olarak müfredatlara dahil edilen espor ile ilgili olarak Türkiye’de gerekli eğitimlerin verilmesi adına çalışmalar yapılması oldukça yararlı olacaktır. Bu alanda lisans ve yüksek lisans düzeyinde eğitimler verilerek var olan bilgi eksikliği giderilebilir, akademik bir dilin oluşturulması sağlanabilir, esporun gelişimini destekleyecek çalışmalar yapılabilir ve aynı zamanda yetkin kişilerin yetiştirilmesine olanak sağlanabilir.

Bu çalışmanın sağladığı kavramsal temel ile beraber diğer bilimsel yöntemler kullanılarak farklı çalışmalar gerçekleştirilebilir. Espor oyuncu ve izleyicilerinin demografik durumları, tutum ve davranışları üzerine yapılacak çalışmalar ile sektörün durumu ortaya konabilir. İzleyicilerin tüketici olarak davranışlarının yanı sıra hem kulüplerin hem de markaların yaptığı yatırımlar incelenebilir. Bu çalışmalardan elde edilecek verilerle birlikte espor pazarlaması açısından ne gibi yollar izlenmesi gerektiğine dair çıkarımlar yapılabilir. Ayrıca toplumun espor hakkındaki farkındalık düzeyi üzerine yapılacak çalışmalarla birlikte toplumdaki bilgi eksiklikleri ortaya konabilir ve beraberinde bunları gidermek adına kurumlar bazında çalışmalar yapılmasına olanak sağlanabilir.

Çalışmanın bulguları arasında yer alan “kurumsal yapı eksikliği” noktasında yeni çalışmalar yapılabilir. Esporun bahsedildiği gibi farklı dinamiklere sahip olduğu düşünülürse kendisine özgü yeni bir yönetim modeli oluşturması gerektiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda özellikle oyun şirketlerinin espordaki keskin durumu düşünülerek federasyon yapıları için yeni bir yönetim modeli oluşturulması noktasında yapılacak akademik çalışmalarla destek verilebilir.



KAYNAKLAR

- Adamus, T. (2012). Playing computer games as electronic sport: In search of a theoretical framework for a new research field. *İçinde Computer games and new media cultures* (s. 477-490). Springer, Dordrecht.
- Adams, E. (2003). *Break into the Game Industry: How to Get A Job Making Video Games*. McGraw-Hill/Osborne.
- Akesen, A. (1978), *Türkiye’de Ulusal Parkın Açık hava Rekreasyonu Yönünden Nitelikleri ve Sorunları (Örnek: Uludağ Ulusal Parkı)*, İ.Ü. Orman Fakültesi Yayınları, No: 2484/262.
- Allegre, F. (2017). Esports 'set for £1bn revenue and 600 million audiences by 2020' Erişim Tarihi: 14.04.2018. <http://www.bbc.com/sport/39119995>
- Amman, M.T. (2000). *Sporda Sosyal Bilimler, Spor Sosyolojisi Bölümü*, İstanbul, Alfa, 2000, s. 85-151.
- And, M. (1974). “Oyun ve Bügü”, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Argan, M., Özer, A., Akın, E. (2006). *Elektronik Spor: Türkiye’de Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları*. Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi. Cilt: 1 Sayı: 2.
- Ausretrogamer (2015). *The Atari \$50,000 World Championships Fiasco*. Erişim Tarihi: 04.04.2018. www.ausretrogamer.com/tag/1980s-gaming-tournaments/
- Azap, Ö. (2014). *Dijital Çağ’da Kimlik Oluşturmak: Sanal Gerçeklik Yanılsama ve Gözetim; Suret Kısa Film Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Bach, T. (2017). *IOC President unsure whether e-sports should be in the Olympics*. Erişim Tarihi: 04.04.2018 <https://www.si.com/olympics/2017/04/25/esports-olympics-ioc-president-thomas-bach-comments>
- Baker, C. (2016). *Stewart Brand Recalls First Spacewar Video Game Tournament*. Erişim Tarihi: 24.07.2017, <http://www.rollingstone.com/culture/news/stewart-brandrecalls-first-spacewar-video-game-tournament-20160525>
- Başol, G. (2008). *Bilimsel araştırma süreci ve yöntem*. İçinde Kılıç, O. & Cinoğlu M. (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri*, Bölüm 5, İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Bayraktar, E., ve Kaleli, F. (2007). *Sanal Gerçeklik ve Uygulama Alanları*. Akademik Bilişim, 1-6.
- Baumann, P. (2018). *IOC and GAISF to host Esports Forum*. Erişim Tarihi; 24.10.2018 <https://www.olympic.org/news/ioc-and-gaisf-to-host-esports-forum>

- Beinsports (2017). Şampiyon 1907 Fenerbahçe. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <http://tr.beinsports.com/haber/sampiyon-1907-fenerbahce>
- BITKRAFT (2017). A Deep Dive Into the World of Competitive Video Games. Erişim Tarihi: 14.04.2018. http://esportsobserver.com/wp-content/uploads/2017/01/Esports_101-whitepaper-BITKRAFT.pdf
- Binark, M., ve Bayraktutan-Sütcü, G. (2008). Kültür endüstrisi ürünü olarak dijital oyun (Vol. 13). Kalkedon.
- Birsen, H. (2013). Değişim Aracı Olarak Yeni Medya. İçinde M.C. Öztürk (Ed.), Dijital İletişim ve Yeni Medya. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınlar. 27.
- Borowy, M. (2012). Public Gaming: eSport and Event Marketing in the Experience Economy. Yüksek Lisans Tezi. Simon Fraser Üniversitesi. Kanada
- Borowy, M., ve Dal Yong, J. (2013). Pioneering E-Sport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests. *International Journal of Communication*, 7, 2254-2274.
- Bowman, N. D., ve Tamborini, R. (2012). Task demand and mood repair: The intervention potential of computer games. *New Media & Society*, 14(8), 1339–1357.
- Breuer, M. (2012). Der E-Sport – ein drittes Modell des professionellen Sports? İçinde M. Breuer (Ed.), *E-Sport – Perspektiven aus Wissenschaft und Wirtschaft* (s. 91–116). Glückstadt: Hülsbusch.
- Brookey, R.A. (2014). *Convergence*. İçinde Wolf, M. J., ve Perron, B. (Ed.), *The Routledge companion to video game studies*. Routledge.
- Businessdictionary.com (2018). Digitalization. Erişim Tarihi: 14.04.2018.
- Caillois, R. (2001). *Man, play, and games*. University of Illinois Press.
- Catalyst (2017). Special Edition: The 2017 Esports Ecosystem. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://meta.catalystsports.com/2017/09/26/577/>
- Chao, L. L. (2017). You Must Construct Additional Pylons: Building a Better Framework for Esports Governance. *Fordham L. Rev.*, 86, 737.
- CPL (2018). About CPL. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <http://thecpl.com/about-cpl/>
- Çakır, V.O. (2014). Spor Sosyolojisinin Doğuşu; Geleneksel Beden Eğitimi Usul ve Yaklaşımlarında Dönüşüm. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi. İstanbul.
- Crawford, G. (2008). “It’s in the game”: Sport fans, film & digital gaming. *Sport in Society*, 11(2/3), 130–145

- Crawford, G ve Gosling, V. (2009). More Than a Game: Sports-Themed Video Games and Player Narratives. *Sociology of Sport Journal*, 2009, 26, 50-66.
- Dönmez, A. (2012). Savaş temalı dijital oyunlarda egemen ideolojinin temsili. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi. İzmir.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., ve Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining gamification. In *Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments* (pp. 9-15). ACM.
- Dillon, R. (2016). *The golden age of video games: The birth of a multibillion dollar industry*. AK Peters/CRC Press.
- ESA (2017). *Bilgisayar ve Video Oyun Sektörü Raporu Hakkında Temel Bilgiler*.
- ESPN. (2014). 2014 NBA Finals Ratings Up From Last Year. Erişim Tarihi: 04.04.2018, http://www.espn.com/nba/playoffs/2014/story/_/id/11093667/nba-finals2014-television-ratings-finals-last-season
- ESPN, (2017). The Franchise: The inside story of how "Madden NFL" became a video game dynasty, Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://sports.espn.go.com/espn/eticket/story?page=100805/madden>
- Estanguet, T. (2017). AP Interview: Paris open to esports on 2024 Olympic program. Erişim Tarihi: 14.04.2018. www.apnews.com/ca6640ffde80403ea17f339247192324
- Fanatik, (2017). Espor nedir? Bora Koçyiğit Fanatik'e anlattı! Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.fanatik.com.tr/2017/04/06/espore-nedir-bora-kocyigit-fanatik-e-anlatti-1286961>
- Ferdig, R.E. (2014). *Education*. İçinde Wolf, M. J., ve Perron, B. (Ed.), *The Routledge companion to video game studies*. Routledge.
- Ferguson, C., ve Rueda, S. (2010). The Hitman study: violent video game exposure effects on aggressive behavior, hostile feelings, and depression. *European Psychologist*, 15(2), 99–108.
- FIFA (2017). Organisation. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.fifa.com/fifaeworldcup/organisation/index.html>
- Frankel, B. (1991). *Sanayi Sonrası Ütopyalar*. (K. Durand. Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Frasca, G. (2001). "Rethinking Agency and Immersion: Video Games as a Means of Consciousness-Raising." SIGGRAPH.

- Froböse, I. (2016). Science shows that eSports professionals are real athletes. Erişim Tarihi: 23.09.2018. <https://www.dw.com/en/science-shows-that-esports-professionals-are-real-athletes/a-19084993>
- Gee, J. P. (2005). Good video games and good learning. In Phi Kappa Phi Forum (Vol. 85, No. 2, p. 33). The Honor Society of Phi Kappa Phi.
- Gerard, K. (2009). "Video Games: Platforms, Programmes and Players", Digital Cultures, Understanding New Media, Glasgow, (der). Glen Creeber, Royston Martin, Open University Press, s. 76-85.
- Gutierrez, M., Vexo, F., ve Thalmann, D. (2008). Stepping into virtual reality. Springer Science & Business Media.
- Gittleson, K. (2014). Amazon buys video-game streaming site Twitch. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.bbc.com/news/technology-28930781>
- Gutiérrez, M. A., Vexo, F., ve Thalmann, D. (2008). Stepping into virtual reality. England: Springer-Verlag London.
- Gratton, C., ve Taylor, P. (2000). Economics of sport and recreation. London: E & FN Spon.
- Griffiths, M. D. (2002). The educational benefits of videogames. Education and health, 20(3), 47-51.
- Griffiths, M. D., Kuss, D.J., ve King, D.L. (2012). Video game addiction: Past, present and future. Current Psychiatry Reviews, 8(4), 308–318.
- Hallmann, K. ve Giel, T. (2017). eSports–Competitive sports or recreational activity?. Sport Management Review.
- Hamari, J., ve Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it?. Internet research, 27(2), 211-232.
- Horsfield, P. (2003). Continuities and discontinuities in ethical reflections on digital virtual reality. Journal of Mass Media Ethics, 18(3-4), 155-172.
- Huizinga, J. (2006). Homo Ludens-Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Hutchins, B. (2006). Computer gaming, media and e-Sport. In Proceedings of the 2006 Australian Sociological Association Annual Conference (s. 1-9).
- iesf.org (2016). Increasing e-Sports Momentum in Europe, Recognition as a Sport. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://www.ie-sf.org/news/increasing-e-sports-momentum-in-europe-recognition-as-a-sport/>

- ie-sf.org (2017). IeSF agree on partnership with Bahçeşehir University. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <https://www.ie-sf.org/news/iesf-agree-on-partnership-with--bah%C3%A7e%C5%9Fehir-university/>
- IGN (1998). History of the playstation. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <http://www.ign.com/articles/1998/08/28/history-of-the-playstation>
- ign.com (2013). The rise of esports in America. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <http://www.ign.com/articles/2013/07/25/the-rise-of-esports-in-america>
- IOC, (2017). Communique of the Olympic summit. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://www.olympic.org/news/communique-of-the-olympic-summit>
- Jagnow, H. (2018). Germany to recognize eSports as an official sport. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <http://www.dw.com/en/germany-to-recognize-esports-as-an-official-sport/a-42509285>
- Jin, D. Y. (2010). Korea's online gaming empire. The MIT Press.
- Juul, J. (2003). The game, the player, the world: Looking for a heart of gameness. Level Up: Digital Games Research Conference, Utrecht University, Universiteit Utrecht.
- Kent, S. L. (2001). The Ultimate History of Video Games: from Pong to Pokemon and beyond... the story behind the craze that touched our lives and changed the world. Three Rivers Press.
- Kerr, A. (2006). The business and culture of digital games: Gamework and gameplay. Sage.
- Keuter, P. (2017). Hertha BSC to begin esports academy. Erişim Tarihi: 14.04.2018. http://www.herthabsc.de/en/teams/hertha-esports/page/646--4-4-.html#.WjvoSN9l_IU
- Kinder, M. (1991). Playing with power in movies, television, and video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Univ of California Press.
- Kirriemuir, J. (2006). A history of digital games. İçinde Rutter, J., ve Bryce, J. (Ed.) Understanding digital games. Sage Publications Ltd, pp. 22- 35.
- Koçyiğit, B. (2017). Türkiye'de ve Dünya'da E Spor Bora Koçyiğit. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <https://www.youtube.com/watch?v=VyO5RrKdxsU&t=856s>
- Kraus, G. (2009). "Video Games: Platforms, Programmes and Players, İçince Creeber, G. ve Martin, R. (Ed), Digital Cultures, Understanding New Media, Glasgow, Open University Press, pp. 76-85.

- Lee, D., ve Schoenstedt, L. J. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. ICHPER-SD Journal of Research, 6(2), 39-44.
- Lumme, T. (2017). Intel Brings Esports to Pyeongchang ahead of the Olympic Winter Games. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://www.olympic.org/news/intel-brings-esports-to-pyeongchang-ahead-of-the-olympic-winter-games>
- McConnell, K. (2018). Olympic Movement, Esports and Gaming Communities Meet at the Esports Forum. Erişim Tarihi: 27.07.2018. <https://www.olympic.org/news/olympic-movement-esports-and-gaming-communities-meet-at-the-esports-forum>
- Mindshare (2016). Game On: What Marketers Should Know About eSports Fans. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.mindshareintheloop.com/home/2016/06/14/game-on-what-marketers-should-know-about-esports-fans/>
- Mirzeoğlu, N. (Ed.). (2006). Spor Bilimlerine Giriş, Ankara: Spor Yayınevi.
- Mitra, A. (2010). Digital games: computers at play. Infobase Publishing.
- NBA (2017). NBA, video game company to launch new gaming league in 2018. Erişim Tarihi: 18.04.2018. <http://www.nba.com/article/2017/02/09/nba-video-game-company-launch-new-gaming-league-2018/#/>
- Newzoo (2016). Esports Awareness Exceeds 1 Billion as New Global & Local Initiatives are Launched. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <https://newzoo.com/insights/articles/global-esports-awareness-exceeds-1-billion-as-new-initiatives-launched/>
- Newzoo (2017a). The Turkish Gamer | 2017. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://newzoo.com/insights/infographics/the-turkish-gamer-2017/>
- Newzoo (2017b). The Global Games Market Will Reach \$108.9 Billion in 2017 With Mobile Taking 42%. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/>
- Newzoo (2017c). 2017 Global Esports Market Report.
- Newzoo (2017). Newzoo's 2017 Report: Insights into the \$108.9 Billion Global Games Market. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-2017-report-insights-into-the-108-9-billion-global-games-market/>

- Newzoo (2017). Esports Quarterly Update: The Global Esports Market Will Generate \$660 Million in 2017, a 34% YoY Growth. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://newzoo.com/news/esports-quarterly-update-global-esports-market-will-generate-660-million-2017-34-yoy-growth/>
- Newzoo (2018). Newzoo: Global Esports Economy Will Reach \$905.6 Million in 2018 as Brand Investment Grows by 48%. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-reach-905-6-million-2018-brand-investment-grows-48/>
- Nielsen (2017). eSports Playbook Maximizing Your Investment Through Understanding The Fans.
- Novak, J., ve Levy, L. (2008). Play the game, the parent's guide to video games, Thompson Course technology.
- O'Hagan, M., ve Mangiron, C. (2013). Game Localization: Translating for the global digital entertainment industry (Vol. 106). John Benjamins Publishing.
- Ólafsson, G. (2012). The Future Of Electronic Sports. Reykjavík: University Of Reykjavík.
- Olçay, S. (2018). Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi Olarak Sosyal Medya ve Resimler Arasında Kaybolma Bozukluğu: Photolurking. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2(2), 90-104.
- Özistek, B. (2017). Teknolojinin F-1'i dijital oyun sektörü. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.hurriyet.com.tr/teknolojinin-f-1i-dijital-oyun-sektoru-40501772>
- Ocasia. (2017). OCA, Alisports announce E-Sports partnership for Hangzhou 2022. Erişim Tarihi: 04.04.2018, <http://www.ocasia.org/News/IndexNewsRM.aspx?WKegervtea30hootVhTdtQ==>
- PSG (2016). Paris Saint-Germain enters eSports. Erişim Tarihi: 24.10.2018, <http://psgesports.com/psg-enters-esports-2/>
- Reichert, R. (2015). MTG to acquire the majority stake in the world's largest esports company. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://www.eslgaming.com/press/mtg-acquire-majority-stake-world-s-largest-esports-company>
- Schwartz, N. (2014). 27 million people watched the 'League of Legends' World Championship (more than the World Series or NBA Finals). Erişim Tarihi: 24.07.2017, <http://ftw.usatoday.com/2014/12/league-of-legends-worlds-viewershipesports-world-series-nba-finals>

- Sezen, T. İ., ve Sezen, D. (2011). Dijital Oyunların Tarihinin Dönüm Noktaları: Oyunlar, Yorumlar, Teknolojik ve Toplumsal Gelişmeler. İçinde, G.T. Ünal, ve U. Batı (Ed), Dijital Oyunlar. Derin.
- Silver, A. (2017). NBA, video game company to launch new gaming league in 2018. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.nba.com/article/2017/02/09/nba-video-game-company-launch-new-gaming-league-2018/#/>
- Snively, T. L. (2014). History and Analysis of eSport Systems. Yüksek Lisans Tezi. Texas Üniversitesi. Amerika Birleşik Devletleri.
- Stewart, J. ve Misuraca, G. (2013). The Industry and Policy Context for Digital Games for Empowerment and Inclusion: Market Analysis, Future Prospects and Key Challenges in Videogames, Serious Games and Gamification, European Commission, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies.
- SuperData Research (2015). The worldwide eSports market reaches 134 million viewers. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <https://www.superdataresearch.com/esports-brief/>
- Taylor, T. L. (2012). Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming. Mit Press.
- TDK (2017). Oyun kelimesi. Erişim Tarihi. 04.04.2018.
- TDK (2017). Dijital kelimesi. Erişim Tarihi: 14.04.2018.
- TDK (2018). Rekreasyon kelimesi. Erişim Tarihi: 14.04.2018.
- Tekerek, N. (2006). Oyun Kavramı'ndan Drama'ya Drama'dan Dramatik Eğitim'e From The Concept Of Game To Drama From Drama To Dramatic Education. Tiyatro Araştırmaları Dergisi, 22(22).
- Tiedemann, C. (2015). Sport (and Culture of Human Motion) for Historians. An Approach to Precise the Central Term (s).
- TMOK (2018). Uluslararası Olimpik Antlaşma. Erişim Tarihi: 14.04.2018. http://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Upload/Menu/624923_ioc_antlasmasi.pdf
- Toffler, A. (2008). Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı. (S. Yeniçeri. Çev.) İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Turkle, S., & Lunenfeld, P. (1984). Computers and the Human Spirit. Cambridge Forum.
- TÜİK, (2017). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862>

- TÜİK, (2013). 06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı Ve Medya, 2013. Erişim Tarihi: 04.04.2018
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15866>
- Twitch, (2017). 2017 Year in Review. Erişim Tarihi: 04.04.2018.
<https://www.twitch.tv/year/2017/factsheet.jpg>
- UEFA (2012). PlayStation extends Champions League sponsorship. Erişim Tarihi: 04.04.2018. <http://www.uefa.com/insideuefa/about-uefa/administration/marketing/news/newsid=1778193.html#/>
- Üçüncüoğlu, M., ve Çakır, V.O. (2017). Modern Spor Kulüplerinin Espor Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 4(2), 13-19.
- Ünal, Y. (2009). Bilgi toplumunun tarihçesi. Tarih Okulu Dergisi, Sayı V, 123-144.
- Turkle, S. (1984). Video Games and Computer Holding Power, Original Publication: The Second Self: Computers and the Human Spirit, New York: Simon & Schuster. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <https://www.esportsearnings.com/leagues/118-cyberathlete-professional-league>
- Wagner, M. G. (2006, June). On the Scientific Relevance of eSports. In International Conference on Internet Computing (pp. 437-442).
- Weiss, T. ve Schiele, S. (2013). Virtual worlds in competitive contexts: Analyzing eSports consumer needs. Electronic Markets, 23: 307-316.
- wesa.gg (2016). WESA (World Esports Association) founded. Erişim Tarihi: 14.04.2018. <http://www.wesa.gg/2016/05/13/world-esports-association-wesa-founded/>
- WHO (2018). Gaming disorder. Erişim Tarihi: 06.09.2018.
<http://www.who.int/features/qa/gaming-disorder/en/>
- Wimmer, J. (2014). “There Is No Place Like Home” The Potential of Commercial Online Gaming Platforms to Become Third Places. İçinde Quandt, T., ve Kröger, S. (Eds.). Multiplayer: The social aspects of digital gaming. Routledge.
- Wolf, M. J. (Ed.). (2012). Encyclopedia of video games : the culture, technology, and art of gaming. ABC-CLIO.
- Wolf, M. J. (Ed.). (2008). The video game explosion: a history from PONG to Playstation and beyond. ABC-CLIO.

Xiao, X., Hedman, J., Tan, F. T. C., Tan, C. W., Lim, E. T., Clemmensen, T., ve van Hillegersberg, J. (2017). Sports Digitalization: An Overview and A Research Agenda. In ICIS 2017. Association for Information Systems. AIS Electronic Library (AISeL).



ETİK KURUL KARARI



İNTİHAL RAPORU İLK SAYFASI

BİLGİ TOPLUMUNUN SPORTİF BİR YANSIMASI OLARAK ESPOR VE MODERN SPOR İLE ETKİLEŞİMİ

ORIJINALLIK RAPORU

%**4**

BENZERLİK ENDEKSİ

%**4**

İNTERNET
KAYNAKLARI

%**1**

YAYINLAR

%**2**

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı	Mertkan	Soyadı	Üçüncüoğlu
Doğ.Yeri	İstanbul	Doğ.Tar.	22.09.1991
Uyruğu	Türk	TC Kim No	33286135180
Email	mertkanucuncuoglu@gmail.com	Tel	0546 685 95 64

Eğitim Düzeyi

	Mezun Olduğu Kurumun Adı	Mez. Yılı
Doktora		
Yük.Lis.		
Lisans	Kocaeli Üniversitesi (Fen Edebiyat Fakültesi)	2014
Lise	Şarköy Anadolu Lisesi	2009

İş Deneyimi (Sondan geçmişe doğru sıralayın)

	Görevi	Kurum	Süre (Yıl - Yıl)
1.	Editör	Altyapibasket.com	2015 - Halen
2.	Spor Editör	Ensonhaber.com	2014 - 2015
3.			-

Yabancı Dilleri	Okuduğunu Anlama*	Konuşma*	Yazma*	KPDS/ÜDS Puanı	(Diğer) Puanı
İngilizce	İyi	İyi	İyi		72.5

*Çok iyi, iyi, orta, zayıf olarak değerlendirin

	Sayısal	Eşit Ağırlık	Sözel
ALES Puanı	65.41	67.46	81.67
(Diğer) Puanı			

Bilgisayar Bilgisi

Program	Kullanma becerisi
Adobe Photoshop CS5	İyi

Yayınları

Üçüncüoğlu, M. Ulusal Kimlik Oluşumunda Sporun Rolü: Litvanya ve Basketbol Örneği, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 13, 589-600. (2017).

Üçüncüoğlu, M. ve akır, V.O., Modern Spor Kulüplerinin Espor Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma, İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, Sayı: 2, 34 - 47. (2017).

Özel İlgi Alanları (Hobileri): Basketbol, müzik.



