

**İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ PROGRAMLAR ENSTİTÜSÜ  
PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**YENİ BİR DÜNYA: ESPOR  
ESPOR VE FUTBOL KİTLELERİNİN  
KARŞILAŞTIRMASI**

**ZÜMRÜT TANRIÖVEN YAZICI  
115699047**

**Prof. Dr. Kaan Varnalı**

**İstanbul, 2018**

Yeni Bir Dünya: E-Spor. E-Spor ve Futbol Kitlelerinin Karşılaştırması

A New World: E-sport. Comparison of Mass of E-sport and Football

Zümrüt Tanrıöven

115699047

**Tez Danışmanı** : Prof. Dr Kaan Varnalı  
İstanbul Bilgi Üniversitesi 

**Jüri Üyeleri** : Doç. Dr. Gresi Sanje  
İstanbul Bilgi Üniversitesi 

: Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Ekizler   
Marmara Üniversitesi

Tezin Onaylandığı Tarih: 20.12.2018

Toplam Sayfa Sayısı:

**Anahtar Kelimeler (Türkçe)**

- 1) Elektronik Spor
- 2) Geleneksel Spor
- 3) Futbol
- 4) Kullanımlar ve Hazlar
- 5) Davranış

**Anahtar Kelimeler (İngilizce)**

- 1) Electronic Sport
- 2) Traditional Sport
- 3) Football
- 4) Uses and Gratifications
- 5) Behaviour

## ÖNSÖZ

Küçükken sokakta kardeşimle oynadığımda hep başka arkadaşlarımız olurdu. Çünkü onlar derlerdi ki, yapacak farklı işleri varmış. Zevklerimiz aynı olamazmış, sıkılırmışım. Kardeşimin sırlarından uzak, mesafeyle, sanki arada duvarla büyümüştük o zamanlar. Bundan seneler sonra liseye geçtiğimde kardeşimle elektronik oyunlar oynamaya başladık. Konsollar, arcadeler vb. her şeyi denemek, içlerinde kaybolup yenip, yenilmekle geçti zamanımız. Sonrasındaki yıllarda ikiz gibi olmamızın en büyük nedeni bu oyunların bizi birbirimize bağlamasıydı. Aynı arkadaşlarla konuşabilmeyi, aynı hislerle oyunun sonuna gitmeyi sağlamasıydı. Aynı kupa için savaşılan iki asker olmamızı sağlaması ya da daima arkamızı kollamamız gereken ormanlarda kalmamızı sağlamasıydı bunu başaran. Aynı takımı tutup statta maç izlemek istediğimiz de ama şimdi kavga falan çıkar, laf atılır, boşver cümlesini çok duyduğum futbol konusunda da aynı şekilde hissediyorduk. Takımımıza bağlıydık ancak bizi takımımızdan uzak tutan bazı etkenler de vardı. Oyunlarda tanıştıklarımızla arkadaş olabiliyorduk ama futbolda neden aynısı olamıyordu?

İşte bu yüzden beni takımımızdan zaman zaman ayıran konuyla, beni kardeşimle yakınlaştıran; zamanın asosyallik timsali oyunların spora dönüşmesinin etkisinin davranışlara nasıl yansıdığı, esporun, futboldan farklı olduğuna kendi içimde inanmamdan kaynaklı, kanıtlama istediğimden hiç vazgeçmedim.

Bu tez sürecinde de içimdeki tüm yaraları sarabilir diye düşündüğüm kanıtlar ararken, kayboldum dediğim anda karşıma dikilen kahraman yürekli destekçim olup, oyunda hep kazanabilirmişim gibi hissettiren mentorum Prof. Dr. Kaan Varnalı'ya saygıyla en yürekten teşekkürlerimi iletmekten onur duyarım. Ayrıca, yine bu süreçte bana hep kendimi geliştirmemi sağlayan iksirler verip, yetenek puanları almama yardımcı olan eşim Mustafa Uğur Yazıcı'ya ve ruh ikizim olarak büyüdüğüm, ekip arkadaşım, kardeşim Turan Tanrıöven'e ayrıca teşekkür ederim.

**Zümrüt Tanrıöven Yazıcı**

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	iii
İÇİNDEKİLER .....	v
KISALTMALAR .....	vii
TABLO LİSTESİ .....	viii
ABSTRACT .....	ix
ÖZET .....	x
GİRİŞ .....	1
BİRİNCİ BÖLÜM SPOR .....	4
1.1. Spor Tanımı ve Sporun Sembolik Gücü .....	4
1.2. Spor Türleri .....	9
1.2.1. Bireysel Sporlar .....	9
1.2.2. Takım Sporları / Çoklu Sporlar .....	9
1.3. Futbol ve Taraftarlık Tanımı .....	10
1.3.1. Taraftarlık Davranış Özellikleri ve Holiganizm .....	12
1.3.2. Holiganizm .....	16
1.3.3. Geleneksel Sportlarda Taraftarlar İçinde Kadının Yeri .....	18
İKİNCİ BÖLÜM OYUN TARİHİ .....	20
2.1. Ludoloji .....	21
2.2. Oyunculuk Tanımı ve Tarihi .....	23
2.3. Elektronik Spora Doğru .....	28
2.4. İnternet .....	29
2.5. Espor Çıkışı ve Tanımı .....	30
2.6. Oyun Türleri .....	33
2.6.1. Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) .....	33
2.6.2. Real-Time Strateji (RTS) .....	34
2.6.3. First Person Shooter (FPS) .....	35
2.6.4. Player vs. Player (PvP) .....	35
2.6.5. Diğer Türler .....	36
2.7. League Of Legends ve Riot Games .....	36
2.7.1. Riot Games .....	36
2.7.2. Oyun Türlerinin Sınırlarını Aşan Freemium modeli .....	37

2.7.3. League Of Legends ve Espor Genişlemesi .....	38
2.8. Espor Oyuncululuğu ve Fan Tanımı .....	40
2.8.1. Espor ve Motivasyonları .....	41
2.9. Espor Yaygınlaşması ve Yeni Nesil Spor Konumlandırması .....	41
2.9.1. Espor Sponsorlukları ve Pazarlamanın Gücü.....	43
2.10. Espor Medya Tüketim Alışkanlıkları ve Özel Platformları .....	45
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM SPORDA DAVRANIŞLARININ BÖLÜNMESİ .....	46
3.1. Espor ve Geleneksel Sporlarının Farklı ve Ortak Yanları .....	46
3.2. Espor ve Futbol İçinde Kadınlar .....	48
3.3. Araştırmanın Teorisi .....	50
3.3.1 Kullanımlar ve Hazlar Teorisi.....	50
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM ARAŞTIRMA DETAYLARI VE HİPOTEZLER.....	53
4.1. Araştırmanın Amacı .....	53
4.2. Araştırma Kapsamı.....	53
4.3. Araştırma Sınırlılıkları .....	53
4.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	54
4.5. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı.....	57
4.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi .....	58
4.7. Ölçekler ve Ölçüm .....	59
4.8. Veri Analizi ve Bulgular .....	63
4.8.1. Demografik Bulgular .....	63
4.9. Hipotez Testleri.....	70
SONUÇ .....	75
Kısıtlamalar .....	77
Öneriler .....	77
KAYNAKÇA .....	79
EKLER – ANKET .....	92

## **KISALTMALAR**

**Espor:** Elektronik Spor

**LOL:** League of Legends

**DOTA:** Defense of the Ancients

**MOBA:** Multiplayer Online Battle Arena

**RTS:** Real-Time Strategy

**FPS:** First Person Shooter

**PvP:** Player vs. Player



## TABLO LİSTESİ

Tablo 2.1. Oyun Tanımlamaları .....	24
Tablo 2.2. Dünya Cyber Game Finallerine Katılımcı Sayısı ve Ödül Miktarı .....	39
Tablo. 2.3. Espor İzlenme Oranı Artışları.....	42
Tablo 2.4. 2012-2021 Espor Pazar Grafiği .....	45
Tablo. 4.1. Taraftarlık ve Şiddete eğilim Ölçeği.....	61
Tablo. 4.2. Cinsiyet Eşitliği Ölçeği.....	62
Tablo 4.3. Güvenilirlik Testi Sonuçları.....	63
Tablo 4.4. Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımları .....	64
Tablo 4.5. Ankete Katılan Kişilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı .....	64
Tablo 4.6. Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumuna Göre Dağılımı.....	65
Tablo 4.7. Ankete Katılan Kişilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı.....	65
Tablo 4.8. Espor ile İlgilenme Durumuna Göre Dağılımlar .....	65
Tablo 4.9. Futbol ile İlgilenme Durumuna Göre Dağılımlar .....	66
Tablo 4.10. Futbol ve Espor ile İlgilenme Durumuna Göre Dağılımlar .....	66
Tablo 4.11. Espor Müsabakasına Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Dağılım .....	67
Tablo 4.12. Espor Müsabakasına Seyirci Olarak Katılma Durumuna Göre Dağılım .....	67
Tablo 4.13. Spor Müsabakalarına Gitme Sıklığına Göre Dağılım Durumu .....	68
Tablo 4.14. Espor Müsabakalarını İzleme Sıklığına Göre Dağılım Durumu .....	68
Tablo 4.15 Futbol Maçlarına Gitme Sıklığına Göre Dağılım Durumu .....	69
Tablo 4.16. Motivasyonlara Göre Espor ile İlgilenenlerin ve İlgilenmeyenlerin Farklılaşması .....	70
Tablo 4.17. Şiddet ve Taraftarlık (Fanatizm) Ölçeğine Göre Espor ve Futbol Farklılaşması .....	71
Tablo 4.18. Cinsiyet Eşitliği Ölçeğine Göre Espor ile İlgilenen ve İlgilenmeyenlerin Dağılımı .....	72
Tablo 4.19. Hipotez Testleri Özet Tablosu .....	74

## **ABSTRACT**

It's been a wonderful year for NBA grand final at 2017. This traditional number one for this Show industry's one of the most passionate events named NBA have been watched by 31 million audiences. In the meantime, esports grand final has been watched breathless by 40 million audiences. It has already been proved that where esports could stand along with huge growth by ten times increasing in one year.

Just like football which is an traditional sports' example, esports also has own defining characteristics and effective dynamics along with wide dissimilarities. While this study struggle with how future game named esports audiences different than or similar with football fans, even if it is so small part, gender diversity factor in sports is also considered. Basically how behavior of audiences of those two sports kind cause an effect to approach to woman, violence and fanaticism issue. These two sports have common at some points but moreover, they have several differences about accessibility, digitalization, interaction and new media which provides changes, evaluation steps along with behavioral differences that can be explained by those uncommon points.

**Keywords:** Electronic Sports, Traditional Sports, Football, League of Legends, Behavior, Motivations, Uses and Gratification, Gender, Ludology, Fan, Internet.



## ÖZET

NBA finalleri, 2017 yılını muhteşem geçirdi. Gelenekselleşmiş şov endüstrisinin sporla birleştiği en tutkulu anlardan biri olan NBA basketbol turnuva finalini 31 milyon insan seyretti. Aynı paralelde, az tanınan bir spor olan espor'un dünya şampiyonası finali ise 40 milyon kişi tarafından soluksuz izlendi. Bir senede 10 kat büyüyen izleyici kitlesiyle espor nerelere gelebileceğini çoktan kanıtladı.

Her spor kitlesi gibi espor taraftarlarının da kendine özgü davranışları bulunmaktadır. Bu araştırmaya konu alan geleneksel spor örneklerinden futbol gibi espor dinamikleri ve taraftar karakterleri de farklılıklara ev sahipliği yapmaktadır. Bu iki spor dalı arasında motivasyon farklılıkları olduğu düşünülmektedir. İki spor için de ortak değerler olsa da belli etkenler olan; ulaşılabilirlik, dijitalleşme, interaksiyon ve yeni medya gibi konular devreye girdiğinde neler değiştiği ve motivasyonların nasıl evrildiği de bu araştırma içinde davranış farklılıkları açıklamalarına dahil edilecek ve nasıl bir yönelim olduğu ortaya konmaya çalışılacaktır. Bu motivasyonların alt başlıklarında ise şiddete eğilim, cinsiyet eşitliğine bakış ve taraftarlıkta fanatizm konuları bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik Spor, Geleneksel Sporlar, Futbol, League of Legends, Davranış, Motivasyonlar, Kullanımlar ve Hazlar, Cinsiyet, Ludoloji, Taraftarlık, İnternet.

## GİRİŞ

Elektronik Sporlar, nam-ı diğer espor profesyonel bilgisayar oyunlarını oynamak anlamıyla kısaca açıklanabilir. Espor yeni medya dünyasının, yepyeni ürünü olarak kendi kültürünü hızla büyütmüş ve farklı bir boyuta getirmeyi başarmıştır. Oyun oynamak temelinde, insanların en eski çağlarından beri var olan bir olgusu olarak kendini sürekli geliştirmiştir. Ancak en önemli özelliği, hiçbir zaman kaybetmediği şölen etkisidir (Uysal, 2005).

Tam bu noktada espor içinde iki kavramın ayrıştığını görmek mümkündür. Oyun ve Spor yanyana gelmesi farklı şekillerde gerçekleşen iki kelimedir. Bu kelimeler için oyunun; karmaşık bir insan davranışı olduğunu söylemek mümkündür. Bu süreç dinamik ve kendiliğinden gelişerek bir şekilde eğlence içeren bir kelime olarak kendini var eder (Özdoğan, 2000). Spor ise belli disiplinlerin toplanarak bir araya gelmesi olarak tanımlanır. Bu ikisinin bir araya gelerek farklı koordinasyon gerekliliklerini de içeren oluşumu olan yeni dünya olgularından biri ise espor olarak isimlendirilmektedir. Espor günümüzde spor olduğu konusunda bir sürü tartışmanın yaşandığı bir kavramdır.

Büyüklüğü daha önce düşünülenin çok üstünde bir anda harekete geçen espor, kitlelerce birden büyüyerek, bunu neyin tetiklediğini, bu konuda neler olacağını ve bu kitlelerin, geleneksel sporlardan ne derece farklı oluşunun merak edilmesini de beraberinde getirdi (Hope, 2014; Hewitt, 2014). Ayrıca oyun kültürünün, salonlardan dışarı taşarak, internetin de bulunmasıyla, hem mesafeler arasında hem de aslında çok yakınlaşarak gerçekleşmeye başlamasının etkileri de soruları araştırmaya tetikleyen bir başka konu oldu.

Düzenlenen etkinlikler, gitgide büyüyen kalabalıklar nedeniyle ve kurulmuş olan derneklerle beraber spor olup olmadığı tartışması büyük oranda çöpe gitmeye başlayan espor, yakın zamanda kendine özgü alanını tanımlarken, aynı zamanda finansal büyüklük olarak da görmezden gelinemez olduğunu kanıtlamıştır (Newzoo, 2015). Her sene iki kat büyüyerek, seyirci kitlesini 200 milyondan fazlaya çıkarmaya başlayan espor artık hem pazarlama, hem büyük markalar, hem de hükümetlerin ilgi odağı olma noktasında güçlü bir pozisyona gelmiş bulunmaktadır (Statista, 2018).

Futbol ise geleneksel sporlar içinde en büyük kitlelere sahip olan spor olarak, espor karşılaşmasındaki yerini almıştır. 19. yüzyıl ile birlikte en çok izlenen ve dahil olunan spor olarak futbol 1863 yılında kurallarıyla birlikte İngiltere Futbol Birliği tarafından resmen harekete geçirildiğinde, dönemi itibariyle acılı dönemlerden geçmiş olsa da hiç durmadan kitlesini büyüten yepyeni bir spordu (Back vd., 2001; Garland ve Rowe, 2001). Futbol büyürken buna şahit olan nesiller, bu sporun zihinlerinde yer edindiği, davranış şekillendiren bir ortamda olarak, etkisi altında kaldığı şiddet, savaş, karmaşa dolu yüz yılların etkilerini yansıtarak futbol seyircisi karakterini oluşturdu. Tıpkı şimdi espor kalabalıklarını gitgide büyüten nesiller gibi, kendi içinde yer aldıkları çağın izlerini taşıdılar. Araştırmalara konu olan futbol ve şiddet başlığı altında, tribünlerdeki ırkçılığın ve izleyici kitlesini oluşturan işçi, genç erkeklerin sporu olarak futbolun şekillendirdiği nesiller örneklerden biri oldu (Fawbert, 2011).

Tüm bu süreç, gelişimler ve nesillerin farklılaşması ile davranışların evrimi futbol ve espor arasında nasıl bir fark olabileceği konusundaki meraklar sebebiyle bu araştırma yapılmıştır. Büyüyen, gelişen bu yeni dijital spor dalı ve sosyalleşmenin belli zamanlardaki temel yapı taşlarından futbolun ne derece farklı olduğunu, hem motivasyonel, hem de olgulara bakış açısından öğrenmek amacıyla araştırmaya başlanmıştır.

Bireysel ve çoklu sporlar olarak ayırdığımız, sosyoloji de bireysel toplumlarla, komün toplumları arasındaki bağlantıdan yola çıkarak ayırtırmaya çalışılan spor incelemesi ile birlikte espor ve futbolun hangisine hitap ettiği, bu konuda farklılıkları olması itibariyle, davranışa, bu spor seyircisine nasıl yansıdığı da araştırılacaktır. Bireysel toplumların gitgide komün olmaya başlaması ve yeni spor olarak kabul edilen esporun, onlar üzerinde etkisinin ne olduğu da önemlidir. Küreselleşme tanımındaki sınırların kalkması evriminin en açık kanıtı olan espor, dünyanın her yerinde, milyonlarca insanı bir araya getirmekle ünlüdür. Bir adım bile atmadan, başkalarının zihnine girebilmekle eş değer sayılan bir yapay zekâ sistemi ile geleceğin nereye gittiğini bize gösteren bir sinyal olarak da kabul edildiği alanlar bulmak mümkündür.

Futbol ve sporun hemen ardından bu iki kavrama bağladığımız “oyun” olgusu açıklaması ve içinde yer alan kavramlar, araştırmadaki en önemli kısmı teşkil etmektedir. Oyun nedir? Oyun bilimi olarak karşımıza çıkan ludoloji bize neler gösterebilir bunu irdelemek de bazı kalıntıları gün yüzüne çıkarabilmektedir. Oyun

tarihi, insanı tanımak ve esporu nereye koyabileceğimizi anlayabilmek açısından güzel açıklamalar, tanımlar, kavramlar ve örneklerle doludur. Esporu oluşturan internet kavramının içine dalmadan önce de bunu bilmek önemlidir. Tarihsel süreç oyunu bu hale getirebilecek neler yaşadı; bu etkileyicidir. Sonrasında 20. yüzyılı sallayan internetin bizi değiştirmeye zorlaması olağan sayılabilir. Davranışları, algıları, anlayışları ve tüm tepkilerimizin şeklini değiştiren internet dünyası, esporun çıkışını tetikleyen ve nesli “o nesil bir başka” denilen hale getiren olgusudur.

Espor ise bir tanım olarak tüm bu oyun, spor aralığında, internet ile yerini bulmuş, gitgide harlanan kalabalıklarıyla kendine tarihte artık yer edinmeyi başarmıştır. Onu tanımlarken, hangi koşulların onu oluşturduğunu anlamaya çalışmak, davranışları anlamak açısından da önem kazanmıştır. Espor, turnuvalara dönüşürken, pazarda farklı bir mekanizma olarak, artık büyük markalarca kullanılan tahtındayken, sürekli genişleyen oyun yelpazesi, artık bizi oyunları da sınıflandırmaya iten bir duruma getirmiştir. Dota ile başlayan macera ise Riot Games’in geliştirdiği ve Dota’dan ayrılan bir ekip tarafından oluşturulan League of Legends oyununun esporu çok daha kalabalık hale getiren bir oyun olduğunu kabul etmemek mümkün değildir.

Futbol ve espor kitlelerinin birbirlerinden farklı davranışları olup olmadığını algılamaya çalışırken, cinsiyetin nerede durduğu, kadına yaklaşımın derecesi de kısıtlı bir alanda da olsa, konuya dokunmak zorundadır. Kadın ve erkek eşitlik faktörü futbolun şiddete daha eğilimli olmasına neden olabilir mi? Aslında bunu anlamak için de çabalamak, bir konuda daha iki spor dalının farklılığını ortaya çıkarabilecek, önemli bir cevabı içermektedir.

Tüm bu araştırma boyunca, medyanın, yani maruz kalınan şeyin insanlara davranışlar anlamında nasıl etkiler bıraktığını açıklamak noktasında, hem de anketin ölçeklerini oluşturma noktasında kullanımlar ve hazlar teorisi temel alınmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## SPOR

### 1.1. Spor Tanımı ve Sporun Sembolik Gücü

Spor, kelime anlamının temelinde bir disiplindir. Aynı zamanda kitlelerin sosyalleşmesinde etkin rol oynayan yapısıyla (Erdemli, 2002) psikolojik analizleri mümkün olan önemli bir kurumdur. Ancak sporun olduğu gibi kalmasından çok, elektronik döneme de nasıl hızlıca ayak uydurduğunun adımlarını izlersek, ne kadar favori olduğunu ve insan psikolojisinin temelinde yatan haz olgusunun nasıl canlandığını görmek mümkündür.

Spor tarihi oldukça geniş ve farklı perspektiflere göre de değişkenlikler göstermiştir. Ancak oynamak kelimesine gidip, bu işin temeline inilirse, hayvanların da aynı davranışları gösterdiklerini görmek mümkündür. Sergiledikleri davranışlar; koşmak, tırmanmak, güreşmek ve avlanmaktır (Huizinga, 1938). Ancak oynamak kelimesi ile bir araya getiren kesimin yanında, çalışmak kelimesi ile de bir araya getiren yaklaşımlarda bulunmaktadır. Alman Marxist Lukas sporu çalışmak, savaşmak için hazırlanmak içine sığdırır (Mandell, 1984). Ona göre ilk spor olarak görülen mızrak değerlendirildiğinde, eğlenmek veya rahatlamak yerine, hayatta kalmak içgüdülerini daha da harekete geçiren; üstelik pratik ve çalışma gerektiren bir davranışı görmek mümkündür. Bu da sporun ilki olmaya daha yakın olarak değerlendirilip, sürekli ve pratik için günlerce yapılan çalışmayı kapsamaktadır.

Yaklaşımlar ne olursa olsun, bilinen, düzenlenmiş ilk spor etkinliği Yunan Olimpiyatları olmuştur (Scambler, 2005). Sporun güçlü sembolik anlamları olduğunun en güzel kanıtları tarihin bu noktalarına denk gelmektedir. Aynı zamanda sporun ulusal anlamda ve sosyal konularda ne derece birleştirici olduğunu da görmek mümkün olmaktadır. Tüm ayrımlara, statüsel farklılıklara rağmen, ortak bir değerler bütününde buluşmayı sağlayan Yunan Olimpiyat oyunları, aynı zamanda eşit bir temelin oluşmasını sağlamıştır. Oyunlar uluslararası bağrırmaktan çok, fazla Yunan olarak temsil edilmiştir (Finley ve Pleket, 1976).

Spor, olimpiyatlar gibi süreçlerinde içinde yer aldığı, ülkelerinde gurur kaynakları olarak yansıttığı geniş bir olgudur. Spor, tüm tarihsel süreçlerde, olaylarda

kilit noktalardan birini oynamış, ülkelerin kimliklerinin yüzlerinden biri haline de gelmiştir (Cha, 2016). Sporun tüm tarihi süreçlerde de rol üstlendiğini görmek mümkündür. Sporun sembole dönüşümünü güçlendirdiği farklı olaylar da gerçekleşmiştir. Örneğin, Asya’da, Japonya için beysbol: özgürleşme ve güçlenme anlamlarıyla özdeşleşmiştir. Bugün, en büyük denizaşırı beysbol pazarı ve popülaritesine sahip olan bölge Japonya’dır (Lewis, 2000). Geçmişte yaşanan örnekler ulusal bir gerçek olarak Japonya’nın beysbolu kültürüne almasını sağlamıştır. Bu süreçte öncelikle bir misyonerlik süreci başlamış ve Amerika’nın beysbol yapısını tüm terimleriyle birlikte almıştır. Ancak I. Dünya Savaşı gibi bir sürecin ardından ulusal kimliklerine oturmuş olan beysbolun, ulusallığını koruması ve Amerika kimliğinden kurtulmasını sağlamak için ilk adımlar atılmıştır. Bunların içinde terimlerin Japonca içinde yeniden oluşturulmuş olarak, Japon beysbolunun tüm Amerikan terimlerinden kurtulması incelikle gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte işin sonunda Amerika’ya karşı duruşu göstermek için; bir çalışmayla Japonya’da beysbol tamamen yasaklanmıştır. II. Dünya Savaşına kadar beysbol Japonya’dan uzakta kalmıştır. Savaşın hemen ardından iki ülkenin birbiriyle iş birliğinin bir göstergesi olarak Japon halkına beysbol yeniden tanıtılmıştır. Aslında bu örnek Amerika’nın uluslararası hale gelmesini sağlayan önemli şeylerden birinin beysbol olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda bir dönem aralığında Japonya’nın tamamen ulusal olmamak ile eşleştirmiş olduğu bir spordur. Spor kimliklere fazlasıyla derin semboller yükleyerek temsil etmekten vazgeçmemiştir. 20. Yüzyılda beysbol aynı kalmış ancak Japonya aşırı milliyetçi yapısıyla yer değiştirdiği için bambaşka bir şekilde konumlandırılmıştır (Houlihan, 1994).

Spor aynı zamanda bazı ülkeler için yumuşak güç olarak tanımlanabilmektedir (Cha, 2016). Yani spor, bazı ülkeler için ulusal kimliği yansıtırma biçimi olmanın yanında, dünya sahnesindeki konumunu da yükselten bir değer olarak görülmüştür. Bunun örnek ülkelerinden biri de; Avusturalya’dır. Ülkenin uzaklığı birçok olaya mesafeli kalmasına yol açmaktadır. Ancak Avusturalya tüm bu coğrafi farklılığına ve uzaklığına rağmen dünyanın tüm etkili süreçlerine dahil olan, karar alıcı konumunda bulunan önemli bir ülkedir.

Avusturalya için önemli konulardan birisi sporu pozitif olarak kullanıp imajını iyi mânada yükseltmiş olmasıdır (Cha, 2016). Avusturalya, ülkesinde yapılan

Olimpiyat, turnuva ve diğerk tüm spor etkinliklerinde büyüleyici bir performansla, pozitif algı yaratabilmesinin karşılığını görmektedir. Konumunun uzaklığına rağmen, spor, Avusturalya için etkili bir imaj tanıtım ve yönetim aracıdır.

Sporun etkin olduğunun kanıtlarından biri de spor tarihinin en karanlık etkinliklerinden birisidir. 1936 senesi Almanya'da yükselen parti ve karanlık fikirlere sahip bir adamın en önemli sahnelerinden birini kaydetmiştir. Nazi Olimpiyatları, hem partinin dünyaya karşı duruşunu, hem de sporun nasıl bir güç olduğunu kanıtlar nitelikte önemlidir. Bu, aynı zamanda Nazi partisinin kendi milletine karşı yaptığı bir uyarı ve gösteriştir. Tüm boykotlara ve tüm karşı çıkmalara rağmen Berlin, 1936 olimpiyatlarına ev sahipliği yapmıştır. Olimpiyatların yapıldığı stat çok görkemli bir mimariye sahip olmaklar beraber gelen herkesin kendisini bir müzede gibi hissetmesine sebep olmasıyla bilinmektedir. Olimpiyatlar boyunca Nazi partisi kendi duruşunu tüm dünyaya gösterirken, aynı zamanda kazandığı madalyalarla, yarı Yahudi olan bir sporcuya bile kendi selamını verdirerek tüyler ürperten bir gücün kanıtını ortaya koymuştur (Rosenzweig, 1997).

Spor ve kültürü oldukça geniş ve zengin bir alan olmakla birlikte, araştırmalar çok yeni hızlanmış ve derinleştirilmiştir. Bu anlamda araştırmanın önemli olma noktalarından birisi de budur. Bu alanın bakirliğini Elliott Gorn ve Micheal Oriard özellikle vurgulayarak, çok büyük çaplı ve uzun yıllar süren araştırmalara başlamışlardı. Çokça emek ve zamana karşın kat edilecek çok fazla alan hala bulunmaktadır. Onların ardından Warren Goldstein ve Susan Cahn da spor kültürünü farklı perspektiflerle araştırmaya başlamıştır. Bu açıdan bakıldığında, akademik olarak farklı bakış açılarına göre sporun neden ilgiyi kaybetmediği sorusuna cevap niteliğindeki tanımları şu şekilde yapılabilir; Oriard popüler kültürün, şimdinin bir temsili olarak tanımlarken sporu, Goldstein ve Gorn sosyal statülerle ve aitliklerle tarihi trendlerin bir harmanlaması olarak tanımlamaktadır. Cahn ise sporu, makro ve mikro seviyedeki cinsiyet ve kültürel politik tartışmaların ortak buluşma noktası olarak tanımlamaktadır.

Spor basit ve kolay ulaşılabilir, anlaşılabilir, uygulanabilir ve seyredilebilir bir etkinlik olarak çok geniş bir kesimin eğlenmesini de sağlayan bir yapıda olduğu düşünüldüğünde, daha kolay kalabalıkları toplayan ve film, müzik gibi alanlara kıyasla

çok daha geniş bir açıklığa sahip konumda bulunmaktadır. Bu yönüyle de diğer her şeye göre biricik bir pozisyondadır (Oriard, 1993).

Amerika spor tarihine baktığımızda, sporun birçok konuda entelektüel seviyede işe yarar sosyal birlik anlamında faydalı bir sahnede olduğunu görmek mümkündür (Bass, 2014). Siyahi ve beyaz gençlerin birbirleriyle eşit oldukları söylendiğinden beri, belki de en büyük sosyal değişimin yaşanmasını sağlayan kollardan biri olan spor, birçok kişi tarafından desteklenmiş, okullara taşınmış ve çocukların buna yönelmeleri sağlanmaya çalışılmıştır (Baverly, 1997, 2017).

Spor, uluslararası anlamda bakıldığında oldukça güçlü bir ortak dil olarak görülmektedir. Sporun içinde var olan seyirci ve sporcu kavramları da farklı sosyolojik kavramlar dâhilinde çok derin araştırmaların işin içine dâhil olmasına neden olmuştur. Bunlardan birisi spor psikolojisidir. Spor psikolojisi hem sporcular, hem de seyircinin iç içe davranışlarının kesişme noktasındaki yönetimi vurgulamaktadır. Yani bu noktadaki davranışları ve eğilimleri gözlemlemek için de araştırmalara başlanmıştır (Martin, Wrisberg, Beitel ve Lounsbury, 1997). Spor danışmanlığı önerisiyle, spor psikolojisinin danışmanla ilerlemesi gerektiğini söyleyen ilk isim Ravizza (1988), aslında sporun en büyük bariyerlerinden birinin bu psikolojik davranışların danışmanlığının istenmemesi olduğunu söylemiştir.

Sporu açıklayan önemli kelimelerden biri de rekabet olarak bilinmektedir. Spor müsabakalarının düzenlenmesinin sebebi de belli alanlar içinde, spor uygulayıcı takım veya kişileri ödüllendirerek belli bir sıralamaya dâhil ederek, çalışmayı canlı tutmak için uğraşmaktır (Szostek, 2011). Bu şekilde tanımlanan bir kelime ele alındığında spor, temelinde rekabetin olduğu bir kavram olarak, espor alanını da onun aile grubuna dahil olur hale getirmektedir. Rekabet konusu, eski sporlar ve esporun en çok benzediği noktadır.

İngiliz gazetesi *The Guardian* sür manşetinde espor 2022 Asya oyunlarında madalya sürecine dahil edilen bir spor olarak yer alacak dediğinde, hala spor mu ya da değil mi tartışması yapan çevreler sessiz kalmıştır. Olimpiyatlar bilinen en büyük spor oyunları etkinliği olmasının yanında, Asya oyunları ise onun ardından gelen en büyük spor oyunları olarak bilinmektedir (Graham, 2017). Bu hareket aslında gitgide ilgi kaybeden geleneksel sporlarla, yeni jenerasyonların bir noktada buluşmasını sağlayarak, yaşamasına yardımcı olacak bir hareket olarak görülmektedir, ayrıca



esporun resmi bir spor olarak kabul görmesinde kilometre taşı olarak da değerlendirilmektedir (Olympic Council of Asia, 2017).

Rekabetin buradaki önemi aslında spor tanımının daha uluslararası versiyonuyla uyuşmasındaki performansını etkilemektedir. Spor tanımını son bir kez daha yapmak gerekirse; günlük ya da takım halinde katılım yoluyla, zindelik ve zihinsel anlamda iyi olma yolunda fiziksel ifadeleri gerçekleştirmek ya da iyileştirmeyi amaçlayan her türlü fiziksel aktivite, sosyal ilişkileri kurma veya her düzeyde rekabet ortamında sonuç elde etme şeklinde açılabilir (Council of Europe, 2001). Bu tanım aynı zamanda Avrupa komisyonu tarafından da kabul görmüş bir tanım olmakla beraber, resmi sayfalarında bazı detaylarla yer almaktadır (European Commission, 2007). Bu detaylar içinde iki faktör yer almaktadır. Bunlardan ilki sporun bir fiziksel aktivite olması zorunluluğundan ileri gelmektedir. Bir diğer faktör ise tamamen eğlence amaçlı çalışma ve zaman harcama üzerine kurulmaktadır (Rodgers, 1977). Gratton ve Taylor (2000) bu tanıma ek olarak, genel bir kabul görmeden bahsetmektedir. Yani; medya ya da spor kuruluşları, dernekler gibi alanlar tarafından kabul görerek, yaygınlaştırılıp, kurallar üzerine oturtulmalıdır. Bu faktörlerin esporu destekleyip, desteklemediği ya da bu tanımların tam bir doğru olarak alınıp alınmayacak olması konusu ise tamamen tartışmalı durumdadır. Dünya çoğunluğu ve kuruluşlar, eğilimlerinden ötürü esporu, spor olarak gördüğünü de yavaş yavaş göstermektedir (Hallmann ve Giel, 2018).

Spor, tanım yaklaşımı ne olursa olsun, rekabetin, heyecanın ve fiziksel gücün dahil olduğu bir alan olarak farklı bir çok anlama gelmekle birlikte, bazı hedeflere gitmek için kalabalıklar tarafından da araç olarak kullanılabilir. Geleneksel sporlar, türleri, sosyolojik etkileri, kalabalıklara ifade ettikleri, bireysel ve takım sporlarının bir birinden ayrıldığı özellikleri ile spor olarak hayatımıza girmeye başlamış olan esporun disiplinini derinleştirmek için ilerideki başlıklar kullanmaktadır.

## 1.2. Spor Türleri

### 1.2.1. Bireysel Sporlar

Eski çağlardan beri insanın hareketle olan bağları bilinmiş ve bu konuda zaman içinde evrimleşmesi, hareket üzerinden gelişmiş olması önemli oldu çünkü bu insan doğasının en önemli özelliklerinden biri olarak kabul görmektir (Proios, 2010). Birçok açıdan bu doğanın yapısı, sosyolojik bağlantıları, çevresel etkileri ve daha birçok özelliğiyle araştırmacıların da ilgisini çeken bir konu haline almıştır.

Bireyselliğin en önemli tanımlarından birisi kendiyle başbaşa kalabilme, tüm kontrolün kendinde olması gibi kavramları içinde barındırmaktadır (TDK, 2017). Her ne kadar bireysellik kavramı ve yapısı zaman içinde bambaşka noktalara dönüşmüş olsa da temelinde kökleri Yunan kelimesine dayanır ve koşulsuz olarak kabullenmeyle bağdaştırılmaktadır (Jakubowski, 2013). Bireysel sporlar (koşu, golf, güreş vb.), bireylerin kendi güçlerine ve kararlarına bağlı olarak gerçekleştirilirler ancak bireysel sporcularda, tek kişi olarak spora konsantre olsalar da, sık sık takımlara yakın şekilde çalışmalarını devam ettirirler (Bruner, Evans ve Eys, 2012).

### 1.2.2. Takım Sporları / Çoklu Sporlar

Takım olmak, komün yaşamaya alışkın toplumlarda daha fazla kabul görmüş bir kavram olarak kendi için bambaşka norm ve değerleri içermektedir. Bunlar içinde bütünlük, iş birliği ve sorumluluk gibi kavramlar vardır ki bunlar aslında bir yarışma sürecinde önem kazanarak, birbirlerinden ayrılmayan kelimeler haline bürünmüştür (Wandzilak, 1985). Bütün sporlar etik değerler ve normlara sahip olarak gelişimini devam ettirebilmektedir. Bu değerler doğrultusunda da grup ile yapılan spor aktivitesi aslında tüm takım üyeleri tarafından düzenlenmiş, tüm değerlerin kolektif bir bütünü olarak kendini yapılandırmaktadır. Yani tüm takım, bütün değerler ve bu normlara sahip olarak hareket ederek, kendi bireyselliklerinden uzak durmakla yükümlüdür (Petrick ve Quinn, 1997).

Modern dünyada insanların fiziksel, duygusal ve sosyal açıdan gelişmesinde, grup çalışmalarını etkin hale getirme konusunda başarılı olmalarının biz toplumu olmasıyla eşleştirebilmek mümkün görünmektedir. Toplumsal üyelikle birlikte bir gruba aidiyet hissi duymanın bir ihtiyaçla ortaya çıkarak, bunu gerçekleştirmek için de

çoklu sporları kullanımını görmek ve biz toplumlarının bu alana daha eğilimli olması söz konusu olabilmektedir (Göde ve Alkan, 1998). Spor bu anlamda önemli bir olgu olmakla birlikte, toplumsal kuralların en net yansımalarını taşımakla görevlidir.

### **1.3. Futbol ve Taraftarlık Tanımı**

Futbol bir spor olarak tanımından önce artık ilk olarak ekonomik etken olarak tanımlanmaktadır. Spor, Avrupa başta olmak üzere hemen hemen tüm ekonomilerde oldukça büyük ve gitgide güçlenen bir etkiye sahiptir (Gerrard, 2006). Avrupa'daki dev futbol ekonomi alanı her geçen sene kendini rakamlarla da kanıtlamaya devam etmektedir. 2015 senesinde İngiltere Premier Ligi televizyon yayın haklarını dudak uçuklatan bir para karşılığında sattı; 1.712 milyar pound yıllık olarak kazancı oldu. Aslında hesaplandığında bu, oyun başına 10.190 milyon pound yapmaktadır (BBC, 2015). Futbol kulüpleri, aynı zamanda dünya üzerinde yatırımcı eğilimlerini en çok etkileyen finansal alanlardan biri olarak da kabul edilmektedir (Boido ve Fasano, 2007). Bu, futbolun ekonomiler, dönen paralar, kumar ve diğer tüm alanlardaki etkisi adına önemli bilgilerin temel örneklerindedir. Ancak futbolun etkilerini hayran, etkileri ve kalabalık bir birliktelik başlıkları altında incelersek, çok daha çarpıcı detaylara erişmek mümkün olmaktadır.

Futbol, sporlar içinde en büyük coğrafyalara yayılmayı başarmış olandır. İnsanların genel spordan beklentilerini en yüksek seviyede karşılamakta olan başarılı bir oyun olarak, neredeyse dinsel (Kayaoğlu, 2000) bir bağlılıkla taraftarlık olgusunu yeniden tanımlayan bir spor sıfatıyla, başarısını asırlardır devam ettirmektedir. Eduardo Galeano, futbolu bir tanrıya benzetir. Bunun birinci sebebi dinsel bağlılık benzetmesinden (Karaoğlu, 2000) ileri gelmektedir. İnsanlar, o kadar çok ona inanmayı tercih eder ki, onu eleştirip, eşelemek için de bir sürü farklı insan ortaya çıkar. Yine Galeano'nun deyiimiyle entelektüeller eleştirmenlik için ortaya atılırlar (Galeano, 1971).

Futbolun tüm dünya üzerinde sembol olarak kabul görmesinin yanında, sahip olduğu kalabalıkların gücü ile ilgili ise bazı farklı yaklaşımlar görülmektedir. Bunlardan biri futbolun ve tüm gücünün aslında bir otorite simgesi olarak devletlerin güçlerini temsil etmesi yaklaşımıdır (Boniface, 2007; Kuper, 1994). Ancak diğer bir yaklaşım bunun tersine futbolu insanların olarak kabul eder ve futbolun basit,

demokratik ve huzurlu olduğunu savunarak başka bir açıyı gösterir (Boniface, 2007; Fişek, 2003; Talimciler, 2005).

Futbol aynı zamanda güç temsil eden insanlarca farklı amaçlarla kontrolle bağlantılı bir mekanizma olarak da kullanılmaktadır. Özellikle geri kalmış toplumlarda, siyasi gücün ve zengin kesimlerin elinde bulundurduğu kuvvet buna etkili bir şekilde imkân vermektedir. Örneğin bir siyasi, oy toplamak için taraftarlık unsurunu kullanabileceği gibi sadece futbol ile birlikte oy toplama konusunda başarılı olmayı amaçlamaktadır (Kılıç, 2006). Bu davranışların, geri kalmış toplumlarda etkili olduğu örneklerini görmek her zaman mümkündür.

Futbol için gücünü açıklamak amacıyla çeşitli tanımlamalar yapmak mümkündür. Bunlardan biri sosyal yaşam içinde devletlerin ve güçlerinin her zaman var olmak isteyecek olmasından ileri gelmektedir. Bunun hemen ardından ise futbolun kesinlikle sosyal hayattan bağımsız düşünülmemeyeceği gerçeği ileri gelmektedir. Bu anlamda futbol tüm yapılar ve devletler için özel bir gizli kuvvet olarak kabul edilmektedir (Sert, 2000).

Futbol tüm dünyanın en geniş sporlarından biri olarak konumlandırmaktadır kendini. Bunun birkaç farklı sebebi olmakla birlikte, en birincil sebebi; basitlik ve sadeliktir (Boniface, 2007). Futbolun basitliği herkesin oynayabileceği bir spor olmasından ileri gelmektedir. Herkesin bulabileceği en ufak açıkta, parkta, bahçede ve daha akla gelebilecek tüm muhtemel alanlarda oynanabilir olmasının yanında, sürekli ekipman talep etmeden, dışarı adım atan herkes tarafından aşağı yukarı ayak uydurulabilecek bir spor olması da bir sebep olarak görülmektedir. Diğer sporlar ise bunun tam tersine ya bir tür ekipman isterken, özel bir alan ya da yeterlilik talep etmektedir. Örneğin, futbol da her tür insanın başarılı olması mümkünken, voleybol için uzun, basketbol için genelde uzun ve çevik olmak şarttır (Sert, 2000). Futbol aynı zamanda neredeyse sigara gibi güçlü sosyal iletişim ortamı yaratma konusunu da desteklemektedir. Hiçbir özel başlık olmadan yabancılarla, yeni insanlarla futbol konuşmak mümkündür (Boniface, 2007). Bu da aslında hiçbir şart olmadan ilişkiler kurulmasına, koşulsuz arkadaşlıklar oluşmasına olanak sağlamaktadır (Boniface, 2007).

Futbol aynı zamanda ülkelerin kendi içinde bütünleşmesini sağlayan bir güce de sahiptir. Öyle ki farklı politik yaklaşımlarda olan tüm vatandaşlar, milli maç söz

konusu olduğunda her zaman biraz milliyetçi olabilmektedirler. Bu, birlik olarak, aynı toprakların ve değerlerin sahibi olduğunu düşünen kalabalıklarca gösterilmektedir (Brown, 1998). Yani aslında normalde tanımlanamayacak grupları, tanımlayan bir şemsiye görevi görme gücü de vardır.

Futbol müsabakaları, oyunu seyretmek için gelen ve oyunun oynanışı konusunda içselleşmeden, kendini kalabalıkların arasında başka bir kimliğe dönüştüren topluluklardan oluşmaktadır (Karagözoğlu ve Ay, 1999). Bir müsabakayı izleyen, seyreden kimselere seyirci denilmektedir (Acet, 2001). Bu tanımın açılımı, ortak bir zafer ya da hedef için organize olan insan grubu olarak dile getirilebilir. Bu seyircilerin davranışlarının futbol için tanımında şiddet kelimesi de hemen kendini göstermektedir. Çünkü futbolun ortaya çıkışından bu yana, futbol seyircisi ve şiddet birbirini tamamlayan iki kelime olarak kabul edilmektedir (Gültekin vd., 2000). Futbolun içinde yer alan şiddet kelimesi yine onu tanımlayan bir diğer kelimedir.

### **1.3.1. Taraftarlık Davranış Özellikleri ve Holiganizm**

Taraftar tanımı birçok farklı bir şekilde kelimelerle ifade edilmektedir. Kelimenin tanım temelinde bir görüş ya da düşüncenin yanında olma, ondan yana durarak, savunan kişi olma durumu bulunmaktadır (Piotrowicz, 2014). Bu tanımdan yola çıkıldığında aslında bir kişiyle beraber, muhtemelen savunulan şeyi savunan başka kişilerin de olması kalabalıkların olması durumunu ifade etmektedir. Bu da sosyal bağlanmanın ve kalabalıkların, bu tanımın olmazsa olmazı olduğunu kanıtlar durumdadır. Her ne kadar sadece duran kişi gibi ifade ediliyor olsa da aslında aktif bir konuya dâhil olmanın bir yolu olarak kullanılmak istenir ve bir tür pasif olmama halini bağırarak için yapılan aktif hareket olarak görülmektedir (Ayan, 2006).

Spor endüstrisi, taraftarların mantığını çözümlenmek, bu oluşumların nasıl bir araya geldiğini anlamak için çeyrek asırdır çok kapsamlı çalışmalar yapmaktadır (Gray ve Wer-Gray, 2012). Bu araştırmalar temelde aynı mantık noktasında ortada bulunmaktadır; spor tüketicileri, takım taraftarları davranış ve alışkanlıklar çerçevesinde şekillenen gruplar halinde ayrışmayı seçmektedir (Quick, 2000).

Futbol, taraftarlığın, hayranlık veya desteklemekten öte yaşadığı, en geniş spor olarak göze çarparken, aslında bir takımın taraftarı, ne olursa olsun kendini, taraftarı olduğu takımın diğer taraftarları ile aynı değerlere sahip olarak öngörmektedir

(Şentürk, 2007). Bu anlamda detaylandırılmamış olan bu değerler aslında kriz anlarında da kalabalıkların birbirlerini destekler, savunur hale gelmelerini de sağlamaktadır.

Futbol başta olmak üzere tüm taraftarlık oluşumlarında bireysel kişilik düzeyden çıkılarak bir topluluk halinde hareket etme içgüdüüne geçilmektedir. Yani aslında artık kişisel değerler değil, takım olarak hareket edilen, kalabalığın değerleri olarak kendi yolunda ilerlemektedir (Gümüştül, 2016). Taraftarlık ile ilgili bazı alt konumlandırmalar yapılmıştır. Araştırmacılar aşğıdaki şekilde sınıflandırdıkları taraftarlıkları, şiddetine göre bölerek, o şiddet kategorisine göre davranışsal olarak da sınıflandırmaktadır.

### **1.3.1.1.Sosyal Taraftarlar**

Taraftar olma hissini tetikleyen unsurlardan biri, bir kalabalığın içine girmek arzusudur. Bu taraftarlık aynı zamanda Hunt ve arkadaşları tarafından geçici taraftar olarak isimlendirilirken, Sutton tarafından düşük kimlik başlığı altında sınıflandırılmaktadır. Uyumlu olunarak, destek sağlanır ancak temelde maddi olarak yapılan harcama ve enerji harcaması diğer gruplara göre oldukça azdır. Yani taraftarlık yapılan alana yönelik iletişim kurmak yerine, sosyal iletişim kurarak, burada sıkı arkadaşlıklar yürütmek ya da sadece sosyalleşmek amacıyla tercih edilmektedir. Burada taraftara sunulan eğlence ilgi çeker ve bu durum sadece eğlenmek için bu topluluk arasına girmeyi tercih eden kalabalıklarla da oluşabilmektedir (Gümüştül, 2016). Sadece sosyal etkisi için bu alanda bulunmak isteyen taraftarları da tamamen ait olmayan ancak, onlarla saf tutan kişiler olarak belirtmek mümkündür. Buradaki etkilerden biri de medya ve haberlerdir. Ne kadar yükselen bir trend olarak takımı görürse taraftar, kendi ilgisi de o derece artmaktadır (Hunt vd., 1999).

### **1.3.1.2. Odaklı Taraftar**

Bu taraftarlar için aitlik konusu başka bir alt başlık olarak ortaya çıkar. İlgi duyulan spora yönelik daha çok marka, moda, oyuncuların kişilikleri, turnuva markalaşması veya sosyal faktörler konusunda bağlı hissederler (Gümüştül, 2016). Tam bir aidiyet duymasa da o sporun formasını giymeyi sever ya da bu tip konulardaki

markaları hayatına adapte eder. Bu daha çok markaların kişilikleri ve etkileri konusuna girerek, sosyal statüdeki yeri konusunu ortaya çıkarmaktadır. Sosyal faktörler burada devreye girerek, kişinin ait olduğu topluluk olarak kendini göstermektedir. Burada temel faktör başarı ve heyecandır. İlgi duyulan takım başarı kazandıkça ilgi yüksek devam eder ancak başarısızlık bu ivmeyi düşürmek konusunda hızlıdır. Yani kutlanacak bir şey olmadığında, ortamı terk etmek konusunda çekingen davranmaz (Hunt vd., 1999). Burada ayrılan bir durum da lokal seyirci kitesidir. Yani bulunduğu ve doğduğu yerde olan takımlarla ilgili farklı bir aidiyet göstereceği gibi kendi ait olduğu kurumların takımlarına da aynı şekilde farklı bağlılıklar hissedecektir. Bu taraftarların müsabaka izlerken tarafsız olması beklenmemektedir (Hunt vd., 1999).

### **1.3.1.3. Fanatik Taraftarlar**

Fanatik kelime anlamı itibariyle aşırı düşkün, akıl dışı derecede arzulu, delice hevesli anlamlarına gelmektedir. Kişiyi fanatik olduğu konu yolunda aşırılıklara sürükleyen kör bir tutku olarak tanımlanmaktadır (Yörük, 2014). Bu grup, en yüksek düzeyde bağlılığı ifade etmektedir. Burada taraftar ilgi duyduğu spor dalındaki takım için yüksek düzeyde, oldukça güçlü bir bağlılık hissetmektedir (Sutton, 1997). Burada taraftarların takımlarına sosyal bir topluluk olarak çok duygusal yatırım yaptıklarını görmek mümkündür. Bu anlamda manevi olarak zaten bolca yatırım yapan taraftarlar, kendi aidiyetlerini kazanmak ile bağdaştırmaz, durum ne olursa olsun, destek konusunda geri adım atmaktan çekinir. Bu doğrultuda bu kadar yatırımın olduğu bir topluluk içerisinde takımın sunduğu tüm markasal materyaller de tüketilmektedir. Bileklik, forma vesaire gibi takıma ait olan her şey, fiyat ile bağlantılı olmaksızın alınmaktadır. Bu tür taraftar kendi kimliklerini de takımlarına olan aidiyet duygusundan yola çıkarak inşa etmektedir (Sutton vd., 1997). Burada kimlik, taraftarın bir parçası olarak onunla özdeşleşmektedir. Bu kalabalık içindeki kişiler için taraftar oldukları takımlar, işleri, aileleri ve hatta dinleri kadar önemli olan bir konumda bulunmaktadır. Sadece bir müsabakada kendini göstermeyen bu kalabalıklar aynı zamanda günlük hayatlarında, rutinlerinde de taraftarı oldukları takımı göstermek istemektedir. Dövmeler, formalar, kıyafetler, stickerlar ya da başka bir çok farklı şekilde bunu yapabilmektedirler (Hunt vd., 1999).

Tüm bunlarla beraber holiganizm, kendini yukarıda tanımlanan taraftar kalabalıklarından farklı olarak göstermektedir. Daha uç bir noktaya doğru giderken Hunt ve arkadaşları bu toplulukları sert, kötü fonksiyonlu taraftarlar olarak isimlendirmektedir. Bu çizgi aslında oldukça ince bir çizgi olarak görülmektedir. Fanatik taraftarlığın, kötü ve zarar verici davranışlarla birleşmesinden ileri gelen bir yapıyla karşımıza çıkmaktadır (Hunt vd., 1999). Burada galip gelme faktörü her şeyin önüne geçmektedir. Taraftarlar galip gelinememesinin etkisini bazen kendi taraftarı oldukları kulübe zarar vererek ya da karşı faktörlere (rakip takım, hakem vb.) zarar vererek belli etmektedir.

Özellikle son 10 yılda ağırlaşan taraftarlık davranışları, ortaya çıkan sosyal koşullar, alışkanlıklar, farklılıklar ve politik problemlerle gitgide artış göstermiştir. Bu da aslında temelde taraftarların, ne tür içinde olursa olsun, bu tür müsabaka alanlarını tepki ortamı olarak nitelendirmelerini de sağlamaktadır (Budak, 2000). Başkalarına fiziksel olarak veya psikolojik açıdan zarar verme niyeti ile yapılan bütün davranışları saldırganlık olarak nitelendirmek mümkündür. Bu tip davranışlar sözcüklerle ya da tamamen fiziksel olarak gerçekleştirilebileceği gibi dünya tarihinin başından bu yana devam eden insan doğası temellerinden biri olarak kabul edilmektedir (Tuzgöl, 2000).

Saldırganlık, aslında sadece kişisel bir davranış olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve sosyal temellerinin de olduğu bir davranış olarak kabul edilmektedir (Butovskaya, 1999). Holiganizm içinde saldırganlığı konumlandırmak için aslında nasıl gruplandırıldığını okumak önemlidir. İlk olarak sadece diğer insanlarla iletişimi kesmek, dedikodu ve kötü sözler yaymak olarak kendini göstermektedir. Burada sadece kötü olan duyguları ifade etme ihtiyacından kaynaklı bir aksiyon alınmaktadır. İkinci kısım ise diğerlerinin gideceği yolun önünü kesme şeklinde kendini göstermektedir. Yani ulaşılmak istenilen amacı engelleme, farklı düşündürme çabası için enerji harcama, pasif ama tamamen kötü amaçlar alınan ancak fiziksel olarak zarar vermeyen aksiyonlar olarak kendini göstermektedir. Son olarak ise doğrudan saldırma, yani fiziksel ve psikolojik olarak direkt aksiyon almak olarak kendin göstermektedir. Burada düşmanlığın boyutu oldukça büyüktür. Savaşmak, bıçaklamak, itme, çekme vesaire gibi tüm davranışlar bu aşamada görülmektedir (Özdevecioğlu, 2003). Holiganizm konusu devreye girdiğinde son iki aşama kendini gösterir. Tarihteki örneklerinde ise üçüncü aşama sıkça görülmektedir.



Temelde dürtülerin harekete geçirdiği saldırganlığı belli kavramlar altında toplamak mümkün olmaktadır. Burada sosyal-bilişsel ve duygusal olarak iki temel ana yönelimden bahsedilmektedir (Ramirez, 1993). Futbol seyircisi içinse bunları aşağıdaki şekilde belirtmek mümkündür;

**Bireysel Saldırganlık:** bireysel olarak, her taraftarın kendi başına göstermiş olduğu saldırganlık davranışları olarak kendini göstermektedir.

**Kitlesel Saldırganlık:** Bir taraftan çok daha fazlasının bir araya gelerek, grup ve toplumsal olarak sergilemeye başladıkları şiddet içeren saldırganlık örnekleri olarak kendini göstermektedir.

**Tamamen Şiddet İçeren Saldırganlık:** Bu gruptaki taraftarlar tamamen zarar vermek amacıyla, buldukları ortamı ya da çevrelerindeki kişileri tahrip etmeye yönelik davranışlar göstermektedirler. Bu asıl holiganizm olarak nitelendirilen yönelim olarak kabul görmektedir (Acet, 2005).

### **1.3.2.Holiganizm**

Holiganizm, şiddetin davranışa yansımış ve kötü bir fonksiyonel yönelim olarak kendini gösteren tanımıyla ele alındığında, şiddetin fanatikleştirilmiş yansıması olarak bile görülmektedir. Temelde zarar vermeye eğilimli taraftar grupları olarak düşünülebilir (Mirioğlu, 2007) ve bu taraftarların meydana getirdiği karşılıklı grupların şiddet içeren iletişimi olarak kendini göstermektedir (Ayan, 2006). Aslında takımlar ne kadar başarılı olursa olsun bu grupların en büyük amacının olay çıkartmak olduğu gözlenmektedir (Arıkan, 2007). Futbolun geniş kitlelere yayılmış olan başarısını görmezden gelmek mümkün olmamaktadır. Her kesimden insanı içine çekebilen ve farklı statülerdeki taraftarları tek bir grup haline getiren eşit bir alan oluşturmaktadır. Bu yanıyla çok geniş kitlelerce sahiplenilmektedir ancak aynı şekilde futbol holiganlarının da bu çeşitlilik içinden çıkabiliyor olduğunu ortaya koymak gerekmektedir (Pearson vd., 2010). Futbol içinde var olan holigan davranışları ile ilgili bazı savlar bulunmaktadır. Bu savlar doğrultusunda espor davranışları karşılaştırması da daha doğru yapılabileceğinden, tüm başlıklar halinde olmasa da, gerekli olanlar şeklinde kısaca bahsedilecektir.

### **1.3.2.1.Psikolojik – Ritüel Şiddet Savı**

80’li yılların başında psikolojiden devşirilen bir paradigma olarak karşımıza çıkan ritüel şiddet savının fikir babaları Peter Marsh ve arkadaşlarıdır (Gümüşdağ, 2004). Bu sav temel olarak, saldırganlığın tanımı altında incelemekten çok, bilinenin dışında, ritüel bir tür etkinlik, aktivite olarak nitelendirmektedir. Özellikle erkeklerin güç ve tüm çevre dürtülerini gösterdiklerini düşündükleri bir davranış şekli olarak kendini ortaya koymaktadır. Saldırma içgüdülerini çevreye göstermeye fırsat buldukları bir tür ritüel olarak anlamlandırılmaktadır (Marsh vd., 1978; 1982; 1978). Bu sav bir yere kadar kendini açıklamakla birlikte holiganlık davranışlarını tanımlarken sosyo-kültürel farklılıkları, politik görüşleri ve diğer tüm değişkenleri görmezden geldiği için sonradan yetersiz kalarak, başka savlarla desteklenmek durumunda kalmıştır.

### **1.3.2.2.Alt Kültür Savı**

Bu sava göre, holigan gruplarının oluşmasındaki en temel sorunlardan biri kabul görmeyen alt kültür kesimleridir. Bu gençler, kendilerini ispatlamak, aileden uzaklaşarak, tepki göstermek ya da toplumda kabul göremedikleri için karşılık vermek için hareket etmektedirler. Bu anlamda kabul görmediklerini hissettikleri anda da saldırgan davranışlar göstermektedirler (Gümüşdağ, 2004). John Clarke (1976) genç erkeklerin kendilerini ispatlamak için bu tip davranışları benimsediklerini de yaptığı araştırmalarda ortaya koymuştur. Yani futbol, olumsuz eğilimle davranışlarını gösterebilecekleri boş zaman aktivitesi olarak, bu tür gruplarca kabul görmektedir.

### **1.3.2.3.Normlara Aykırı Davranış Sosyolojisinden Esinlenilerek Hazırlanan Sav (Medya Etkisi)**

70’lerden itibaren futbol bazı araştırmacılar tarafından bir tür medya etkisi ile oluşturulan suni gündem olarak tanımlanmaktadır. Medya, tribünlerin sistematik olarak yerleştirilip, düzene göre hareket ettirilen şiddet gruplarını kontrol etme konusunda etkin olarak görülmektedir. Bu savda medyanın, olayları fazlası ile abartarak, kamuoyunda başka bir düşman oluşturarak, üst tabaka, devlet hareketleri ve

statüko korumak amacı ile oluşturulan kurgu gündem değiştirme aracı olarak kullanmakta olduğu söylenmektedir (Cohen, 1998). Bu anlamda medya, futbolu sürekli olarak gündeme taşıyarak, kendi amaçları için kullanmaktadır. Holiganizm aslında futbol tarihinin başından beri önemli bir sorun olarak kabul görmüştür. Bazen toplumsal sorunların yansıması olarak kendini göstermiş, bazen medya tetik unsuru olarak kendini konumlandırmıştır ancak ne noktadan çıkarsa çıksın, çözüm üretilmek için üzerine konuşulan bir davranış olmaktan kurtulamamıştır.

### **1.3.3. Geleneksel Sporlarda Taraftarlar İçinde Kadının Yeri**

Espor karşılaştırmasını ileriki başlıklar altında incelemeye başlamadan önce, geleneksel sporlardan, özellikle de futboldan farklı olarak espor taraftarlarının %50'sinin yetişkin erkekler, %48'inin ise yetişkin kadınlardan oluştuğu ortaya konulmuştur (Duggan, 2015). Bu neredeyse eşit oranlar futbol ve geleneksel sporlarda kolay kolay karşımıza çıkmayan etkili bir sonuç olarak ele alınmalıdır.

Taraftarların şiddete eğilimli olmalarının sosyolojik temelleri de bulunmaktadır. Bu toplulukla bir anda olayların gelişmesini beklemez, kuram gereği doğuştan getirdikleri kalıtsal özellikleri sürekli yanlarında taşırlar. Erkeklerde şiddet gösterme durumu çok daha sık gerçekleşmektedir. Özellikle 16-25 yaş bu açıdan oldukça aktif bir dönem olarak gözlenmektedir (Scully, 2001). Aynı zamanda bu tezin konusu olan espor ile bağlanacak noktalardan biri olarak alkol ve buna benzer dikkat dağıtan, zihni yavaşlatan maddelerin etkileri de oldukça büyüktür. Ayrıca bireyin sosyal hayatında uğraştığı tüm iş ve ekonomik problemler de öfke yansıması olarak kendini ait hissettiği bu müsabaka ortasında gösterebilmektedir (Scully, 2001). Bazı kültürel normlar ve beklentiler de aynı zamanda şiddeti tetikleyen etkenlerden biridir. Erkeğin toplum içinde yüceltilmesi ve futbolun erkek ağırlıklı bir spor olması da bu durumu kendi içinde sınıflandırmaktadır. İyi dövüşmenin ve cesaretin şiddetle eşleştirilmesi gibi durumlar yine toplum içinde saldırgan davranışların meşrulaştırılmasına ortam sağlamaktadır (Acet, 2014).

Futbol, kadınların oy kullanma hakkının bile olmadığı, kadınların, cinsiyet olarak eşit haklara sahip olabileceği düşünülemeyen bir dönemde erkekler için, erkekler tarafından yaratılmış bir spor olarak karşımıza çıkmaktadır (Pfister, Lenneis ve Mintert, 2013). Bu da aslında kadınların çok uzun zaman sonra bu spora dahil

edilebildiğinin kanıtı olarak, tribünlerde de sonradan kalabalıklaşmaya başladığı anlamına gelmektedir. Daha önceki başlıklarda izlediğimiz gibi erkeğin kendini gerçekleştirme yeri olarak tribünü kabul etmesi ve bu süreçte erkeğin şiddete ya da sözlü tacize başvurduğu ortadadır. Kadınların kalabalıklaşması ile birlikte bu davranışların sıklığı azalmaya başlamış olsa da, tamamen adapte olamayan kadınlar için taraftarlık olgusu çok nadiren fanatiklik olarak kendini göstermektedir.

Bu süre devam ederken, çok şiddetli bir şekilde futbol konulu olan tüm başlıklarda erkek taraftarlar hedeflenmiştir. Son 15 yılda ise bu süre boyunca küresel bir kültüre dönüşmüş olan futbol için kadının odak noktası olması konusu çok geç devreye girmiştir (Pfister, Lenneis ve Mintert, 2013). Bu da futbol gibi geleneksel sporlar için geçerli olacak kadın azınlıklı taraf kitlelerinin oluşmasına neden olmuştur.

## İKİNCİ BÖLÜM

### OYUN TARİHİ

Oyun son iki jenerasyon ile birlikte dönüşen, farklı bir geleceği gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Video oyunları oynamak boş vakit değerlendirme aktivitesi olarak ilk seçimlerden biri haline gelmiştir. Üstelik bu tüm dünya üzerinde bu şekilde bir kas hafızasına dönüşmüştür (PWC, 2016). Oyunlar üzerinde gelişen bu farklı yaklaşım süreci, aslında oyunları olduğundan daha yüksek bir seviyeye taşıyarak, eğitimle neredeyse denk tutulan bir olgu haline getirmiştir. Oyun tasarımcıları bu iş için çok büyük paralar ve zaman harcarken, oyuncular da aynı şekilde karşılık vermeye başlamıştır (Peng, Lee ve Heeter, 2010). Bu yaklaşımın gelmesindeki etkenlerden birisi, oyunların da birçok farklı yeti gerektirmesine yol açtı. Oyunlar, problem çözme, yüksek konsantrasyonla göz ve kol koordinasyonu gerektiren hedef alma, belli başlı yetenek gelişimlerini sağlayan kısımların olması, perspektif ve genel kültür gelişimini de sağlayan şekilde dizayn edilmesi bu etkilerden sadece bazılarını oluştururken, davranış değişiklikleri yarattığını da göstermektedir (Susi, Johanneson ve Backlund, 2007; Wouters, Van der Spek ve Van Oostendrop, 2009). Video oyunlarının bu derece etkili olması ve gelişim sağlaması, bunu sürekli olarak hissederek gelişen oyuncular için tekrar etme davranışını oluşturmaktan geri kalmamaktadır (Gonzalez Sanchez vd., 2012; Jin, 2012). Bu sürekli olarak sağlanan fayda sebebiyle, oyun alışkanlığını sürekli olarak tekrar etme isteğini duyan oyuncular için bu durum, bağımlılık seviyesine çıkabilir bir boyuta gelmelerine sebep olmaktadır (Lafreniere vd., 2009). Bazı eğitimler bu sürekli gelişim sağlayan oyunların pozitif taraflarından yaklaşarak, oyuncuların bunu her seferinde tekrar etmeleri gerektiğini bile önermeye başlamışlardır. Sosyal Bilişsel Teorisi yani öğrenmek üzerine kurgulanan bir teori olan Sosyal Öğrenme Teorisi aynı zamanda tekrar edilen oyun inşaa etme, bunları çözme ve diğer birçok şeyi sürekli tekrar etmenin bilişsel ve davranışsal çıktılarının olabileceğini söylemektedir (Bandura, 1986, 2001).

Oyun Teorisi temelinde resmi olarak çatışmanın ve iş birliğinin konsept olarak bir bütün haline gelmiş olması olarak tanımlanmaktadır (Turocy, ve Stengel, 2001). Oyunlar gönüllü olarak belli kurallar çerçevesinde, zaman ve yerin farklılaştırdığı ortamlarda, yükseltilmiş olan his seviyesi altında, içinde eğlencenin de bolca

bulunduğu bir karam olduğunu unutmamak gerekmektedir. Bu durum oyun dnyasını sıradan hayattan bambaşka bir şeye eviren önemli özellikleri olduğunu kanıtlamaktadır. Oyunların çekici gelmesindeki en önemli noktalarda bunlardır (Huizinga, 1955). Oyunların tarihinin aslında çok önceye, insanlık tarihinin başlangıcına dayandığını belirten arkeologlar, bunun erken bir alışkanlık olduğunu vurgulamaktadırlar (And, 2003).

## 2.1. Ludoloji

Bu süreç içerisindeki önemli kavramlardan birisi Ludolojidir. Bu bir bilim dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyun ve video oyunlarla, bunlar hakkındaki çalışmaları inceleyen bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında oyunları analiz etmek değildir görevi ancak oyun kültürü ve bu kültürün sosyal kalabalık üzerindeki etkilerine eğilen bir dal olarak kendini açıklamaktadır (zbıakı, 2016). Bu alışma dalı, sosyoloji ile çok yakın bağlantılı olarak yürütülmektedir. Türkçe’de oyun bilimi olarak kendine yer edinmiş olan bu bilim dalı, kültürel anlamda oyunların etkilerini kavramaya çalışırken, birbirinden farklı kültürleri de dahil ettiğinden, bu alana yaklaşımlar da, her dal tarafından farklılık göstermektedir. Yani oyun başlama noktaları göz önünde bulundurularak incelendiğinden, çok farklı yaklaşımlarla, farklı etkileri ile ele alınmaktadır (Kaya, 2013).

Bu dalın en ünlü sosyolojistlerinden birisi, kültürel çalışmalar üzerinde uzmanlaşmış olan Fransız Roger Caillois (1961) olarak bilinmektedir. Oyunların kültürel açısını kavramak için de dört farklı alt kalemi ortaya koymuştur. Bunlar şu şekilde sıralanır; Agon (Rekabet), Alea (Mutluluk), Mimicry (Taklit) ve Ilinx (Eğlenme). Bu sözcükler dillere göre anlam farklılıklarına sahip olsa bile, yüzlerinin dönük olduğu yönler kısaca bu şekilde tarif edilebilir (Huizinga, 1995).

Bu kelimeleri örneklerle, bilimin içinde açıklamak gerekirse şu şekilde yapılabilir: Agon, aslında temelinde birinin diğerine karşı olma, ona karşı duruş sergileme ya da basitçe biriyle rekabet halinde olma durumu olarak açıklanmaktadır.

Alea kelimesi ise daha çok mutluluk getiren şans, oyun içinde gereken, tasarımlarında da kullanılagelen, rast gelme durumunu kapsamaktadır. Bunu genel de rulet ya da poker gibi oyunlarda direkt görmek mümkündür. Ancak video oyunlar

bazında bakıldığında bu şans tasarımının içine dahil edilerek, mutluluk süresinin uzatılması veya yükseltilmesi amaçlanmaktadır.

Mimicry kelimesi temelinde taklit etmek anlamına gelmektedir. Bu yapı oyunların en temel özelliklerinden birini oluşturmaktadır. Biri gibi olma, biri gibi yapma, giyinme, hareket etme olarak karşımıza çıkarken, aslında her oyunda, oyuncular kendine ait olan karakterler ya da onlara verilmiş hikâye kurucular olarak bunu gerçekleştirmektedir. Bu kategori için hemen hemen her oyun kendini göstermektedir ancak açıklamak için uygun olan oyunlara The Sims örnek vermek de mümkündür.

Son olarak Türkçe karşılığı olarak açıklanması zor olan bir kelime konumunda bulunan Ilinx ise eğlenceyi tetikleyen dengesizlik, aşırı adrenalin, inişler ve çıkışları sağlayan süreçlerin içerilmesini temsil etmektedir. Bunlara örnek olarak aksiyon ve macera oyunları gösterilebilirken, direkt bu hissin verilmesine örnek olan Roller Coaster örneği de, bu eğlenme tanımının derinliğini vurgulayabilmektedir (Coillois, 1961).

Tüm bunların getirdiği noktalardan birisi de iki tip oyuncu tipini, tercihlerine göre oyun tipi içinde ayırmaktadır. Bunlar Ludus olarak bahsedilen, bir düzen ve sistem içeren oyunlar grubu olarak ilk kalemını açıklar. Bu grubun içinde satranç gibi daha kural bazlı olan oyunlar bulunmaktadır. Aynı zamanda paidia olarak isimlendirilen daha çok doğaçlama temelli olan oyunlar gurubu da bulunmaktadır. Bu grup düzensiz, doğaçlama gerektiren, sürekli değişken ve spontan süreci temsil eden oyunlar tarafından oluşturulmaktadır. Bu yaratıcı oyun dünyasına çok sayıda örnek bulunmaktadır. Örneklerin içinde en etkileyicilerinden birisi de Age of Empire ve Warcraft gibi farklı dünyalar içinde anlık kararlarla oynanan oyunlar bulunmaktadır (Dovey ve Kennedy, 2006).

Sonraki zamanlarda, bu sınıfların dışında, her şeyi bir arada bulunan oyun yapılarının ortaya çıkmasıyla, espor dünyasına giden yol da açılmıştır. League of Legends ve Dota gibi yapımlar, bu türün öncüleri, belli bir kural ve aynı zamanda anlık kararların yürüttüğü oyun içinde, bir de takım olarak oynayabilme yetisini eklemiştir. Bu anlamda da oyunların gitgide daha çok davranışa etki ettiğini, gelişim için farklı şekillerde destek olduğunu, sürekli başarısızlık üzerine deneme alışkanlığı ile birlikte gelen, düzenli bir kurgu kurma yetisini geliştirmesi açısından da önemli olduğunu

söylemek mümkün olmaktadır (Lieberman, 2001; McFarlane, Sparrowhawk ve Herald, 2002; Peng, 2009).

Oyun tasarımcıları artık, oyunlar kategorisinde sadece eğlence için değil, bunun çok ötesinde bir tasarım yolunda ilerlemektedirler. Bu amaçların arasında artık eğitim, sağlık, sosyal iletişim ve etik olmak konuları da yer almakta ancak bununla sınırlandırılmamaktadır (Michael ve Chen, 2006; Ritterfeld, Vorderer ve Cody, 2009). Her geçen gün farklı amaçlarla oyunların tasarlandıklarını veya başka konularda da oyuncuya hizmet edecek şekilde geliştirildiklerini görmek mümkündür. Bu amaçlarla beraber geliştirilen diğer konular ise, politik duyarlılık için oyunları kullanılması, dini süreçler için ve daha birçok sosyal hassasiyet için de kullanılmaktadırlar. Bu durum aslında oyunların, yüksek duyarlılık ve ilgi çekmesi amaçlanan konularda da rahatlıkla kullanılabilirliğini göstermektedir. Üstelik bu alanlardaki organik duruşları da, hassasiyetleri yaratmak konusunda da oldukça destekleyici bir durumdadır (Peng, 2010).

## **2.2. Oyunculuk Tanımı ve Tarihi**

Oyun tarihi yazılırken, farklı tanımlamalar ve başlıklar altında sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Ancak sınırlandırılması zor bir alan olduğu süreç içerisinde fark edildiğinden, oyun ve oyuncu tanımları birbirlerinden farklı şekillerde ortaya çıkmıştır. Resmî bir tanım olarak bakıldığında oyun tarihçisi David Parlett, daha çok sonuç ile bağlantılı bir tanım kullanmayı uygun görmektedir. Oyun bir kişinin ya da bir takımın mutlaka sonunda kazandığı, sonuca ulaştığı ve ortak istenilen bir başarıyı elde ettiği, bu süreç içerisinde de bir takım araçlar kullanarak ilerlediği yarışmalardır (David, 1999). Belli bir hedef olmadığı takdirde, bir aktiviteyi oyunlara dahil etmek mümkün olmayabilmekte. Bu da klasik tanımlamalara bakıldığında bu şekilde sınıflandırılarak, örneğin poker oyununu, oyun mantığının dışına koymaktadır. Elle tutulamayan ve kuralları yazılamamış bir davranışın da oyuna dahil olması olasılığı, onun bir hedefe koşma konusundaki keskinliğini etkilemekte olduğundan, oyun olarak kabul görülmediği tanımlar bulunmaktadır (Juil, 2002). Alan genişledikçe, düzen değiştikçe ve insan davranışlarıyla, jenerasyonlar gelişip, teknoloji buna eşlik etme hızını arttırdıkça, oyun tanımlamaları da hızla değişmeye



başlamıştır. Geçmişten günümüze tanımlardaki genel değişiklikleri görmek için kronolojik tanım paylaşımını aşağıda görmek mümkündür (Tablo, 2.1).

**Tablo 2.1.** Oyun Tanımlamaları

<b>KAYNAK</b>	<b>TANIM</b>
Johan Huizinga 1950.	Sıradışı olarak tanımladığımız gerçek hayatın dışına çıkarak, hiçbir materyal ile bağlantılı olmayacak şekilde, belli kurallar ve düzen içerisinde, sosyal grupların benzerlik ve farklılıklarını saklayabildiği aktivitelerdir.
Roger Caillois 1961.	Özgür irade ile yapılması istenilen, zamandan bağımsız, kesinliğe sahip olmayan, verimsiz, kurallar ve inandırma çabasıyla yönetilen aktivitelerdir.
Bernard Suits 1978.	Bir oyunu oynamak, getirmek için yönlendirilmiş, bir durum hakkında, sadece kurallar, kuralların daha az lehte daha etkili olmasını sağlayan verimli araçlar ile yasaklar ve bu kuralların kabul edilmek zorunda olduğu aktivitelerdir.
Avedonve Sutton Smith 1981.	Belli kurallar, eşitlik bozacak destekler, güçler arasındaki çatışmalar ile zıtlıkları içeren sistemin gönüllü olarak bir sistemin kontrol edilmesini içeren egzersizler olarak tanımlanabilir.
Chris Crawford 1981.	Dört faktörü; temsil edilen, etkileşime geçilen, çatışmaların bulunduğu, bir kazanmanın ya da sonun güvenle sağlandığı aktiviteler olarak tanımlanmaktadır.
David Kelley 1988.	Bir sonuca veya vaat edilene ulaşmak için ve reaksiyon oluşturan bir dizi kuralın oluşturduğu formdur.
Katie Salen ve Eric Zimmerman 2003.	Oyucuların entegre edildiği, bir sonuca doğru giden ve bir çıktısı olduğu kabul edilen, yapay çatışmaların ve kuralların bütünü olarak kabul edilen sistemlerdir.

Kaynak: J.,Juul (2003). The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness. In Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings.

Oyun dünyasının hareketlenmesinden beridir çok farklı araştırmacıların oyun ve oyun ile oyuncunun ilişkisi noktasında farklı gözlemleri, analizleri ve bulguları olmuştur. Bunlar zaman içinde kendilerini geliştirmiş ya da tamamen yok etmişlerdir. Ancak oyun dünyası daha da hareketlenirken birden kendisini etkili bir tanıma sürecine dahil etmiştir. Jesper Juuls, oyunlar ve kaybetmek üzerine yazdığı kısa bir makalede kaybetmenin, oyunun sonunu getirememenin bir şekilde oyuncuları etkilediğini gözlemlediğini anlatmıştır (Baetens, 2014). Ancak sonrasında ortaya çıkan farklı oyunlar bu gözlemin yanlış olduğunu göstermeyi başarmıştır. Örneğin internet üzerinden oynanan, oyunculara dev bir dünya sunan World of Warcraft isimli oyun, tüm oyuncuları kendi hedeflerini kendilerinin koymasını sağlayarak, sonlanmayan bir süreç ortaya koymuştur. Burada kimsenin kazandığı ya da sona erebildiği bir durum söz konusu değildir. Bu durum aslında net bir şekilde Juul gözleminde yanlış olduğunu, en azından eksik bir nokta olduğunu göstermektedir (Egenfeldt-Nielsen vd., 2008).

Oyunlar belli hislere ve ihtiyaçlara hizmet eden yapısıyla, tüm başlıkları her bir oyunda görmesek de en azından bir tanesini mutlaka içinde göreceğimiz bir yapıda inşa edilirler. Aşağıdaki liste oyuncunun neler için oyunu alıp ilerleyebileceğini anlatmak için oluşturulmuştur. Bu oluşturulan listenin tümünü bir oyun içinde bulmak oldukça zor olsa da, en azından birini mutlaka görmek oyuncu tarafından beklenen bir durumdur. Bu yaklaşımla beraber aşağıdaki liste bir oyuncunun gözünde oyunu nasıl oynamaya iteceğini açıklamaya çalışmaktadır (Hunicke, LeBlanc, ve Zubek, 2004).

1. Heyecan (Keyif almak, eğlenmek)
2. Hayal Kurmak (Rol yapmak, İnanmak, başkası olabilmek)
3. Hikaye (Drama, Oyunculuk, Rol üstlenme)
4. Çatışma (Engelleri aşma durumu)
5. Kardeşlik, Birlik (Toplumsal Çerçeve, Sosyal bir Platform)
6. Keşif (Keşfedilmemiş arazileri keşfetme)
7. İfade Etme ( Kendi kendini keşfetme, ifade alanı)
8. Bağımlılık, Süreklilik (Eğlence olarak uzun süre geçirme)

Bu başlıklar altında oyunların oynanma nedenlerini, oyuncuların oyunları kavrama yaklaşımlarını anlamak oldukça mümkün görünmektedir.

Bu yaklaşımın tamamı, 1970'lerden beri süre gelen dönemle birlikte oluşmuş ve sonunda bir bütüne ulaşmıştır. Ancak oyuncunun tarihini ve oyun tarihini anlamak için en önemli dönem bundan 4600 yıl öncesine dayanmaktadır. Mısır oyunu olan senet isimli oyun şans üzerine kurulu olmayan, oyunculuk yetenekleri isteyen bir oyun olarak kendini göstermektedir. Asil ailelerin oynadıkları Ur ise bir başka eski oyun olarak kendini göstermektedir. Bu oyunların yanında, dönemde teknolojik olarak bugünkü durum söz konusu değilse de, o dönem için en güçlü teknoloji örnekleri olarak bile oyunların oynanışlarını göstermek mümkündür. Ancak bu süreçten sonra oyunculuk yeteneklerinin çok ön planda olduğu zamanın hemen ardından 17. Yüzyılda şansın işin içine dahil olduğu oyunlar devreye girmeye başlamıştır (Egenfeldt-Nielsen vd., 2008).

Ortaya oyunların, olimpiyatların, sporların ortaya çıktığı dönemler geldiğinde, masa üstü oyunlar da gündeme gelmeye başlamıştı. Bazıları düşünmeyi, stratejiyi öne çıkarırken, bazıları şans daha çok öne çıkarmayı tercih ederek gelişti. İşin sonucunda aslında insanlığın icat ettiği bu oyunlar aslında yaşamın içinden uyarlanan simülasyonlar olarak kendini gösterdi. Yaşamı taklit eden ancak oyunculara başka şeyler yapma fırsatı veren oyunlar olarak kendi yerlerini koruyarak, yaygınlaştılar. (Egenfeldt-Nielsen vd., 2008).

Eski zamanlardan beri insanların davranışını da anlamlandırabilmek için spor, oyun ve eğlence amaçları gözlemlenmiş ve anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu süreçte oyun ile sporun çok benzer özellikler ve değerler taşıdıkları ortaya konmuştur (Hutckins, 2006). Bu değerlerden bazıları da, strateji belirlemek, bir süreç yönetimi yapmak, taktiksel uygulamalar gidişatı düzenlemek, anlık kararlar alabilmek ve yeteneklerin savunma ya da saldırı olarak, defansif veya ofansif olarak kullanılmasını sağlamak olarak gözlemlenmektedir (Hutckins, 2006).

Oyun gelişimi zaman içinde gitgide dallanan kollara sahip olarak kendini geliştirmiş bulunmaktadır. Ancak aslında etkileşim ile oynanabilen tennis for two isimli ilk video oyunu, atom geliştirmeleri ile ilgili Brookhaven Ulusal Laboratuvarında, Willy Higinbotham isimli fizikçi tarafından bulunmuştur (Akın, 2008). Sene 1958 bu anlamda en önemli buluşlardan birine ev sahipliği yaptığını ise

keşfedememiş durumdadır. Bu yılın 3 sene sonrasında ortaya çıkmaya başlayan oyunlar, 1958 senesi buluşunun önemini göstermiştir.

Oyunların ortaya çıkmaya başlaması ile birlikte, oyun oynamak için gerekli olan işletim sisteminin de geliştirilmesini gerektirmiş; Ken Thompson bu anlamdaki ilk geliştirmeyi yapmıştır. Hemen sonrasında 1970 Bushnell'in yenilikçi bir yaklaşımla bozuk para ile çalışan video oyun makinalarını keşfetmesi önemli bir nokta olarak bul edilmektedir. Nitekim arcade tarihinin ve günümüz oyun dünyasının ilk adımının atılması bu mantıkla ortaya çıkmıştır. 1972 senesi oyun için önemli, çok kusursuz bir sürecin başlaması demektir. Geliştirmeler hızla başlamış, artık bu süreç kafa yoran ve eğitimini bu konu üzerine yapmaya başlayan kalabalıklar ortaya çıkmaya başlayarak oyun sektörünü ortaya çıkartmaya başlamıştır. (Mark, 2001).

1980'ler espor temellerinin atıldığı yıllar olarak görülebilir. Hatta 1980'lerin başları, espor oluşumunun tam tarihi olarak tanımlanır (Borrowy, 2012). Arcade oyunların turnuvalara dönüşmesi 1980'lerin ortalarında başladı ve bu sistem oyuncuların birbirleri ile iletişim kurup, farklı kalabalıklar oluşturmaya başladıkları fiziksel alanlara dönüştü. İlk başlayan turnuvalar 1 ya da 3 farklı oyunun içerikte olduğu etkinliklerdi. Ancak bu işin ilk olarak bir pazarlama konusu olarak ele alınıp, iş modeline dönüşmesi Amerika'da Los Angeles Olimpiyatları ile olmuş, ekonomiye katkı sağlayan bir araç olarak kullanılmıştır (Gruneau, 1984; Rader, 2004; Tomlinson, 2006).

1981 yılında Montgomery tarafından yazılan bir makale espor ile ilgili yazılmış ve en geniş kitlelere ulaşmış olan ilk makale sayılabilir. New York Times gazetesinde yayınlanan bu makale turnuva ve turnuvanın pazarlamaya etkileri hakkında bir makale. En önemlisi de spor olarak kurgulanmış bir yapının itirafının edildiği ilk geniş kitle baskısı (Montgomery, 1981). 1980'lerde sponsorlar, seyirciler ve medya kapsamlarıyla başlı başına pazarlama emeği harcanmış, teknoloji ve spor ile adreslenerek tanıtılmış ilk espor turnuvalarını görünüşdür (Hutchins, 2008; Jin, 2010). Çoktan yola çıkmış bir zaman makinası gibi gün ve gün büyüyen kitleleriyle akıl almaz bir macera olarak kendini konumlandırmıştır.

1991'de en önemli oyun şirketlerinden biri haline gelecek olan Capcom Street Fighter II oyununu ortaya çıkardığında bugünkü espor tanımını ortaya çıkarmaya başlayacağı öngörülmemiştir. Gelişen teknolojisi, oyun tekniği ve rekabetin düzeyini

değiştirmiş olmasıyla espor yeni kanıyla hiç durmayan koşusunda depara çıkmıştır. Sosyal iletişimin spor için bir motivatör olduğunu söyleyen Cox, tam da bu yüzden Street Fighter'ın bu alanda işini tam bir spora dönüştürdüğüünün kanıtını sunmuştur (Cox, 2002).

İlk oyunla bir şeyleri fırlatmak, bir yerlere atmak ile bağlantılı oyunlar olarak fiziksel anlamda, insana bağlı aktivitelerdi. Çin'de bulunan GO, satranç, tavlâ ve sonrasında Mısır kayıtlarında da gördüğümüz oyunlarla örölü birçok katmandan oluşan oyunları görmek mümkündür. Sonrasında asil evlerde ve saraylarda da bolca görülen oyun türleri kendini bir şekilde her dönemde kayıtlara geçirmeyi başarmıştır. Tarih oyun festivallerine bir şekilde alışık olarak zamanı geçirmiştir. Olimpiyat oyunları, tanrılar için geliştirilmiş sporlar ve daha birçok bahaneyle oynamak için oluşturulan şenlikler, topluluklar tarihte de alışkanlık haline gelmiştir (Bistline ve Hawkins, 2017).

Bu alandan başlayarak da, oyun ve oynamak üzerine tarih hızla ilerlemiş, kendini geliştirmiş, tanım değiştirmiş ve aslında çok daha sofistike hale gelmeyi başarmıştır. Eskiden sosyal olmamak (Kraut, Rice, Cool ve Fish, 1998) ile bağdaştırılan oyun aktivitesi bir tür bağımlılık olarak görülüp, değerlendirilmekteydi (Orleans ve Laney, 200). Ancak artık zamanımızda teknolojinin, internetin ve diğer her şeyin yaygınlaşmasıyla değişen yaşama şekilleri ile birlikte oyun, oyunu oynayan kişiler sosyalleşen, aksine bir takım olmayı başaran, sosyal çemberleri içine dâhil olabilen kişiler ile bağdaştırılmaktadır (Özbiçakçı, 2016).

### **2.3. Elektronik Spora Doğru**

British Daily Gazetesi espor ile ilgili haber yaptığıında, 2017 senesinde kocaman bir başlıkla açmıştı konuyu; 2022 senesinde espor, madalya kazanabilecek bir aktivite olacak. Asya Olimpiyat komitesi de esporu bünyesine dahil edip, çekişmeli bir yarışma olarak esporu kabul ettiğini kanıtlamış ve resmi programa dahil ederek, popüleritesini çok daha kuvvetli hale getirmiştir (Graham, 2017).

Espor, geleneksel sporlar (futbol, basketbol, golf vs.) ardından yeni dünya düzenine uygun bir şekilde evirilerek bir endüstri halini almış, rekabet temelli sporlar olarak tanımlanmaktadır (Breslau, 2012). Espor endüstrisi menajerleri olan oyuncuların oluşturduğu profesyonel takımlar, sponsorlar, spor çalışan ve destek

takımları, dünya şampiyonası ve etkinlikleri, en önemlisi de seyircisi olan bir yapı olarak her geçen gün büyümektedir (Segal, 2014). Espor geleneksel sporlar gibi fiziksel bir alanda olmamasına rağmen, bugün tüm turnuvalar büyük stadyumlarda gerçekleştiriliyor ve tüm alan tıka basa dolu oluyor. Tüm yarışmacılar kendi ekranlarında, bir platform üzerinde takım arkadaşlarıyla yan yana oyunu oynarken, onların oyunları da aynı anda dev ekranlardan, binlerce seyirci ile paylaşılıyor (Snaveley, History, 2014).

Espor bilişsel yetenek - gelişim vurgusu yapmaktadır. Geleneksel sporlarda da atletler fiziksel ve zihinsel koordinasyonla, sporla gelişen karar alma yeteneklerini ve maç sırasındaki beceri durumlarını tanımlarlar (Memmert, 2007). Burada bahsedilen bilişsel yetenek - gelişim, zihinde gerçekleşen karmaşık ve detaylı süreçler ile zihinsel işlemlerin, bilginin edinimini ve öğrenimi gerçekleştirmesidir (Trawick-Smith, 2010). Yani aslında iki etkinliğin birbiriyle benzeşen yönleri sadece fiziksel alan değil, aynı zamanda bilişsel yeteneğin işin çekirdeğinde bulunuyor olması gerçekliğidir. Yani bu sporla başlayan çocukların her geçen gün bilişsel öğrenmesini geliştirmesi ve bu tecrübeleri kullanması söz konusudur. Espor'un dinamiklerinden birisi de internettir. İnternet oyun kavramının baştan sonra değişmesini sağlayan bir gelişim olarak karşımıza çıkmaktadır. Çoğunluğa ve karşılıklı, interaktif oyunlara alan açan internet, başlangıcından itibaren oyunun, espora evirilmesinde yönlendirici pozisyonda bulunmuştur.

#### **2.4. İnternet**

İnternet, ilk ortaya çıktığı zaman bile, yapısının farklı olduğunu sergileyen bir kurguya sahiptir. Medyanın diğer kolları olan TV ve Radyo gibi kurumlar tek taraflı bir iletişimle devam ederken, internetin karşılıklı bir etkileşimle yola devam edecek olması önemli bir farklılığı idi (Gürcan, 1999). İnternet temelde paylaşım için ortaya çıkmış, ilk olarak ise neredeyse her buluşta olduğu gibi, ordu içinde üretilmiş bir yapıdır (Gürol ve Sevindik, 2002).

Temeline teknik olarak baktığımızda internet, bilgisayar sistemlerini, dünya çapında birbirine bağlayan, hızlı, kolay, ucuz ve kalabalık bir oluşumdur (Parlak, 2005). İnternet ağı ilk defa 1969 senesinde Advanced Research Projects Agency Network isimli proje çatısı altında California'da Amerika Savunma Bakanlığı

tarafından ortaya çıkarılmıştır (Glowniak, 1995). Bu proje kendi amaçları doğrultusunda geliştirilmiş ancak bu süreçte de kullanımı sırasında TCP ve IP isimli protokol grupları geliştirilerek, tüm kullanıcıların da birbirlerine bağlanmaları konusu sonuçlandırılmıştır. Bu devrim niteliği taşıyan bir işittir. O zamanlar bu konunun önemi ve buluşun nereye varacağı konusu ön görülemezle birlikte, projenin etkisi hızla yayılmıştır (Kahn, 1999).

Bundan sonraki adım, internetin tüm dünya iletişimi haline gelerek, herkesi birbirine bağlama süreci olarak kabul görmektedir. 1991 senesi bunun için önemli kavramlara ev sahipliği yapmaktadır. HTML (Hyper Text Markup Language) ve www (World Wide Web) gibi iki kelime bu sene ortaya çıkmıştır. Bu kavramlar internet adresleri ve kodlardan oluşan bir metin dili olarak dünyadaki tüm internet kullanıcılarının bir ortak dil ile bağlı olarak, paylaşım yaptığı, sosyalleştiği bir noktalar bütünü meydana gelmiştir (Üçkardeş, 2010).

## **2.5. Espor Çıkışı ve Tanımı**

1980'ler espor temellerinin atıldığı yıllar olarak görülmektedir. Hatta 1980'lerin başları, espor oluşumunun tam tarihi olarak tanımlanır (Borrowy, 2012). Arcade oyunların turnuvalara dönüşmesi 1980'lerin ortalarında başlamıştır ve bu sistem oyuncuların birbirleri ile iletişim kurup, farklı kalabalıklar oluşturmaya başladıkları fiziksel alanlara dönüşmüştür. İlk başlayan turnuvalar bir ya da üç farklı oyunun içerikte olduğu etkinliklerdir. Ancak bu işin ilk olarak bir pazarlama konusu olarak ele alınıp, iş modeline dönüşmesi Amerika'da Los Angeles Olimpiyatları ile olmuş, ekonomiye katkı sağlayan bir araç olarak kullanılmıştır (Gruneau, 1984; Rader, 2004; Tomlinson, 2006).

1981 yılında Montgomery tarafından yazılan bir makale espor ile ilgili yazılmış ve en geniş kitlelere ulaşmış olan ilk makale olarak kabul edilmektedir. New York Times gazetesinde yayınlanan bu makale turnuva ve turnuvanın pazarlamaya etkileri hakkında bir makedir. En önemlisi de spor olarak kurgulanmış bir yapının itirafının edildiği ilk geniş kitle baskısıdır (Montgomery, 1981). 1980'lerde sponsorlar, seyirciler ve medya kapsamlarıyla başlı başına pazarlama emeği harcanmış, teknoloji ve spor ile adreslenerek tanıtılmış ilk espor turnuvaları görülmüştür (Hutchins, 2008;

Jin, 2010). Çoktan yola çıkmış bir zaman makinası gibi gün ve gün büyüyen kitlesiyle akıl almaz bir macera olarak kendini konumlandırmıştır.

1991’de en önemli oyun şirketlerinden biri haline gelecek olan Capcom Street Fighter II oyununu ortaya çıkardığında bugünkü espor tanımını ortaya çıkarmaya başlayacağını asla bilemezdi. Gelişen teknolojisi, oyun tekniği ve rekabetin düzeyini değiştirmiş olmasıyla espor yeni kanıyla hiç durmayan koşusunda depara çıkmıştır. Sosyal iletişimin spor için bir motivatör olduğunu söyleyen Cox, tam da bu yüzden Street Fighter’ın bu alanda işini tam bir spora dönüştürdüğüünün kanıtını sunmuştur (Cox, 2002).

Son dönemlerde oyun oynama eylemini bir tür spor olarak değerlendirme eğilimi gitgide artmıştır ve sonunda tüm etkinlikler, düzenlenen turnuvalar, bu aktivitenin gerçekten de bu şekilde değerlendirilebileceğini göstermişti (Llorens, 2017). Bu şekilde ele alınmasıyla birlikte espor, spor olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu süreç oldukça sancılı geçmiştir ancak yine de netleşmeyen bir sorunsal da olsa, spor olarak konumunu gitgide sağlamlaştırmaya başlamıştır. Ancak tüm oyunlar espor olarak değerlendirilmemiştir. Hatta espor içinde olacak tüm düzenlemeler ve yarışmalar için çok keskin çizgiler çekilmiş ve ana hatlarıyla kurallar konulmuştur. Örneğin bu kurallar içinde temel olarak bir başarı olması gerektiği, bir tür mücadele ve rekabet olması gerektiği için sadece karakter geliştirmek üzerine odaklı ve açık dünya üzerinde oynanılan, dünyanın en ünlü ve en çok oynanan oyunlarından bazıları espora dahil edilmemiştir. (Llorens, 2017). Bunlardan en önemlilerinden biri de elektronik oyun oyunculuğunu çıktığı andan itibaren bambaşka şekilde etkilemiş olan World of Warcraft olmuştur.

1983 senesinde Life dergisi tarafından yayınlanan bir fotoğraf en başarılı arcade oyuncularının görüntüsü olmuştur. Bu görüntü aslında tarihsel açıdan önemli bir noktaya gidildiğini kanıtlayan, çok ince bir detay olarak da yorumlanmaktadır (Taylor, 2012). Her zaman için bazı oyunlarda, hayranlıkla seyrettiğimiz ve bizim geçemediğimiz bölümleri geçen insanların varlığı, rekabetin merkezinde olduğu yarışma hissini veren bu ortamın oluşmasının da başlangıcını temsil etmektedir. Tüm bu süreç ve fotoğrafın da etkisiyle aslında ilk kez elektronik oyun, başıboş iş olmaktan ayrılmaya, farklılaşmaya başlamıştır.



Elektronik oyunların gelişiminin, geleceğin medyası olmaya kendilerini hazırlayarak büyümesinin temel dokunuşlarından birisi 1972 senesinde gerçekleşmiştir. Stewart Brand liderliğinde en iyi bilgisayar dâhileri toplanarak, Stanford Yapay Zekâ laboratuvarlarında testler yapmaya başlamışlardır. O dönemde bilgisayarların kendisine karşı oynanan Spacewar üzerinde birçok geliştirme yapılmaya başlanmıştır. Ancak bu testler çok etkileyici ve geleceği değiştiren bir sonuca erişilmesini sağlamıştır. Artık oyuncular sadece bilgisayarlara karşı değil aynı zamanda birbirlerine karşı da oynamaya başlamışlardır (Taylor, 2012).

Bu süreçte evde oynanabilir makinaların gelişmesiyle birlikte Nintendo's Entertainment System ve çeşitli Atari konsolları oyun dünyasının değişiminin tuşuna basmışlardır. Tüm turnuvalara ve yabancılarla olan rekabetlere karşılık, sonuç evdeki koltukta arkadaşlarımız, ailelerimize karşı yarışmayı tercih ettiğimiz durumlara dönüşmüştür. Bu şekilde başlayan multiplayer oyun tecrübesi yavaş yavaş oyun dünyasına girmeye ve onu etrafıca değiştirmeye başlamıştır (Newman, 2004).

Ev içinde yerlerini edinmiş olan konsolların değişim gücü ilk dalgayı başlatırken ve oyun dünyasının anahtarı konumunu almayı başlamışken (Kline, Dyer-Witheyford, De Peuter, 2003; Herz, 1997) ikinci dalgayı PC oyununun bir dünyaya dönüşmesi espor tarihinde önemli bir adım olarak kendini göstermektedir. FPS oyunlarının ortaya çıkması ile birlikte, elektronik oyun furiasının başlaması geliştirmelerin de hızlanmasına neden olmuştur. Id Software'in ünlü geliştirme ekibi olan John Carmack ve John Romero, Doom (1993) ve Quake (1996) gibi oyunların gelişmesinde önemli bir rol üstlenirken, aynı zamanda bu oyunların etrafında oluşmaya başlayan topluluklarında kapılarını açmışlardır. Bu kalabalıklar ise esporun oluşmaya başlamasındaki önemli bir diğer adım olarak göze çarpmaktadır. Romero bir röportajında oyun dünyasının oyuncuya karşı gerçek oyuncuların oynamaya başlamasının ne boyutlarda etkisi altında kaldığını açıklarken bazı konulara değinmiştir. Bir şekilde oyunun eğlenceli olduğunu, bu eğlencenin güldürdüğünü ve oynamaya devam ettiren özel bir his olduğunu hatırlatmış ancak ne zaman ki kişiler tamamen tanımadıkları kişilere karşı oynamaya başlayarak, daha fazla yetenek, daha fazla güç kazanarak, bir sonuca doğru koşmaya başlamıştır; bu, durumu gitgide rekabet içeren bir şekle sokmuştur. Bu da hırsı, kazanmayı, başarmayı ve ödüle koşma

arzusunu tetikleyen önemli bir sonucu da beraberinde getirmektedir (Personal Communication, 2010).

Türkiye’de ve aslında temelde tüm dünyada aynı süreçleri izleyen esporun çıkış noktası internet kafelerden önce, tıpkı tüm dünyada olduğu gibi evdeki Atari ve elektronik oyunları olmuştur. Ancak Atari zaten 1970 ve 80’ler arasında evdeki elektronik oyunlar, arcadeler ve internet kafelerdeki oyun alanları gibi tüm alanları domine etmeyi başarmıştır (Wolf, 2008). Oyun oynama alışkanlıkları evde özel alan içerisinde ve halk arasında oynamaya göre farklılaşarak, ayrılmıştır. İnternet kafelerin 2000’lerin başında birden bire çok sevilen, kafa kafaya oyun oynamak için sürekli gidilen alan olmalarının en temel sebeplerinden birisi insanların oyun oynayarak sosyalleşme ihtiyacı olarak görülmektedir (Çağlayan, 2001). Tüm bu süreçlerin birleşmesi ile birlikte de online oynana oyunların aslında modern zaman ihtiyacını karşılamak için ortaya çıkmış olduklarını söylemek mümkün olmaktadır (Demetrovic, Urban ve Nagygyörgy vd., 2011).

## **2.6. Oyun Türleri**

Oyunlar internetin de hayata dahil olmasıyla birlikte online dünyada engellenemez bir büyümeye ve yayılmaya geçiş yapmış durumdadır. Espor için ünlü oyunların yanı sıra, oyun türlerinde de seçici olan tarafını görmek gerekmektedir. Bu anlamda oyun türlerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür.

### **2.6.1. Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)**

Real-time strateji oyun türünün bir alt kolu olarak ortaya çıkmış olan bu tür, sonrasında git gide büyümüş, popülerleşmiş ve kocaman bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Temel de bir amaç ve yok edilecek bir yer için bir takım oluşturulmaktadır. Bu oluşturulan takım içinde her kişi bir karakteri kontrol ederek, doğrudan takımın stratejisine etki edecek şekilde, oyun becerilerini kullanmaktadır. Espor yükselişi ile birlikte, izlemesi ve takım ruhunu da çokça yaşatması anlamında parlamış olduğunu görmezden gelmek mümkün olmamaktadır. İki farklı takımın, her bir karakterin bir kişi tarafından kontrol edildiği oyun, sonunda yok edilecek şeye ilk ulaşan takımın zaferiyle sonuçlanmaktadır. Bu oyun süresince kişiler tarafından kontrol edilmeyen, tamamen yapay zekâ ile harekete geçen karakterler de bulunmaktadır. Takımlar, karşı

takım dışında, üçüncü olarak bu karakterlerle de savaşmak zorunda olmaktadır (esportsbettingelite.com, 2018).

Oyun birlikte hareket etme, kişisel yetenek, takım oyunu, bütün bir strateji ve dikkat ile zamanlama mükemmelliği gibi birçok elementi bir araya getiren, eğlenceli, aynı zamanda çok fazla ter dökülen bir türdür. Espor dünyasının en çok ödül veren ve ilgi gören oyunlarından olan League of Legends oyunu da bu alanda konumlandırılmaktadır.

### **2.6.2. Real-Time Strateji (RTS)**

En temelinde PC temelli olarak çıkan ve çok uzun yıllar, PC için en çok tercih edilen oyunların ait olduğu türdür. RTS her zaman çok ilgi görmüş, popüler bir oyun türü olarak kendini geliştirerek, korumayı başarmıştır. Temelde RTS bir harita üzerinde, eş zamanlı olarak inşa edilen mekanlar, topluluklar, ordular içeren, medeniyet ilerlemesini konu edinen oyunlardır. Düşmanlardan korunmayı, toprak genişletmeyi ve en önemlisi de yüksek kıvraklıkla yapay zekâya ya da karşı oyunculara karşı strateji geliştirmeyi gerektirmektedir (esportsbettingelite.com, 2018). Başarı amacıyla kullanılan strateji, kıt kaynakları idame ettirebilme ve doğru kararlar alarak bir alanı inşa etme odağında ilerlemektedir. Bu hem yaratıcılık, düşünme, hem de çok farklı açıdan perspektif yakalama becerilerini de geliştiren şartlar anlamına gelmektedir. Real-Time önemli özelliklerinden biri, her bir oyuncunun eş zamanlı başlayarak, gelişimini aynı süreç içerisinde sağlamaları gerektiği anlamını taşımaktadır. Masa üstü oyunlara benzeyen tarafla, karşı tarafın da hamlelerini hesap ederek, stratejik gelişmeye ve düşünmeye ihtiyaç duymaktadır (esportsbettingelite.com, 2018).

MOBA türünün yükselişi ile birlikte, RTS şimdilerde çok daha az popüler olarak kabul görülebilmektedir. Ancak hala ilgi gören bir özelliğe sahiptir. Ancak MOBA aynı anda takım oyununa daha elverişli olmasından ötürü, insanoğlu için gerekli olan tüm özellikleri karşılamakta, bu yüzden de çok daha fazla ilgi görmektedir. Ancak yine de hala bu tip uzun süre alan gerçek zamanlı stratejiler de ilgi görmektedir. Warcraft ve Starcraft II oyunu da bu anlamda en çok espor düzenlenen oyunlardan biri olarak popülerliğini korumaktadır (Esportsbettingelite.com, 2018).

### **2.6.3. First Person Shooter (FPS)**

Terimsel olarak dünyayı, oynadığın karakterinin gözünden görmeyi kapsamaktadır. Yani ilk görüş alanın, karakterini görmeden, içinde bulunduğu dünyaya dönük olmaktır önemli olan (discoveresports.com, 2017). Oyun süresince görülen diğer şeyler ise oyun boyunca aldığı hasarı anlamak amacıyla göz önünde olan can bantı, ekipman, silah veya teçhizat durumu ve de oyuncunun karakterinin seviyesidir. Espor için popüler oyun türlerinden birisi olan FPS, süratli bir göz ve beyin koordinasyonu istemenin yanında, sürekli pratik, kontrol çevikliği gerektirmektedir. FPS bilinen en eski oyun türlerinden birisi olarak da kendini göstermektedir. O kadar eskidir ki, 90'ların başlarında ortaya çıkan elektronik oyunlarının atası bile sayılabilmektedir. Belli bir hedefi, kişileri ya da şeyleri yok etmek amaçlı olarak yola çıkan karakterler bu süreçte takım oyunu oynayarak, en son kalan olmaya çabalamaktadırlar (discoveresports.com, 2017).

Turnuvaların en gözde oyun türlerinden biri olan FPS, aynı zamanda çok sayıda oyuncunun en çok tercihi türlerden biri olarak da kendini göstermektedir. Bazı turnuvalarda Counter-Strike ve Global Offensive gibi çok ünlü oyunlar bulunmaktadır. Bunlarla beraber, hemen hemen her türlü filmde referans olarak bile görülen HALO ve Call of Duty oyunları da kendilerini çokça turnuvalarda göstermektedir. Ancak diğerlerinden farklı olarak konsol oyunları alanında daha popülerdir (Esportsbettingelite.com, 2018).

### **2.6.4. Player vs. Player (PvP)**

Bu oyun türü temelinde bir grup ya da karakterin, bir başka grup veya karakterlere karşı oluşu bulunmaktadır. Aslında bu oyun türü içinde çok sayıda alt dalı da barındırmaktadır. Geleneksel spor oyunları ve dövüş oyunları PvP olarak geçmektedir. Bu oyun türünün geçmişi arcade zamanlarına dayanmakta, çok eski oyun kültürlerinden birine dokunarak, elektronik oyun dünyasında temel rekabet fikrini başlatma tuşuna basmış bulunmaktadır. Aslında bu oyun türünü tüm, espor oyunları için de konumlandırmak da bir anlamda mümkündür. Çünkü temelinde rekabeti içererek, bireysel ya da takım halinde diğer kişilerin bireysel ya da takım karakter gruplarına karşı olan çatışmaları bulundurmaktadır. PvP çok söylenmesi bol olmayan,

teknik bir terim olarak kendini konumlandırırken, içindeki oyunların bazıları geleneksel sporlar, bazıları ise dövüş oyunları olarak kendilerini sınıflandırmaktadırlar. Geleneksel spor oyunları içinde en ünlü oyunlardan biri FIFA'dır. Bunun yanı sıra dövüş oyunlarının en ünlülerini arcade zamanlarından bile çekip çıkartmak mümkün olmaktadır; Street Fighter ve Mortal Kombat (discoveresports.com, 2017).

### **2.6.5. Diğer Türler**

Bu tür içinde çok olmadıklarından temel bir başlık altına alınamamış ancak e-spor arenasında oldukça ünlü olan bir takım oyunlar yer almaktadır. Örneğin, bir kart oyunu olan Heartstone: Heroes of Warcraft veya yine aynı şekilde çok ilgi gören, dünyanın bir çok yerinde de turnuvaları düzenlenen simülasyon oyunu; World of Tanks (esportsbettingelite, 2018).

## **2.7. League Of Legends ve Riot Games**

E-spor günümüzde jenerasyonun da büyüyor olması ve yeni jenerasyonların artık dijital dünya ile bütünleşmesi ile birlikte popüler olarak gündemde kalmaya daha çok alışmaya başlamıştır. E-sporun bir anda tüm dünyanın sevgililerinden biri olmasındaki başlıklardan biri League Of Legends adındaki oyundur. Bu oyunun geliştiricisi olan Riot Games şirketi ise özel bir konu olarak araştırma doyasında yerini kısa bir tarihle alacaktır.

### **2.7.1. Riot Games**

Riot Games çok uzak olmayan 2006 senesinde kurulmuş bir oyun yapım ve geliştirme şirkettir (riotgames, 2008). Aslında Riot Games'in bu akımı tetiklemedeki en büyük nedeni oyun oynamaktan büyük keyif alan iki en yakın arkadaşın, iletişimi kuvvetlendirme eksikliğini bularak kendi oyunlarını yapmaya karar vermeleri olarak kabul edilmektedir. Los Angeles merkezli, dünyanın en büyük oyun yapım ve geliştirme merkezlerinden biri olan Riot Games, Marc Merrill ve Brandon Beck tarafından, kendi deyimleriyle bir tür isyan-Riot başlatmak için kurulmuştur. Bu ikilinin en büyük tutkuları oyunlar ve özellikle multiplayer odaklı

olan iki kişi oynanabilen kurgulardaki oyunlar olarak kendini göstermiştir. Aslında bu ikilinin EverQuest ve StarCraft gibi dev oyunlardan etkilendiği, yola çıktığı da söylenilmektedir (Polyon, 2016). Tüm bu süreçlerin içinde aslında tüm LOL ve eşpor dünyasını sarsan oyun Warcraft 3'n DoTA: Allstars oyunudur. Bu oyun temelinde şu anki tüm LOL çekirdeğini temsil ediyor demek mümkündür. Sonrasında bu oyunun geliştirmelerine de yardım eden tasarımcıların da desteği ile Riot Games kurucusu iki arkadaş fark ettikleri bütün iletişim eksiklikleriyle League Of Legends'ın yapılmasını sağlamıştır. ncesinde başka başka kötü denemeler ve isimler başarısızlığa uğramış olsa da sonunda 2007 yılında dünya LOL oyununa merhaba demek için nefesleri tutmuştu (Riotgames, 2008).

Yerel davranarak, küresel düşünmek anlamına gelen glocalization terimi Riot Games'in pazarlama stratejisi olarak kendini, tüm ülkelere yaymak için kullandığı, globalleşmeden gelen bir terimdir (Robertson, 1995). Bunun için tüm etkinlikler, eğlenceler ve turnuvalar ülkesinde tüm dünyaya ayrı ayrı, bölge bölge adapte edilerek, global bir mantıkla hazırlanmaktadır (Sigismondi, 2011). Aslında oyuncuların hiç biri orijinalin ne olduğunu asla bilemediği için, bir toprağa ait olması durumu da söz konu değildir. Bu anlamda vatansız bir iş yaparak, herkesin evi haline getirilen oyun, tüm dünya oyuncularınca, hızlıca sahiplenilmiştir.

### **2.7.2. Oyun Türlerinin Sınırlarını Aşan Freemium modeli**

Oyun türlerini derinlemesine incelediğimizde birçok farklı dala ayırmakta sıkıntı ekilmemektedir. Ancak temelde interaktif oyunların iki versiyonu olduğunu düşünmek daha mantıklıdır. Bunlardan birisi kazanma konusu odaklı olan oynanırlıktır ki burada amaç daha güçlü silahlar elde edene kadar ödül biriktirmek ve sürekli kendini geliştirmektir. Bir diğer tür ise serbest oyun modeli olarak karşımıza çıkar ki burada da dünya sınırları çizilmemiş, koskoca bir evrende özgürce, bir senaryo yönlendirmesi içinde kalmadan oynamak söz konusudur. Bu tür oyunlar çok uzun süre oynanabilmekte olup, keşfedilecek çok fazla seçenek ve unsur ortaya koymaktadır (zbuakı, 2016). League of Legends bu iki modeli bir araya getirerek vazgeçilmez bir oyun ortaya çıkarmak konusunda hiç gecikmemiştir. Oyun modeli ortaya çıktıktan sonrada bir isimle bunu oyunculara duyurmuştu: freemium. Bu tür içerisinde hem oyun içerisinde ekipman ve ihtiyaç duyulan tüm gelişmeler için ortam sağlanırken, hem de

bir tür özgür harita üzerinde, keşifle, zorunlu olmayan bir çok yol tasarımı oyunculara sunulmuştur.

### 2.7.3. League Of Legends ve Espor Genişlemesi

İnsanların psikolojilerinden birisi -o da mı yapıyor- yaklaşımından ileri gelmektedir. Her şey belli bir kitleyle ortaya çıkar ancak bu çıkan konular genişlemeyi terk ettiği anda, kendisiyle ilgili büyümeyi gerçekleştiremediği gibi keşfedilemez ve o kitle içerisindeki enerji tükenene kadar yaşar, sonrasında ise ömrünü tamamlar. Bir olgunun genişlemesi mümkün olmaz ise yaşaması da mümkün değildir (Jenkins, Ford ve Green, 2013). Bu anlamda aslında kültürler bir değer yaratabilmek, bu kültüre ait genişlemeleri sürekli hale getirerek, sahiplenmeyi başarabilmek pazarlamanın en önemli konusu haline almıştır. Pazarlamanın organik olarak kendini büyütmesi ancak ve ancak oluşan organik kültürden ileri gelmektedir. Yani burada birbirini dahil eden grupları da önemli bir pazarlama unsuru olarak konumlandırmak mümkün olmaktadır (Bury, 2013).

LOL oyunu oyuncuların, dinamik kalarak, kendilerini sürekli geliştirmek zorunda hissettikleri ve yetenekten çok odaklanmak, strateji gibi dürtüleri çalıştıran bir mekanizma olmasını sağlamıştır. Oyun bilgisayara karşı oynanan bir yapıya da sahip olmasına karşın, sürprizleri ortaya çıkarmak için oyuncuların interaktif olarak, birbirlerine karşı oynamalarını daha çok sevdiğini dile getirmektedir (Taylor, 2012). Artık üniversiteler jenerasyonun gelişi ile birlikte espor oynamaya meyil etmeleri için öğrencileri teşvik etmeye başlamıştır. Aynı şekilde bunun bir tür etkinliğe dönüşmesi için LoL ekipleri Türkiye’de bile bir lokallik sağlayarak internet kafe turnuvalarını başlatarak, genişlemesine ön ayak olmak istemektedir (Özbıçakçı, 2016).

Bugün dünyada 108.9 milyar dolarlık global oyun pazarı bulunmaktadır. Bu orantılandığında toplamda 2.2 milyarı aşkın oyuncunun aktif olarak oyun oynadığı görülmektedir (Newzoo, 2017). Bu kadar hızla büyümüş olan bir pazarın, oyun kültürünü oturtmuş olamaması söz konusu olamayacağı gibi, üzerine inşa edilen yeni şeylerin kolay kolay sonunun gelmeyeceğini ön görmek mümkündür. Bilgisayarların ve internetin genişleyerek, her yeri kaplamaya başlaması ile birlikte, gelişmiş bir online kültür, karakter ve kişilik modernleşmesinin bir diğer işareti olarak görülmeye

başlamıştır (Thompson,1995). Bununla birlikte aslında gerçek dünyadaki sosyalleşme ve iletişim daha eski kafalı, resmi ve kabul edilemez olarak kendini konumlandırmıştır.

World Cyber Game (WCG), uluslararası bilgisayar oyunları yarışma turnuvaları arasında en büyüklerinden biri olup, 2000 yılından beri her geçen yıl katlanarak büyüyen bir popülerlikle, zaman içinde de bir nevi spor, oyun, dijital dünya ve medyanın bir araya geldiği en nadide alanlardan biri haline gelmiştir. Buna benzer yapılar olarak başlayan etkinlikler Major League Gaming (MLG), Championship Gaming Series (CGS) büyük çapta bir sosyal sistem değişikliğine neden olan kültürleri getirerek, yaymıştır (Ruby, 2005; Beck, 2005; Beck ve Lau, 2005).

Dijital oyun kültürünün yayılmasıyla beraber tanımlamalara konu olması başladığında, kendini hızlı ve yükselen olarak tanımladı (Dercon, 2001). Bu da aslında diğer tüm sporlara göre daha hızlı ve sabırsız, aktif şekilde düşünmeye gerek duyan bir yapı olarak kabul görmesini sağladı. Hızla genişleyen espor kültürünün yıl ve yıl ne derece hızlı ivme kazandığını WCG yani uluslararası espor oyun turnuvası raporlarına göre aşağıda (tablo 2.2) açıkça görmek mümkündür.

**Tablo 2.2.** Dünya Cyber Game Finallerine Katılımcı Sayısı ve Ödül Miktarı

<b>World Cyber Game Grand Final 2000-2007</b>			
<b>Sene</b>	<b>Mekan</b>	<b>Temsilci Sayısı</b>	<b>Toplam Ödül</b>
2000	Seoul, Kore	17	\$200.000,00
2001	Seoul, Kore	37	\$300.000,00
2002	Deajeon, Kore	45	\$300.000,00
2003	Seoul, Kore	55	\$350.000,00
2004	San Francisco, USA	59	\$420.000,00
2005	Singapore	67	\$435.000,00
2006	Monza, İtalya	70	\$465.000,00
2007	Seattle, WA	74	\$448.000,00

Kaynak: WCG, (2017). World Cyber Game Grand Final 2000-2007. World Cyber Games Website.

Medyanın gitgide daha aktif bir şekilde kullandığı espor dünyasının orijinalde zaten medya içinde ve üstünde doğduğunu düşündüğümüzde, çok daha avantajlı



olduğunu görmek mümkündür. Yani futbol ve diğer geleneksel sporların aksine (Elias ve Dunning, 1986) içerik zaten yine medya üzerinde oluşarak hem tekniksel hem de süresel anlamda bazı avantajlara sahip olmaktadır.

## **2.8. Espor Oyunculuğu ve Fan Tanımı**

Espor ve geleneksel sporlar için hayranların temel bazı farklılıkları, doğası gereği bulunmaktadır. Bunlar doğal getirileridir. Örneğin geleneksel sporların aksine, hayranlar izledikleri ve takip ettikleri oyunları daha önceden oynamış ve tecrübe etmiş olmaktadır. Üstelik de hemen hemen turnuvadaki ile aynı boyutlarda tecrübe etmiş olmaktadır (Taylor, 2012).

Espor içinde fanların ve oyuncuların bu sektörle ilgili bambaşka tartışmalarını araştırmalarda görmek mümkündür. Önemli konulardan biri ise fan kültürünün çok daha başka boyutlarda yaşandığını savunan oyun severlerin, elektronik oyunların oynanış süresi için ödeme alan oyuncular konusu olarak kendini göstermektedir (Özbıçakçı, 2016). Burada devreye giren ise fanatiklik ve bir şeye ait hissetmek, ilgi duymak arasındaki fark olmaktadır. Fanatiklik, bu aidiyeti ve hissi yaşatma anlamında bir sebeple gelebilen kişilerde, diğerleri içinde yer almadığı düşüncesini kabul ettirmektedir (Jenson, 1992). Burada Jenson (1992) yine etkili bir ayırımdan bahsetmektedir. Bir konuya ilgi duyulması ya da bir şeyin hayranı olma hissini temel durumu bizim gibi mesajını verebilmekten ileri gelmektedir şeklinde tanımlar. Ancak fanatiklik, fandom olarak tanımlanarak, bu kalabalıktan tamamen farklılaştığını, patolojik bir etkisinin ortaya çıktığını belirterek, davranışa, heyecana dönüştüğü bilgisi olarak geçmektedir. Fandom yani Türkçe içinde net bir karşılığı olmasa da fanatizm olarak betimlediğimiz şey temelde bir şeyin hayranı olmaktan daha ötesi olarak da tanımlanmaktadır (Fiske, 1989).

Online oyun oynamak ve fanatizm arasında belirgin benzerlikler bulunmaktadır. Aralarındaki ince çizgi ise temel de oyunun seyirci karşısında yarattığı etkiden ileri gelmektedir. Bu durum oyuncuların izolasyon (Orleans ve Laney, 2000), asosyallik (Kraut, Rice, Cool ve Fish, 1998) ve bağımlılık (Grüsser, Thaelmann ve Griffiths, 2007) ile oyun arasında bağlantı kurabilmesine bağlanabilmektedir. Ancak ne olursa olsun tüm bu geçmiş bağlantılarına rağmen elektronik oyunlar, online

dünyalar günümüzde sosyalleşme, gruplaşma ve tüm sosyallik merkezi olarak görevini evirmek zorunda kalmıştır (Özbıçakçı, 2016).

### **2.8.1. Espor ve Motivasyonları**

Motivasyon aynı zamanda güdü olarak da zaman zaman yer alır ve belirli bir biçimde davranmaya yönelten süreç olarak tanımlanabilir (Tok, 2004). Bu motivasyonlar, dürtüyle harekete geçirilirler ve espor için bu dürtüler genelde rekabet, yarışma, kaçış, bilgi edinme ile yetenek geliştirme olarak görülür (Lee ve Schoenstedt, 2011; Weiss ve Schiele, 2013).

Espor motivasyonlarının en başında, kalabalıklaşan ve tıka basa dolmuş dünyanın gerçekliğinin dışında bir ortama girerek, kendini gerçekleştirmek yatmaktadır. Birkaç nesil önce bambaşka yollarla yapılan bu gerçekleştirme eylemi, nesillerin ve çağın değişimi ile evrilerek, bambaşka bir platforma taşınmıştır. Bununla beraber aslında bambaşka bir espor taraftar kitlesi ortaya çıkararak, birey olarak kendi açılarından da gelişime açık olan bir yola girilmiştir. Yani geleneksel sporlarda oyunu takım ya da kişiler için takip edip desteklerken, espor ile beraber oyunu oyun için takip etme dönemi başlamıştır. Bu da aynı zamanda rekabetin çok daha fair olmasına olanak sağlarken, kişilerin kendi oyun platformlarında stratejilerini başka kişileri izleyerek geliştirmesini sağlamıştır. Artık platformları takip ederken oyuncular, internet, forumlar, kanallar kullanarak daha fazla şey, daha alternatif yollar ve kendilerini geliştirecek başka alanlar bulmaya çalışmaktadır (Özbıçakçı, 2016).

Motivasyonlar genel olarak spor tüketimi üzerine kurgulanmış, bütün sporlar için geçerli olması beklenmektedir. Wann (2001) ve Milne ve Mcdonald (1999) ise yaptıkları araştırmalar sonrasında spor tüketimini tetikleyen motivasyonlarla ilgili bir ölçek oluşturmuşlardır. Bu ölçeğe göre motivasyonları dokuz faktöre bölmüştür; başarı, bilgi edinme (yetenek geliştirme), estetik, drama, kaçış, aile, sporcuda fiziksel çekicilik, sporcuda fiziksel / oyun becerisi ve Sosyalleşme.

### **2.9. Espor Yaygınlaşması ve Yeni Nesil Spor Konumlandırması**

Ancak zaman makinası tüm hızıyla ilerleye dursun, esporu karadan alıp, havaya çıkararak internet olmuştur. İnternet hem mesafeleri kaldıran bir araç, hem de rekabete çoklu takımların da girebilmesini sağlayacak olan bir hakem olacaktır. Bu

sırada internet ve oyun dünyasının patronları kendi aralarında geliştirmeler konusunda yarışa dursun, Kore; tarih yazmaya başlamıştır. Yavaş yavaş sistematik hale getirdikleri turnuvalar ile birlikte artık uluslararası oyun turnuvalarının da yaratıcıları konumuna gelmişlerdir. Günümüzde federasyonları kurulmaya başlanmış olan ve büyük futbol kulüpleri altında alt spor dallarından biri haline gelen espor ve ona yatırımlar öylesine büyümüştür ki artık görmezden gelmek markalar için zorlaşmıştır. The Guardian’da yayınlanmış makalelerden birinde, yazar Hattenstone (2017) makaleye şöyle başlar; *Futboldan, krikete, tek top ve takımlardan oluşan sistemlerin ötesine geçebilen bir spor hiç mi ortaya çıkmayacaktı? Ya da çıkmış mıydı?* Espor her sene kendini kat kat büyüten bir kalabalık seyirci kitlesine sahiptir. Kendi tanımlamalarını oluşturmuş ve gitgide büyüyen ödüller doğrultusunda, profesyonelleşen takımlar birlikte, turnuvaların şölene dönüşmesinin etkisiyle artış hızı da büyümüştür. 2014’den bu yana espor seyirci kitlesinin artışını görmek mümkün, 2021’e kadar da tahmini bir artış gözlemlenmiştir (Tablo, 2.3).

**Tablo. 2.3.** Espor İzlenme Oranı Artışları

Yıl	Sıklıkla İzleyenler	Belli aralıklarla İzleyenler
2014	90	114
2015	120	115
2016	121	160
2017	143	192
2018	165	215
2019*	215	212
2020*	286	303
2021*	250	307

Kaynak: Newzoo (2018). eSports audience size worldwide from 2012 to 2021, by type of viewers (in millions).

### 2.9.1. Espor Sponsorlukları ve Pazarlamının Gücü

Bundan yıllar önce sponsorluklar arcade turnuvalarına yapılmakta ve Nintendo gibi firmalar evde oynanan ve ailelere karşı koşulan rekabetlerin yanı sıra, bir salon dolusu yabancıların da birbirleriyle oynamasını sağlamıştır. Önemli değişikliklerden birisi, oyun dünyasının ve rekabetin yön değiştirmesi olurken, bu değişimin nedenlerinden birisi de bu firmaların turnuvalara sponsor olmasıydı. Bu sponsorluklar aynı zamanda henüz kayıt sistemini fotoğraflarla sağlayan ve yarışı bu şekilde skorlar üzerinde takip eden ekipler için bir tür ödüllendirme yöntemini bile beraberinde getirmişti (Taylor, 2012).

Tüketiciler markaları, özellikle güçlü bir kişiliği temsil ettiği, davranışlarına anlam kattığı ve diğer etkileri için tercih etmeye meyilli olduklarından, spor organizasyonlarındaki bu marka destekleri, bu tip arayışların sonlanmasında güçlü bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda markanın da ulaşmak istediği hedefe daha başarılı bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır (Brakus, Schmitt, ve Zarantonello, 2009; Manxia, 2007). Tüketiciler, sağladıkları sembolik değerler ve katkılar nedeniyle, karakterleri oluşmuş markalar için arayışta bulunmuşlardır (Aaker, 1997; Keller, 1993). Bu marka karakterleri doğrudan spor müsabakaları, takımlar ve sporcular ile bağlantılıdır. Çünkü temel de büyük spor takımları da izleyicilerine, taraftarlarına sembolik bir ifade yolu vaat ederler. Bu anlamda spor takımlarının ve sporcuların bu faydası noktasında, pazar içerisinde markaların kendi kişiliklerini kalabalıklara yayma konusunda sponsorlukları ve tüm desteklerin de aynı şekilde önemli olduğunu göstermektedir (Karjaluo, Mannukka, ve Salmi, 2016). Üstelik araştırmalar aslında markanın spor takımına katkı sağlaması noktasında değil, takımlar ile taraflar arasında oluşmuş kişilik anlayışının sponsor markalara kattıkları katkı daha net görünmektedir (Ross, 2008).

Rekabet içeren oyun karşılaşmaları için espor turnuvalarının düzenlenmeye başlaması da, geleneksel sporların modelinin üzerine geliştirilerek tasarlanmıştır (Breslau, 2012). Espor endüstrisi gelişimini profesyonel takımlar, turnuvalar ve eğlencelere evirdikten sonra da en önemli kitlenin oluşmasını sağlamıştır; seyirci (Segal, 2014). Espor seyrederek, yorum yapan kitle kısacık bir zamanda o kadar çok büyümüştür ki, her sene neredeyse ikiye katlayarak yoluna devam etmiştir (Gaudiosi, 2014). Newzoo (2018) kâr paylarını da hesaba katarak yaptığı araştırma yayınında ana kalemlerden bahsetmiştir. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır;

Sponsorluklar: Bu alan en büyük kâr ve yatırımların döndüğü destek alanı olarak görünmektedir. Sponsorluklar aynı zamanda, artık imajsal olarak da kuvvetli bir noktaya gelen espor turnuvalarında büyük markalarında kendini göstermek için yarışa girdiği bir ortam halini almıştır. Bu sponsorluklar en başta teknoloji ve telekommünikasyon markalarınca öncülük edilen, ardından da oyuncuların çevresel ekipmanlarını üreten şirketlerin geldiği şekilde tasarlanmaktadır (Forbes, 2018).

Reklam: Elbette ki sponsorlukların hemen ardından en büyük ikinci yatırım kalemi olarak da reklamlar görünmektedir. Oyuncuların formaları aracılığıyla veya reklam yüzleri olmalarını sağlayarak tanıtımlar yapılabildiği gibi, çevre ekiplerinde yer alan markalar, enerji içecekleri ve benzeri alandaki tüm markaların kendine artık kaparcasına yer aradığı ortamlar oluşmuştur (Forbes, 2018). Bu alanda espor 250 milyon dolardan 907 milyon dolara artış göstermeyi beklemektedir (Digiday, 2018).

Medya Hakları: Dijital ortamda zaten kendi medya tüketim alanlarına sahip olan espor Twitch ve Youtube gibi platformlarda olan canlı yayınların televizyonlarda yayınlanması konusunda yüksek miktarlarla anlaşmalar söz konusu olmaya başlamıştır.

Oyun Yayıncıları Ücretleri: Turnuvalar ev sahibi yapan kurumların aldıkları belli miktar ödemeler bulunmaktadır ve bu gitgide büyüyen oranlarda ücretlere dönüşmektedir.

Biletler ve Ticari Satışlar: Espor etkinlikleri için bir tür şölene dönüşen ortam pazarlamasıyla bilet satışları gerçekleştirilmektedir. Bu satışların kâr oranları da her geçen sene artış göstermektedir. Hem oyuncular, takımlar hem de oyunlar için bir sürü malzemesi olan ticari ekipmanlar da satış alanı bulmaktadır bu turnuvalarda.

**Tablo 2.4.** 2012-2021 Espor Pazar Grafiği

<b>Espor Pazar Grafiği 2012'ten 2021'e</b>	<b>Milyon Dolar Bazında Kazanç</b>
2012	\$ 130,00
2014	\$ 194,00
2015	\$ 325,00
2016	\$ 493,00
2017	\$ 655,00
2018	\$ 906,00
2019 (Tahmini)	\$ 1.187,40
2020 (Tahmini)	\$ 1.488,10
2021 (Tahmini)	\$ 1.650,00

Kaynak: Newzoo, (2018). eSports market revenue worldwide from 2012 to 2021 (in million U.S. dollars).

## **2.10. Espor Medya Tüketim Alışkanlıkları ve Özel Platformları**

Espor meraklıları büyürken, hem oyuncuların hem de taraftarların paylaştıkları ortak alanlar da çoğalmaya başlamıştır. İnternet tabanlı birçok mecraaya sahip olan espor için en popüler platformlardan birisi: Twitch'dir. Twitch farklı çok sayıda oyunu oynayan oyuncularla birlikte, onlara bağış yapıp, onları seyreden, ya da sadece kanallarını takip eden milyonlarca kişinin olduğu pop kültür ve sosyal iletişimin de sağlandığı bir internet platformudur (twitch.tv, 2017). 2013 yılı verileri Twitch platformunun her ay 34 milyon biricik kullanıcının dahil olduğunu raporlamaktadır (Hamilton, Garretson ve Kerne, 2014). 2015 senesi ile birlikte bu kalabalık 100 milyona çıkmış bulunmaktadır (twitch.tv, 2017). Bu platform belli filtreler aracılığı ile istenilen şeyin bulunmasını sağlamaktadır. Oyun bazlı seçilebileceği gibi sadece popülerlik bazlı da kanal bulmak mümkün olmaktadır. Twitch yayıncılığı beraberinde para kazanmayı da oyuncular için mümkün kılan özel bir tür platforma dönüşmüştür. Buradan oynayarak, takip kalabalığını çoğaltarak para kazanılabileceği gibi, reklam gelirleri de bu platformda yine büyük ölçüde gelir kaynağı olarak benimsenmiştir (Karakus, 2015).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SPORDA DAVRANIŞLARININ BÖLÜNMESİ

#### 3.1. Espor ve Geleneksel Sporlarının Farklı ve Ortak Yanları

Geleneksel sporlarda birbirinden farklı alt dallar ve kategoriler olduğunu söylemek mümkündür. Futbol, basketbol vb. espor da bu anlamda farklı değildir. Espor da kendi içinde farklı turnuvalar, oyunlar ve alt dallara ayrılmaktadır. Futbol için söyleyebileceğimiz şu şekildedir: on birer kişiden oluşan iki takımın, karşı karşıya gelmesiyle oynanan ve belli kurallara sahip olan spordur. Aynı şekilde espor içinde örneğin League of Legends oyunu için beşer kişiden oluşan iki farklı takımın birbirlerine karşı yarışmasıdır demek mümkündür. Bunun gibi diğer tüm espor oyunlarının kendi içlerinde belli kural ve düzenlemeleri bulunmaktadır. Birebir oyun kurulması gerekenler, daha fazla kişi gerektirenler, fazla takımla oynananlar olarak ayrı gruplara bölmek mümkün olmaktadır (Karakuş, 2015). Temelde geleneksel sporlar ya da elektronik sporlar olsun, iki taraf için de önemli kurallardan biri rekabetin olmasıdır. Tıpkı geleneksel sporlarda olduğu gibi espor da dünyaca kabul görmeye devam eden ve gitgide popülerlik kazanan bir gelişim dönemindedir (Witkowski, Hutchins ve Carter, 2013). Bu büyüme, dijital çağ insanları büyüdükçe de aynı hızla devam etmektedir. Bunun şaşırtıcı kanıtlarından birini 2014 senesinde yapılan League of Legends dünya finali turnuvasının karşılaştırmalı sonuçlarıyla kanıtlamak mümkündür. Espor'un bu turnuvası 27 milyon insan tarafından izlenirken, aynı sene içerisindeki NBA basketbol finalleri 18 milyon seyircide kalmıştır (Dorsey, 2014).

Espor dünyasının popüler oyunlarından biri olan League of Legends, çoklu kişiyle oynanabilen bir tür strateji oyunudur. Burada takımlara ayrılarak, karşılıklı bir mücadele söz konusudur. Oyunun takım tabanı beşer kişilik iki takımın karşılıklı oynaması şeklindedir. Bu oyun içerisindeki takımlardaki her bir oyuncunun, pozisyon anlamında başka türlü konumları bulunmaktadır. Pozisyonlar; top, jungle, mid, adc ve support olarak beşe ayrılmaktadır (League of Legends, 2016). Her bir karakter bu pozisyonlardan birinde bulunmak zorundadır. Aynı şekilde buradan yola çıkarsak geleneksel sporlardan biri olan futbolun da; savunma, forvet, orta saha, kanatlar ve destek pozisyonlarıyla ayırmak mümkündür. Hangi pozisyonda oynaması gerektiğine karar veren oyuncu LoL içerisinde hali hazırda bulunan 123 şampiyon karakterden

birini, en uygun özellikleri tespit ederek seçmektedir. Bu durum futbol için de geçerlidir. Her pozisyonu, her oyuncu için kullanamayacağınız gibi güçlere göre ayrılan takım listenizden belirli dizilimleri yapmak gerekmektedir. Gol atmak için 90 dakika boyunca mücadele eden takımlar; LoL oyunu içerisinde ortalama 40 dakikaya sahiptir. Bu süre içerisinde kuleyi ele geçirmek asıl amaçlarını oluşturmaktadır (Karakus, 2015).

Geleneksel sporlar ve espor, ortak yanlarının yanında bazı temel noktalarda ayrılmaktadır. Bunlardan ilki elektronik spor oyuncularının ve seyircilerinin aynı deneyimleri geçirmiş olmalarıdır. Yani hali hazırda zaten oyunu izleyici olarak takip eden taraftarlar, daha önceden izledikleri oyunu yoğun bir şekilde tecrübe etmiştir (Taylor, 2012). İkinci olarak profesyonel oyuncular ve onları izleyen taraftar kitle arasındaki mesafenin oldukça az olduğunu gözlemlemek mümkündür. Geleneksel sporlarda profesyonellerle iletişim kurmak oldukça zordur. Taraftarlığın, hayranlık noktasında kalarak, iletişimin sağlanamaması, interaktif bir köprünün olmadığı kesindir. Bu mesafenin az olmasının temel sebepleri sosyal medya ve diğer platformlarda interaktif, iletişim alanının hali hazırda açık olmasıdır. Bu, aynı zamanda taraftarlık kısmında bulunsa bile, kolaylıkla, belli bir seviyeden sonra profesyonel oyuncu statüsüne geçebilecek olmalarıdır. Ancak geleneksel sporlarda çocukluktan başlayan bir eğitim şarttır. Aynı zamanda oyunun etkinliği ve profesyonellerin başarısının değişkenliği ile birlikte, espor taraftarının, geleneksel spor taraftarlıklarından çok daha az sadakat besledikleri gözlenmektedir (Karakus, 2015). Bu da taraftarlığın fanatizm e dönüşmesini engelleyerek, davranışların daha yumuşak ve yapılan spor odaklı kalınmasını sağlamaktadır.

Karakus (2015), geleneksel sporlar ve espor kültürleri ile ilgili farklılıkları konusunda araştırmasının sonuçlarından yaptığı özetle bazı bulgulara rastlamıştır. Bunlardan biri espor takımlarının her sezon farklı bir markalama ile kendilerini sunuyor olmasıdır. Ancak geleneksel sporlarda böyle bir şey söz konusu değildir. Özellikle araştırmanın konusu olan futbol için temel bir kültür, hatta değişmeyen görseller ve markalama çok daha önemlidir. Formaların yenilenmesi dışında, futbol için her sezon marka değişikliği mümkün değildir.

Yine aynı araştırma içinde (2015) aslında takımlarında espor içinde bölge merkezli bir bağlantısının bulunmaması söz konusudur. Futbol ise coğrafi bölgesi



içerisinde destek almak durumunda kalmaktadır. Bölgeye göre destek farklılık göstermektedir. Ancak espor, turnuvalar nerede olursa olsun, oynanan bölgeden ayrıca destek almak zorunda değildir. Yine aynı şekilde espor kaybetmeyi kaldırmak konusunda da çok daha oyun odaklıdır. Yenilmez takımların taraftarları artış gösterirken, futbolda takım, yense de yenilse de desteklemek temel ihtiyaçtır.

Spor, içinde yaşanan toplumdaki bağımsız bir şekilde değerlendirilemez. Değerlendirme, içindeki kalabalığın yapısına, takım tutma ve taraftarlık anlamlarının açılımına ve psikolojik tüm detayları göz önünde bulundurarak yapılmaktadır. Bu doğrultuda aslında sporun içerisinde yer alan davranış kodlarını da (saldırıcılık vs.) bu açımda değerlendirmek gerekmektedir (Çepe, 1992). Futbol ve espor arasındaki kitlelerin davranışlarını sınıflandırırken, takım taraftarlığı yapısı ayrıntılı olarak gözlenmelidir. Örneğin geleneksel sporlar içinden, bu araştırmaya konu olarak seçilen futbolda yer alan bazı davranışlar günümüze kadar, farklı evrimlerden geçmiştir. Bu evrimleri tetikleyen, etkileyen başlıklarda ayrı aydır. Taraftarlık olgusu fanatiklik sıfatına dönüştükçe ve sosyal anlamda statüye dönüşen tribünlerdeki davranışlar da farklılıklar gözlenmektedir (Yüksel vd, 1998). Bu davranışların genel de şiddete yönelik hala gelmesi ve oyuncular, hakemler, seyirciler arasında tahammülsüz ve dinlemeyen bir yapıya dönüştüğünü görmek mümkündür (Arslan ve Bingölbalı, 1997). Futbolda bireylerin dürtü ve güdülerini dürtülere dönüştürerek, taraftarlar bazı zamanlar kendi özel yaşamındaki umutsuzluklarını ya da mutluluklarını, yaşadığı her olayın etkisini tribünlerde gösterme eğilimi sergilemektedir (Yüksel vd, 1998).

### **3.2. Espor ve Futbol İçinde Kadınlar**

Espor, spor olarak büyük oranda kabullenilmeye başlamış ve atlet kültürü, spor ekipman kültürü, arena kültürü gibi bir çok geleneksel spor terimlerine de sahip olmuştur (Jenny, Manning, Keiper, ve Olrich, 2016). Tüm geleneksel sporlar gibi, esporun da amatör ve profesyonel ligleri oluşmuştur. Oyuncular her oturumda ortalama olarak 5.2 saat oyunda kalmaktadırlar (Nascimento vd., 2014). Bu da futbol oyuncularının alıştığı antrenman düzenini benzeyen bir başka çalışma boyutudur. Ancak platformların, kolay ulaşılabilir olması ve profesyonelliğe erişmek çok daha az sınırlamaya bağlı olduğundan espor ulaşılabilirlik ve hızlı interaksyon anlamında güçlü durumdadır.

Amerika’da yapılan bir araştırmaya göre bu sınırlandırmanın da olmaması nedeniyle, 18 yaş altındaki tüm demografik grupları kapsayan video oyun popülerliği eşit bir kalabalığı kapsamakta olduğunu göstermektedir. The Pew Araştırma Merkez’i %97 oranında 18 yaş altı yani 12-17 yaş aralığındaki gençlerin en azından bir çeşit dijital oyun oynuyor olduğunu açıklamıştır (Lenhart vd., 2008). Duggan (2015) araştırmasına göre 18 yaşı geçtikten sonra, yetişkinlik seviyesinde gitgide bu oranda düşmenin gerçekleştiğini söylerken, yine de hala oldukça yüksek bir orana sahip olduğunu bulmuştur. Oranlar içine daldığımızda oyun oynayan yetişkinlerin dağılımlında cinsiyetler arası neredeyse eşit olan bir durum söz konusudur. Yetişkin erkeklerin %50’si tablet, konsol, PC ya da telefon üzerinden dijital oyun oynuyorken, yetişkin kadınların %48 bu aktiviteyi gerçekleştirmektedirler. Neredeyse birbirine eşit oranda video oyunları oynadıkları söz konusu olsa da kadınlar ve erkekler arasında oyun türleri anlamında oldukça farklı dağılımlar gözükmektedir.

Geleneksel olarak tanımlanan dövüş oyunları ya da mobil üzerinden oynanan benzer dijital oyunlar söz konusu olduğunda oyun oynayan yetişkin erkeklerin %85.9’u bu gruba dahil olurken, yetişkin kadınların yalnızca %42.7’si bu kalabalığa dahil olmaktadır (Vermeulen, Van Looy, De Grove ve Courtois, 2011). Aslında bu araştırmaların dengesine bakıldığında video oyunları oynayanların çoğunun erkek olduğunun düşünmek mümkündür (Duggan, 2015). Profesyonel oyuncuların oranları arasında yerleri az gibi görünse ve geleneksel video oyunları içinde kendilerini pek göstermeseler de, tüm oyun dünyası içinde kadınların oranlarının oldukça fazla olduğunu söylemek mümkündür. Hatta erkeklerle eşit sayılabilecek oranda bulunarak, zaman geçirip, pratik yaparak video oyun dünyasında kendilerine yer edindikleri görmezden gelinemez (Paaşen, Morgenroth ve Stratemeyer, 2017; Shen, Ratan, Cai, ve Leavitt, 2016).

Bu eşitliğe ve varlığa rağmen kadınların profesyonel anlamda turnuvaların ilk 300 dlleri arasında bulunmadıkları ortadadır (Highest Overall Earnings, 2017). Bunun birkaç açıklanabilir sebebinin olduğu söylenmektedir. İlki profesyonel erkek oyunculara göre çok daha az para ödenmesi söz konusudur. Bununla birlikte en büyük sebeplerinden birinin de, neredeyse eşit orandaki cinsiyet kalabalığına rağmen, kadınların online dünya üzerinde de taciz görüyor olmasıdır. Bu taciz ve cinsiyet

ayrımcılığı nedeniyle kadın oyuncuların karşılaşmalı turnuvaları ve etkinlikleri tercih etmedikleri gözlenmiştir.

Geleneksel sporlar içinde de, futbol ya da basketbol, voleybol ya da hentbol olması fark etmeksizin cinsiyet ayrımının ve tacizin negatif anlamda etkilerini görmek mümkündür. Hatta manevi zarar, fiziksel yetersizlik, uyumsuzluk hissi ve psikolojik çöküşe de neden olacak şekilde güçlü negatif etkilere sahip olan bu tacizler kadınların geleneksel sporlara da daha fazla dahil olmasını sağlayamamanın önemli engellerinden biri olarak kabul edilmektedir (Koss, 1991). Geleneksel sporlarda olduğu gibi kadına karşı ön yargı ve farklı değerlendirme kadın ve oyun söz konusu olduğunda da aynı şekilde negatif etkilere sebep olmaktadır. Kadınların erkeklerden daha kötü performans sergilediklerini duyan kadınlar, bunu duymayan kadınlara göre çok daha kötü performans sergilediklerini çok kez kanıtlamıştır (Kaye ve Pennington, 2016). Sadece bununla bile espor platformlarında (Twitch, Youtube vb.) kadınların daha etkisiz ve çengingen olduğunu anlamak mümkündür.

### **3.3. Araştırmanın Teorisi**

#### **3.3.1 Kullanımlar ve Hazlar Teorisi**

Kullanımlar ve hazlar teorisi, medyanın nasıl etkilediğini gözlemlemek ve sosyal, psikolojik ihtiyaçların takibinde medyanın seyirci üzerinde nasıl bir güç uyguladığını gözlemek için kullanılabilir bir yaklaşımdır (Ruggiero, 2000). Teori basitçe insanların medya ile neler yaptığını, daha doğrusu ise medyanın insanlara neler yaptığını açıklamaya çalışmaktadır (Katz vd., 1974; Rubin, 1994). Temelde kullanıcıların hangi ihtiyaçlar doğrultusunda medyayı tükettiğini açıklamak için motivasyonların, medya kullanımlarını nasıl etkilediğini çözmeye çalışmaktadır (Katz vd., 1974; Rubin, 1994).

21. Yüzyıla kadar bu teori yalnızca basılı görseller üzerindeki etkisi anlamında kullanılmış bir yapıdaydı ancak 21. Yüzyılın hemen sonrasında internetin hayata dahil olup, patlama yaparak kitlelere hızla yayılmasının ardından genişletilip, yeniden düzenlenmiştir. Kullanımlar ve hazlar teorisi daha önce spor ve spor yönetimi çerçevesinde de sıkça kullanılmıştır. Spor fanlarının, taraftar olma ve onları motive eden gerçekler üzerine en detaylı araştırmalardan birini, bu çerçevede değerlendirip, detaylı bir analiz yapan araştırmacılar olmuştur (Trail ve James, 2001).

Geleneksel sporlardaki fanatik yaklaşımla, aynı şekilde bir tüketim motivasyonu olup olmadığını anlamak mümkündür. Çok uzun yıllardır gelen temel soru işaretlerinden birisi iletişim teknolojilerinin neden bu kadar çok kullanıldığı ve hızla yayıldığı konusudur (Rubin, 1994; Ruggiero, 2000). Bu açıdan bakıldığında da espor dünyasını anlamak adına yapısal işlevci yaklaşımı nedeniyle, kullanımlar ve hazlar teorisini taban almaktan daha iyi bir seçenek bulunamaz çünkü bu sistematik yaklaşımı ile biyolojik bir varlık ve ara yüz arasındaki ilişkiyi anlamak için kuvvetli bir alt yapıya sahip olunmaktadır (Palmgreen, Wenner ve Rosengren, 1985).

Biyolojik bir varlık olarak insan hareketlerinin nedenlerini çoğu zaman bireysel sebeplerle açıklar. Bu bireysel yönelimler de aslında medyayı da, sporu da bireysel nedenler, ihtiyaçlar veya arzular amacıyla tükettiğine inanmak işten bile değildir (Lerner, 1987). Espor ve futbol karşılaşmasında da insanların davranışlarını anlamayı bireysel seçimler veya zevkler üzerinden gerçekleştirmek mümkündür. Her ne kadar aitlik söz konusu olsa da, espor ve futbol tüketiminde bireysel kullanımlar ve hazlar teorisi üzerinden araştırma sorusunun yorumlanmasının açıklayıcı olacağı, sonuca ulaştıracağı düşünülmektedir.

Kullanımlar ve hazlar teorisi seyirci merkezli bir yaklaşım olarak bireysel aksiyonların rolleri üzerinde de durarak medya ile entegre olarak nasıl eğlence, rahatlama, öğrenme, kaçış, kendini gerçekleştirme ve sosyal kabullenme hislerinin giderildiği üzerinde durur (Katz, 1987; Rubin, 1994; Zillman ve Bryant, 1985). Daha önce teorinin kullanımları medya üzerinde süre gelse de yeni medya içinde farklı alternatifler adına araştırmalar yapılarak, video oyun oynayanların motivasyonlarını ve bu yeni medyayı kullanıma iten motivasyonları anlamak adına da ölçekler hazırlanmıştır. Arcade ve video oyun motivasyonlarını anlamak için 5 temel ölçekten bahsedilmiştir (Selnow, 1984). Bu arcade üzerine yapılan çalışmanın ardından temel olduğu göz önünde bulundurularak geliştirilmeler yapılmıştır. Sherry ve Lucas (2003) konsol oyunları için de özel motivasyonu eklemişlerdir. Geliştirmelerin ardında ise altı temel prensip ortaya konulmuştur. Rekabet (Competition Playing to impress friends), Sosyal Etkileşim (Social Interaction to interact with friends), Oyalanma (Diversion to pass time ), Fantezi / Hayal Gücü (Fantasy to do things that cannot be done in real life), Uyarılma (Arousal for excitement), Meydan Okuma (Challenge playing for challenge).

Espor bir spor olarak kabul edilirse, spor tüketimi açısından da incelemek önemlidir. Araştırmamızda yer alacak ölçek orijinalinde Wann (1995) tarafından hazırlanmış Sport Fan Motivation Scale isimli motivasyon ölçeği üzerine kurgulanmıştır. Aynı zamanda Milne ve McDonald (1999) tarafından Motivation of the Sport Consumer isimli, yine motivasyon ölçmek amacıyla oluşturulmuş benzer ölçek de üzerine geliştirilmiştir. Psikometrik özellikleri de Trail ve James (2001) tarafından incelenmiştir. Bunların üzerine Türkçe literatüre geçen ve uyarlanan motivasyonlar da son haliyle şu şekildedir; Başarı, Bilgi Edinme Estetik, Stress (Drama), Kaçış, Aile, Sporcuların Fiziksel Çekiciliği, Sporcuların Oyun / Spor Becerileri ve Sosyal Etkileşim (Tok, 2004).



## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **ARAŞTIRMA DETAYLARI VE HİPOTEZLER**

#### **4.1. Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın temel amacı espor ve futbol seyretmek veya aktivite olarak tercih etmek için sürücü motivasyonların ne olduğunu ve bu iki sporun birbiri ile bu anlamda farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya çıkarmaktır. Aynı zamanda araştırma davranışsal olarak bu iki alanın kitlelerinin farklılıklarının ortaya çıkmasını amaçladığından, kadına yaklaşımın, kadının ortamda oran olarak az ya da çok olmasının bir etkisi olup olmadığına da sonucuna bakacaktır. Aynı zamanda eşitlik konusunda espor kitesinin, futbol kitlesine göre daha eğilimli olup olmadığı ile şiddetin, futbol tribünlerindeki kadar etkili olup olmadığı hipotezinin doğruluğunu kontrol etmeyi amaçlamaktadır.

#### **4.2. Araştırma Kapsamı**

Bu araştırma kapsamında araştırmaya katılacak olan bireylerin başarı, bilgi edinme, estetik, drama, gerçek hayattan kaçış, aile ile birlikte zaman geçirme, fiziksel çekicilik, fiziksel beceri ve sosyalleşme, sosyal ortamda bulunmaya dair algıları/motivasyonları ölçümlenecek ve bu algıların espor ile ilgilenen ve ilgilenmeyen kişiler arasındaki farklarına bakılacaktır. Espor ile ilgilenenler amatör oyuncular ve espor müsabakalarını aktif şekilde izleyenlerden oluşacak, ilgilenmeyenler ise futbol ile ilgilenen ancak espor ile ilgi seviyesi düşük olan kişiler olacaktır. Araştırma aynı zamanda espor ile ilgilenenler ve ilgilenmeyenler cevaplarına göre şiddet eğilimi, fanatizm ve cinsiyet ayrımcılığına yaklaşım konularında da çıkarımlar yapmaya çalışacaktır.

#### **4.3. Araştırma Sınırlılıkları**

Araştırma uygun olan katılımcılarla yapıldığı için tüm popülasyona genellenmeleri mümkün değildir. Bununla beraber hem coğrafi anlamda hem de maddi anlamda kısıtlı imkanların olması nedeniyle sürece dahil edilemeyen diğer araştırma yöntemlerinin verileri de eklenememektedir. Çok daha geniş çapta bir demografik

yayımla ya da gruplandırma da yapılabilecek olmakla birlikte, imkân olanaksızlıkları bu konuda da bir sınırlandırmaya sebep olmaktadır. Tüm genç, yaşlı demografik detaylandırmalarla birlikte, jenerasyon farklılıklarının da ortaya konulabileceği unutulmamalıdır. Ayrıca katılımcıların demografik bilgileri kendilerinin verdiği ve tekrar kontrol edilmesi mümkün olmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır.

#### 4.4. Araştırmanın Hipotezleri

Kullanımlar ve hazlar teorisi perspektifinden baktığımızda tüketim süresince davranışsal ve de tüketilen konuya yaklaşım açısından farklılık olduğunu incelemek için espor ve futbol taraftarları arasındaki yaklaşım konusuna odaklanmak gerekmektedir. Bu da motivasyonların farklılıklarına odaklanmayı gerekli kılmaktadır. Sadece oyunların kendi hedefleri göz önünde bulundurulduğunda bile bu farklılığı görmek mümkündür. Örneğin, futbol 90 dakika boyunca seyircisini heyecanlandıran ancak her an her sonuca hazırlıklı olunması gereken bir aktivite olarak, sonucu kazanmak da olsa aslında kendi içinde gol dinamiğine sahip olduğundan, süre boyunca da adrenalin arttıran bir yapıya sahiptir. Esporda bir örnek olarak League of Legends oyunu için ise bu süre 40 dakika olsa bile amaç merkezdeki kulenin bir takım tarafından yok edilebilmesidir. Bu süre içerisinde oyunun oyuncu için sunduğu daha çok oyun bilgisi gözlem imkânı olmaktadır. Oyunun sonu daha etkindir. Bu açıdan bakıldığında iki tarafın aktivite süresine yaklaşımları da farklılık göstermektedir. Birisi eğlence odaklı iken, diğeri oyun bilgisi odaklı ilerlemektedir (Karakus, 2015).

Aynı zamanda davranış farklılığına konu olabilecek bir detay olarak espor seyircisinin, espor oyuncusu ile aynı deneyimleri yaşamış ve yaşıyor oluşu, oyuna yaklaşımını daha aktivite odaklı yapmasını sağlamaktadır (Taylor, 2012). Ancak futbol seyircisinin, sporcularla aynı deneyimleri yaşamıyor olması, oyunu geliştirmek veya öğrenmekten çok, sosyalleşme içerisinde paylaşmak ve günlük rutininden uzaklaşarak, eğlenmek amaçlı yaklaşmasına neden olmaktadır.

**H1:** Espor ile ilgilenenler ve espor ile ilgilenmeyenler arasında motivasyonlar açısından anlamlı bir şekilde farklılık vardır.

Rol yapmak veya günlük hayattan kaçmak motivasyonu, günlük rutinlerden uzaklaşmak çabasıyla gerçekleştirilen aktivitelerle bağdaştırılır. Spor seyircisi olmakla ilgili en güçlü motivasyonlardan biri olan bu motivasyon, duygusal motivasyonlara

göre uyarıcı bir motivasyon olarak karşımıza çıkmaktadır (Gantz, 1981; Wenner ve Gantz, 1998). Ancak hazlar ve kullanımlar perspektifinden baktığımızda zaten medyanın kendisi içinde var olan esporun (Whiting ve Williams, 2013) bu açıdan, geleneksel sporlara göre çok daha güçlü bir motivasyonla tercih ediliyor olduğunu düşünmek olasıdır. Buradan yola çıktığımızda da hipotezi aşağıdaki şekilde oluşturmak mümkündür.

**H1a:** Günlük hayattan kaçma motivasyonu espor ile ilgilenenler için, espor seyircisi olmayanlara göre daha yüksektir.

İlgi duyulan alan hakkındaki bilgi seviyesi, o alandaki medyayı daha çok tüketmeye itmektedir. Geleneksel sporlarda bu durum daha çok iki motivasyonla yapılmaktadır. İlki öğrenmek üzerine, ikincisi ise bu bilgiye sahip olarak sosyalleşme sırasında bunları kullanmaktır (Wenner ve Gantz, 1998; Melnick, 1998). Video oyunlarında, medya tüketimi çok daha yoğun bir şekilde, zaten kendi içinde var olduğundan, sosyal medya ve internet kullanımının yüksek oranlı olması bilgi ve strateji konusunda gelişmeyi zorlayan faktör olarak görülmektedir (Hamilton vd., 2014; Whiting ve Williams, 2013; Courtois vd., 2009). Futbol seyircisi, oyunu seyrederek, takımını desteklemek çok daha önemlidir ve bunun için enerjisini harcar. Oyunun içinde profesyonel olarak bulunmaz. Ancak espor oyuncuya zaten kolaylıkla ulaşabildiği, izleyenlerin de oyunu oynayan kişiler olmasından kaynaklı olarak daha çok yeni stratejiler ve oyunu geliştirme amaçlı seyredilir (Karakus, 2015). Bu da esporun, futbol seyircisine göre oyun bilgisi geliştirici bilgi edinme motivasyonu ile daha çok tetiklendiğini göstermektedir.

**H1b:** Espor ile ilgilenenler için oyun bilgisi motivasyonu, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha yüksektir.

Profesyonel oyuncular ve oyunu seyredenler arasındaki ilişki, bazı olguların oluşumunu farklı derecelerde etkileyebilmektedir. Futbol gibi geleneksel sporlarda profesyonel oyuncularla iletişim bir mesafede kalmaktadır ve bu aslında sevgi veya ilgiyi hayranlık noktasında kalmaya zorlamaktadır. Ancak espor oyuncuları aynı zamanda seyircilerle birlikte aynı medya platformları üzerinde sürekli olarak iletişimde kalmaktadır ve bu onları başka bir alana taşımadığı için, hayranlık duygusu, futboldaki gibi oluşmamaktadır. Aynı zamanda oyunun etkinliği ve profesyonellerin başarısının değişkenliği ile birlikte, espor taraftarının, geleneksel spor



tarafarlıklarından çok daha az sadakat besledikleri gözlenmektedir (Karakus, 2015). Bu da tarafarlığın fanatizme dönüşmesini espor içinde engelleyen bir pozisyonda kalmasını sağlamaktadır. Türkçe içinde net bir karşılığı olmasa da fanatizm olarak betimlediğimiz şey temelde bir şeyin hayranı olmaktan daha ötesi olarak da tanımlanmaktadır (Fiske, 1989).

**H2:** Espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha az fanatizm belirtileri göstermektedir.

Futbol müsabakaları, oyunu seyretmek için gelen ve oyunun oynanışı konusunda içselleşmeden, kendini kalabalıkların arasında başka bir kimliğe dönüştüren topluluklardan oluşmaktadır (Karagözoğlu ve Ay, 1999). Bir müsabakayı izleyen, seyreden kimselere seyirci denilmektedir (Acet, 2001). Bu tanımın açılımı, ortak bir zafer ya da hedef için organize olan insan grubu olarak dile getirilebilir. Bu seyircilerin davranışlarının futbol için tanımında şiddet kelimesi de hemen kendini göstermektedir. Çünkü futbolun ortaya çıkışından bu yana, futbol seyircisi ve şiddet birbirini tamamlayan iki kelime olarak kabul edilmektedir (Gültekin vd., 2000). Bunun yanında fanatizm kavramı ile şiddetin ortaya çıkardığı bir diğer kavram da holiganizmdir. Holiganizm, şiddetin davranışa yansımış ve kötü bir fonksiyonel yönelim olarak kendini gösteren tanımıyla ele alındığında, şiddetin fanatikleştirilmiş yansıması olarak bile görülmektedir. Temelde zarar vermeye eğilimli tarafar grupları olarak düşünülebilir (Mirioğlu, 2007) ve bu tarafarların meydana getirdiği karşılıklı grupların şiddet içeren iletişimi olarak kendini göstermektedir (Ayan, 2006). Ancak espor seyircisi fanatizm konusunda da futboldaki kavramlara sahip olmadığından, şiddete olan eğilimlerinin de, daha çok iletişim kurdukları ve aynı tecrübeyi deneyimleyebilmelerinden kaynaklı empatinin de işin içine dahil olmasıyla; futbol seyircisine göre çok daha az ortaya çıktığını düşünmesiyle varılan hipotez şu şekildedir:

**H3:** Espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha az şiddete meyillidir.

Einstein fizik karmaşası içinde bile en zor bulduğu şeylerden birinin ön yargı kırmak olduğunu söylemiştir. Bunu atom parçalamaktan daha zor olduğunu dile getirerek de kuvvetlendirmiştir. Ön yargı kelime anlamı olarak bir kimse veya bir şeyle ilgili olarak belirli şart, olay ve görüntülere dayanarak önceden edinilmiş olumlu ya da

olumsuz yargı, peşin fikir olarak tanımlanır (TDK, 2018). Cinsiyet konusunda da dünya tarihinin uzun zamanı içinde çözülemeyen bir genelleme, olumsuz anlamda davranışlara iten bir algı durumu söz konusudur. Ancak bu zaman ilerledikçe çözülmeye çalışılan bir problem halini almıştır. Futbol, kadınların oy kullanma hakkının bile olmadığı, kadınların, cinsiyet olarak eşit haklara sahip olabileceği düşünülemeyen bir dönemde erkekler için, erkekler tarafından yaratılmış bir spor olarak karşımıza çıkmaktadır (Pfister, Lenneis ve Mintert, 2013). Ön yargı kelimesinin içinde yer alan daha önce belirlenmiş koşullara dayanarak kısmıyla da uyuşan bir alışkanlık, kadınların futbol içine yeterince dahil edilememesi durumu söz konusudur (Pfister, Lenneis ve Mintert, 2013). Espor dünyasında ise elbetteki oyun bazlı farklılıklar söz konusudur. Ancak profesyonel oyuncuların oranları arasında yerleri az gibi görünse ve geleneksel video oyunları içinde kendilerini pek göstermeseler de, tüm oyun dünyası içinde kadınların erkeklerle eşit sayılabilecek oranda bulunarak, zaman geçirip, pratik yaparak video oyun dünyasında kendilerine yer edindikleri bilinmektedir (Paaßen, Morgenroth, ve Stratemeyer, 2017; Shen, Ratan, Cai, ve Leavitt, 2016). Bu anlamda futbol içinde azınlıkta olan kadın oranı ve kökleri eskiye dayanan spora adapte olmaları ile yeni jenerasyon ve dijital dünyanın eseri olan video oyunlarının içine doğmuş olmaları konusu, kadınların kabul oranını da daha kolay ve hızlı çözebilir ön görüşüyle, aşağıdaki hipotez kurulmuştur.

**H4:** Espor ile ilgilenmeyenler, kadınlar konusunda espor ile ilgilenenlere göre daha ön yargılıdır.

#### **4.5. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı**

Araştırma geniş çapta yapıla literatür taramasının sonunda oluşan bulguların ardından kantitatif araştırma yöntemlerinden anket ile devam etmiştir. Yaklaşık 150 aktif espor sporcusu veya seyircisi ve 150 aktif futbol oyuncusu veya seyircisi ile yapılan anket online üzerinden gerçekleştirilecektir. Online bir sayfa üzerinde tasarlanacak olan anket, link olarak paylaşılacak ve sonuçları da bu şekilde toparlanacaktır. Araştırma online olarak SurveyMonkey, Twitch, Facebook, Twitter, Onedio, elektroniksporlar.com ve Youtube platformları üzerinden gerçekleştirilecektir.

Araştırmanın veri analizi kısmında ise espor ve geleneksel sporların seyirci grupları ile ilgili farklılıklar ortaya çıkarılmak hedeflenmektedir. Bu anlamda bu gruplar arası farklılık analizini yapabilmek adına, küçük ölçek grubu içinde veriler oransal olarak eşit dağılır ise t- testi uygulanacaktır, veriler de farklılıklar görünürse Mann - Whitney U uygulanacaktır.

Öncelikle araştırmaya katılanlar espora ilgi duyma seviyesine göre gruplanacaktır. Espor ve futbol müsabakalarına gitme sıklıkları ve aynı zamanda izleme sıklıklarını anlamak için sorulan sorularla bu gruplandırmalar ayrışacaktır. Lee and Schoenstedt (2011)'un hazırladığı ölçekler motivasyonların ölçülmesinde araştırmada kullanılacaktır. Wann (2002) tarafında hazırlanan ölçek ise taraftarlığın fanatizm derecesini ve şiddete eğilim düzeyini ölçmek için kullanılacaktır.

#### **4.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi**

Araştırmanın evreni Türkiye’de yaşayan espor ile ilgilenen veya ilgilenmeyen ve aynı zamanda futbol ile ilgilenen ya da ilgilenmeyen en küçük 18 yaşında ve 45 yaş üstü grupların da dahil edildiği, iş veya meslek sınırlandırması bulunmayan internet kullanıcılarını kapsamaktadır. Araştırma elektronik sporu Türkiye’de profesyonel olarak gerçekleştiren ya da sadece izleyici olan kişilerin yanı sıra, espor ile hiç ilgilenmese de futbol ile ilgilenen kişilerin katılımlarıyla gerçekleştirilmiştir. Bütçesel ve imkânsal yetersizlikler nedeniyle tüm espor ve futbol ile ilgili kişileri tespit etmek imkânsız olduğundan evren çok büyüktür. Bu nedenle örneklem, kolayda örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. Bu yöntem ile belirlenmiş örneklemin araştırma evrenini temsil yeteneği düşüktür. Ancak araştırmanın olanakları dahilinde araştırma sorusuna yanıt verebilecek en doğru kişilere ulaşılacak mecraların kullanılmasına özen gösterilmiştir. Örneklem detayları demografik bulgular bölümünde tasvir edilmiştir.

Araştırma futbol ile ilgilendiği düşünülen öğrenciler ve espor oyuncularının bulunduğu Twitch platformu üzerinden bulunan oyuncular ile gerçekleştirilmiştir. Aynı zaman da futbol ve espor ile ilgilenen kişiler için online olarak espor ve futbol forumları, facebook, twitter, twitch, youtube ve onedio canlı kanalı üzerinden link paylaşımı yapılarak iletişim kurulmuştur. Aynı şekilde hem bazı üniversite mail grupları hem de espor federasyonu mail grubu üzerinden de link paylaşımı gerçekleştirilmiş ve anket için katılımcılara ulaşılmıştır.

## 4.7. Ölçekler ve Ölçüm

Araştırmada yapılacak olan anketleri oluşturacak olan ölçekler aşağıdaki gibidir. Bu ölçeklerin ölçüm amaçları da belirtilmiştir. Nisbeten kolay oluşturulabilmeleri ve büyük oranda güvenilir olup, birçok duyuşsal nitelikleri ölçmede başarılı olması nedeniyle likert tutum ölçekleri sıkça kullanılmaktadır (Gable, 1986). Bu araştırmadaki sorularda da bu ölçek biçimi yer alacaktır.

**H1:** Espor ile ilgilenenler ve espor ile ilgilenmeyenler arasında motivasyonlar açısından anlamlı bir şekilde farklılık vardır.

**H1a:** Günlük hayattan kaçma motivasyonu espor ile ilgilenenler için, espor ilgilenmeyenlere göre daha yüksektir.

**H1b:** Espor ile ilgilenenler için oyun bilgisi motivasyonu, espor ilgilenmeyenlere göre daha yüksektir.

Hipotezin ölçümü için Spor Tüketimi Motivasyon Ölçeği kullanılacaktır. Bu ölçek kişilerin spor tüketimi davranışının altında yatan güdüsel etkenleri ölçmeyi amaçlamaktadır. Yedili likert tipi olan ölçek için 27 adet maddeden oluşan liste bulunmaktadır. Ölçek orjinalinde Wann (1995) tarafından hazırlanmış Sport Fan Motivation Scale isimli motivasyon ölçeği üzerine kurgulanmıştır. Aynı zamanda Milne ve Mcdonald (1999) tarafından Motivation of the Sport Consumer isimli, yine motivasyon ölçmek amacıyla oluşturulmuş benzer ölçekde üzerine geliştirilmiştir. Psikometrik özellikleri de Trail ve James tarafından incelenmiştir. Spor davranışları ve tüketim alışkanlıkları incelemelerinde sıkça kullanılan ve doğruluğu gözlenen ölçek dokuz farklı faktör için oluşturulmaktadır. Bu motivasyonlardan hangisinin daha baskın olduğu ya da bir motivasyonun diğerine göre daha baskın olup olmadığı gözlemlenmek için kullanılan maddelerin çıktığı güdüsel faktörler şu şekildedir; Başarı, Bilgi Edinme Estetik, Stress (Drama), Kaçış, Aile, Sporcuların Fiziksel Çekiciliği, Sporcuların Oyun / Spor Becerileri ve Sosyal Etkileşim. Tok (2004) tarafından Türkçeleştirilmiş haliyle düzenlenmiş ölçek kullanılacaktır.

**H2:** Espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha az fanatizm belirtileri göstermektedir.

Hipotezin ölçümü için taraftarlık derecesi ölçülerek fanatizm anlamında iki grup arasında anlamlı bir fark olup olmadığı sorgulanacaktır. Futbol literatürü incelendiğinde, seyirci (sporsever), fanatik, taraftar vb. terimlerin sıkça kullanıldığı

görülmektedir. Bir spor faaliyetini doğrudan ya da medya aracılığıyla izleyen kişiye seyirci, takımına bağlı olan, onu ya da sporcularını takip eden, onlara olumlu duygular besleyen, onları destekleyen ve futbolla ilgili arzularını bu şekilde karşılayan kişiye taraftar (Arslanoğlu, 2005), tuttuğu takıma aşırı derecede tutkuyla bağlanmış olan kişiye ise fanatik denilmektedir (Koruç, Bayar ve Arslan, 2004). Futbol Taraftarı Fanatiklik (FTFÖ) ölçeği burada taraftarlık derecesini ölçmek amacıyla kullanılmıştır. Fanatiklik durumu ve taraftarlık derecesindeki pozisyonları anlamında bir soru listesi kullanılmıştır. Envanterin cevaplanmasında likert tipi ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek alt kategorilerinde fanatizm ve şiddete eğilim çıktılarını da verecektir.

**H3:** Espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha az şiddete meyillidir

FTFÖ deneme formu, şiddete yönelik düşünce ve fiilleri içeren ifadelerle birlikte olağan futbolsever tutum ve davranışlarına hitap eden, keskin olmayan, yumuşak ifadeleri de içermektedir. Ölçeğin oluşturulmasında esas olan, envanter formundaki ilk yedi soru bireylerin kişisel özelliklerine ait bilgileri öğrenmeye yöneliktir. Taraftarların müsabaka şartlarına yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik ise diğer sorular kullanılmıştır. Envanterin cevaplanmasında likert tipi ölçek kullanılmıştır. 13 soru üzerinden almış olduğu toplam puana göre fanatik, takım taraftarı ya da futbolsever olarak isimlendirilmiştir. Ölçek Taşmektepligil, Çankaya ve Tunç (2014) tarafından testleri tamamlanarak oluşturulmuştur.

**Tablo. 4.1.** Taraftarlık ve Şiddete eğilim Ölçeği

<b>Madde</b>	<b>Şiddete Yönelik Düşünce ve Eylem Eğilimi Ölçümü</b>
1	Canlı yayınlarda spikerin takımım aleyhine yaptığı yorumlara çok sinirlenirim.
5	Maç esnasında kızdığımda sahneye ya da sahaya yabancı cisim atabilirim.
7	Takımım müsabakyayı kazanmak için, kural dışı dahil her yolu denemelidir.
8	Çoğu zaman tribünden rakip oyuncu veya hakem aleyhine kötü tezahürat yaparım.
9	Rakip takım taraftarlarına yapılan fiili şiddeti doğal karşılarım
11	Rakip takım izleyicisini takımın renkleri ile dışarıda görsem, ona saldırmamak için kendimi zor tutarım.
12	Rakip takım izleyicisi ile kavga çıkarsa çekinmeden kavgaya girerim.
13	Oyun çığırından çıkmışsa bazen çekinmeden kavgaya girerim.
<b>Madde</b>	<b>Taraftarlık Derecesi Ölçümü (Fanatizm Durumu)</b>
2	Takımın maçlarını izlemek için stada veya arenaya giderim
3	Takımımın sembollerini gösteren kıyafet ve malzemelerle maça giderim.
4	Stattaki bütün tezahürlara eşlik ederim.
6	Çevremdeki taraftarlarla ilgilenmekten çoğu zaman golü ya da kazandığı anları göremediğim olur.
10	Takım tutmayan kişileri veya çocukları kendi takımımın taraftarı yapmak için uğraşırım.

**H4:** Espor ile ilgilenmeyenler, kadınlar konusunda espor ile ilgilenenlere göre daha ön yargılıdır.

TCEO yani Toplumsal Cinsiyet Eşitlik Ölçeği kullanılacak olan hipotezin, espor taraftarlarının eşitlik kavramına daha yakın oldukları ve kadınların toplumdaki yerine daha ön yargısız yaklaştıkları ön görülmektedir. Ölçek Toplumsal Cinsiyet Algısı Ölçeği ismiyle Altınova ve Duyan (2013) tarafından son haline getirilmiştir. Burada kullanılacak ölçek ise Gözütok, Toraman ve Acar-Erdol (2017) tarafından

yeniden güncellenmiştir. İlk olarak Glick ve Fiske (2000) tarafından geliştirilen ölçek Sakallı – Uğurlu (2002) tarafından Türkçeleştirilmiştir. 13 maddeden oluşturulan ölçek farklı maddelere dağıtılan iki ana başlık için incelenmektedir:

**Tablo. 4.2.** Cinsiyet Eşitliği Ölçeği

<b>Madde</b>	<b>EUGA: Erkeği üstün gören anlayış</b>
1	Erkek kadına göre olaylara daha mantıklı yaklaşır
6	Erkek zeki olduğu için kadından daha başarılı olur.
7	İş yaşamında erkeğe öncelik verilmelidir.
9	Siyaset erkeksi bir alandır.
10	Kadının özgürlüğü her zaman erkeğin denetiminde olmalıdır.
11	İş yaşamında üst düzey görevler erkeğe göredir.
12	Erkek kadından her zaman bir adım öndedir.
13	Erkek matematik ve fen alanındaki mesleklerde kadından daha başarılıdır.
<b>Madde</b>	<b>KEBKA: Kadını erkeğe bağımlı kılan anlayış</b>
2	Kadının erkekten çok para kazanması kadın erkek arasındaki ilişkiyi bozar.
3	Kadın görüşeceği kişiler için kocasının onayını almalıdır.
4	Ailenin parasal harcamaları erkeğin kontrolünde olmalıdır.
5	Evle ilgili dışarıda yapılması gereken işler (fatura yatırma vb.) erkeğin sorumluluğudur.
8	Ev işleri (ütü, bulaşık, evin toparlanması, temizlik, çocuk bakımı vb.) kadının sorumluluğundadır.

EUGA, erkeği üstün gören anlayış ve KEBKA kadını erkeğe bağımlı kılan anlayış olarak sınıflandırılacaktır. Geleneksel sporlar ve espora göre kadınların bu alanların içinde bulunma oranları farklıdır. Üstelik oyun dünyasında kadınların kendilerine kalabalık olarak yer edindikleri bilinmektedir (Paaßen, Morgenroth, ve Stratemeyer, 2017; Shen, Ratan, Cai, ve Leavitt, 2016). Bu eşitliğe ve varlığa rağmen kadınların profesyonel anlamda turnuvaların ilk 300 ödülleri arasında bulunmadıkları ortadadır (Highest Overall Earnings, 2017). Bu da aslında temelde toplumsal olarak cinsiyet ön yargılarına dayalı bir sonuçtur. Ancak UNESCO'nun

2009 senesinde başlattığı kadına özgürleşme araştırmaları ile artık bu konuda aksiyonlar alınmakta, araştırmalar, bu tip ölçeklere daha sık yer vermeye başlamıştır.

#### 4.8. Veri Analizi ve Bulgular

Araştırmanın analizleri SPSS 20.0 (Statistical Package For Social Sciences) paket programında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler için öncelikle güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Bunun için Cronbach's Alpha'dan yararlanılmıştır. Test uygulanırken alt limit 0,07 olarak alınmıştır (Hair vd., 2006).

**Tablo 4.3.** Güvenilirlik Testi Sonuçları

Ölçekler	Cronbach's Alpha
Motivasyon_27 Madde	0,938
Tarafarlık_Şiddet_13 Madde	0,882
Cinsiyet Eşitliği_13 Madde	0,902

Ölçekler literatür destekli olduğu için güvenilirlikler (Tablo 4.3) oldukça yüksek çıkmış ve alt motivasyonların ölçüm süreçleri konusu da literatürden alındığı için ayrıca Faktör analiz uygulaması yapılmaya gerek görülmemiştir. Tüm araştırma boyunca literatür onaylı ve tüm testleri yapılmış ölçekler kullanılmıştır. Hipotez testleri için Mann Whitney U testi ve Kruskal-Wallis testi kullanılmış espor ile ilgilenenler, ilgilenmeyenler ya da hem futbol, hem espor ile ilgilenen demografik frekans dağılımları sonuçları karşılaştırılarak, anlamlı farklılıklara göre dağılımlar gerçekleştirilmiştir.

##### 4.8.1. Demografik Bulgular

Bu bölümde anketi yapmayı kabul eden katılımcıların cinsiyet, yaş, çalışma durumu, eğitim durumu, futbol ve espor ile ilgili ilgilenme dereceleri, müsabakaya gitme sıklıkları ile katılım durumlarına ilişkin bilgiler verilmiştir.



**Tablo 4.4.** Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Erkek	250	50,6
Kadın	244	49,4
Toplam	494	100,0

Bu bölümde ankete katılımında bulunan kişilerin cinsiyet durumuna ilişkin bilgiler verilmiştir. Katılımcıların %50,6'sı (250 kişi) erkekler tarafından oluşturulurken, % 49,4 (244 kişi) oranında kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Burada katılımcıların birbirlerine oldukça yakın ve dengeli olduğunu görmek mümkündür.

**Tablo 4.5.** Ankete Katılan Kişilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Frekans	Yüzde (%)
18-24 Yaş	215	43,5
25-34 Yaş	208	42,1
35-44 Yaş	40	8,1
45 Yaş ve Üzeri	31	6,3
Toplam	494	100

Katılımcıların büyük çoğunluğunu 18-24 yaş grubu oluşturmaktadır. Hem futbol, hem espor eğilimi açısından bu oran yaş grubunun espor çıkış dönemi açısından da kapsayıcı olduğunu göstermektedir. 215 kişi yani tüm yaş grupları içinde %43,5 oranına sahiptir. Onu takiben 25-34 yaş arasındaki grup gelmektedir; %42,1 (208 kişi) oranına sahiptir. 35-44 %8,1 (40 kişi), 45 ve üzeri yaş grubu ise %6,3 (31 kişi) oranlarına sahip olarak, oldukça kısıtlı kalmıştır. Espor için yaş gruplarının 35-44 grubunun aşağısında kalması da oldukça normal bir sonuç olarak söylenebilir.

**Tablo 4.6.** Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumuna Göre Dağılımı

<b>Çalışma Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	456	92,3
Hayır	38	7,7
Toplam	494	100,0

Katılımcıların %92,3'ü (456) yani büyük bir oranı bir iş kolunda çalışmakta ve geri kalan % 7,7'lik (38 kişi) çalışma durumunu hayır olarak işaretleyerek çalışmadıklarını beyan etmiştir.

**Tablo 4.7.** Ankete Katılan Kişilerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Lise	108	21,9
Ön Lisans	147	29,8
Lisans	239	48,4
Toplam	494	100,0

Eğitim durumu söz konusu olduğunda ise katılımcıların % 48,4'u (239 kişi), yani büyük orandaki kısmı Lisans mezunu olduğunu belirtmiştir. Geri kalan % 29,8 (147 kişi) Ön Lisans, % 21,9 (108 kişi) Lise mezunu olarak katılım gerçekleştirmiştir.

**Tablo 4.8.** Espor ile İlgilenme Durumuna Göre Dağılımlar

<b>Espor ile ilgilenen</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Espor Düşük	314	63,6
Espor Yüksek	180	36,4
Toplam	494	100

**Tablo 4.9.** Futbol ile İlgilenme Durumuna Göre Dağılımlar

<b>Futbol İle İlgilenen</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Futbol Düşük	326	66
Futbol Yüksek	168	34
Toplam	494	100

**Tablo 4.10.** Futbol ve Espor ile İlgilenme Durumuna Göre Dağılımlar

<b>Futbol ve Espor ile ilgilenen</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Futbol Yüksek	90	18,2
Espor ve Futbol Düşük	224	45,3
Espor ve Futbol Yüksek	78	15,8
Espor Yüksek	102	20,6
Toplam	494	100

Toplam 494 katılımcının oranları bulunduğundan sonra, bu datalar üzerinden medyan bulunmuştur. Medyanın çıkardığı sayı 4'tür. Bu şekilde bakıldığında derecelendirme içerisinde yer alan numaralandırmalar ise şu şekilde kodlanmıştır; Her Zaman = 1, Sıklıkla = 2, Ara sıra = 3, Nadiren = 4, Hiçbir Zaman = 5. Numaralandırma ve medyanın verdiği bilgi ile de gruplandırma medyan olan 4'ün üzeri olarak ortaya çıkmış, bu durumda da ara sıra, sıklıkla seçenekleri dahil edilmiştir. Bu ayrımla birlikte 168 futbol ile ilgilenenler, 180 ise espor ile ilgilenenler olarak kendini ayırmıştır. Tablo 4.8, Tablo 4.9, Tablo 4.10'da görüleceği gibi, kesişim noktalarının da dahil edildiği, kendi içlerinde de ayrılan gruplandırmalar yapmak mümkündür. Burada yüksek ve düşük olarak kullanılan terimler yüksek seviyede veya sadece ilgilenen (Yüksek) veya hiç ilgilenmeyen ya da az ilgilenen (Düşük) olarak ayırmaya yardımcı olması açısından seçilmiştir.

**Tablo 4.11.** Espor Müsabakasına Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Dağılım

<b>Espor müsabakasına oyuncu olarak katılım</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	119	24,1
Hayır	375	75,9
Toplam	494	100,0

Espor müsabakalarına katılan oyuncu durumunu anlamak için sorulan sorunun sonucunda 494 katılımcının %24,1'i (119 kişi) evet cevabını işaretleyerek, bir turnuvada ya da oyunda katılımcı olduklarını ve yarıştıklarını beyan etmiştir. Bununla birlikte büyük bir çoğunluk ise %75,9 (375 kişi) ile oyuncu olarak herhangi bir espor etkinliğine dahil olmadıklarını belirtmiştir.

**Tablo 4.12.** Espor Müsabakasına Seyirci Olarak Katılma Durumuna Göre Dağılım

<b>Espor müsabakasına seyirci olarak katılım</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Evet	222	44,9
Hayır	272	55,1
Toplam	494	100,0

Espor müsabakalarına seyirci olarak dahil olan kişilerin oranını anlamak için sorulan sorunun sonucunda 494 katılımcının %44,9'u (222 kişi) evet cevabını işaretleyerek, bir turnuvada ya da oyunu fiziksel olarak katılımcı olduklarını ve izleyici konumunda bulduklarını beyan etmiştir. Bununla birlikte ise %55,2 (272 kişi) oranında hayır cevabı alınmış ve katılımcıların espor turnuvalarında herhangi bir şekilde fiziksel olarak bulunarak katılımcı olmadıkları ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.13.** Spor Müsabakalarına Gitme Sıklığına Göre Dağılım Durumu

<b>Spor Müsabakalarına Gitme Sıklığı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Her Hafta	55	11,1
İki Haftada 1 Defa	54	10,9
Ayda 1 Defa	72	14,6
Yılda 1-2 Defa	147	29,8
Hiçbir Zaman	166	33,6
Toplam	494	100,0

Espor ile ilgilenen ve ilgilenmeyenleri ayırabilmek adına sorulan sorulardan ilki spor müsabakalarına ne sıklıkta katılım gerçekleştirilip, gerçekleştirilmediğidir. Bu analiz için her zaman = 1, sıklıkla = 2, ara sıra = 3, nadiren = 4, hiçbir zaman = 5 şeklinde kodlama yapılarak SPSS üzerinde ayrışması sağlanmıştır. Ankete katılan 494 kişi arasında spor müsabakalarına gitme sıklığını her zaman yani 1 puanla işaretleyen kimse olmamıştır. Büyük çoğunluk %33,6 (166 kişi) fiziksel olarak spor müsabakalarına gitmeyi tercih etmediklerini beyan etmiştir. Geriye kalan ve bu etkinliği yapan kişiler içinde %29,8'inin (147 kişi) yüksek oranda yılda 1-2 defa spor müsabakalarına fiziksel olarak katılım sağladıkları görülmektedir. Katılımcıların %14,6 (72 kişi) ayda 1 defa cevabını işaretlerken, %10,9 (54 kişi) iki haftada 1 defa, % 11,1 (55 kişi) her hafta spor müsabakalarına gittiklerini beyan etmiştir.

**Tablo 4.14.** Espor Müsabakalarını İzleme Sıklığına Göre Dağılım Durumu

<b>Espor Müsabakaları İzleme Sıklığı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Sıklıkla	48	9,7
Ara sıra	132	26,7
Nadiren	138	27,9
Hiçbir Zaman	176	35,6
Toplam	494	100,0

Espor müsabakalarını fiziki anlamda gitmek zorunlu olmadan izleme sıklığı sorusu ise espor ile ilgilenme derecelendirmelerinden biridir. Bu analiz için her zaman = 1, sıklıkla = 2, ara sıra = 3, nadiren = 4, hiçbir zaman = 5 şeklinde puanlama yapılarak SPSS üzerinde ayrışması sağlanmıştır. Her zaman seçeneği hiç işaretlenmemekle birlikte, hiçbir zaman %35,6 (176 kişi) oranında işaretlenmiştir. Bu tecrübeyle seçenekleri işaretleyenlerin %27,9'unu (138 kişi) nadiren, %26,7'sini (132 kişi) ara sıra ve %9,7'sini (48 kişi) sıklıkla oluşturmaktadır. Medyanın 4 çıkmasıyla birlikte bu oranlarda 4 puan ve altına denk gelenler alınmıştır. Ara sıra ve sıklıkla seçilenler içinde bu ortalamaya dahil edilen dereceyi temsil etmektedir.

**Tablo 4.15** Futbol Maçlarına Gitme Sıklığına Göre Dağılım Durumu

<b>Futbol Maçlarına Gitme Sıklığı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Sıklıkla	38	7,7
Ara Sıra	130	26,3
Nadiren	167	33,8
Hiçbir Zaman	159	32,2
Toplam	494	100,0

Futbol maçlarının gitme sıklığına göre dağılımı ise, futbol ile medyana göre alınan ilgilenen kısmı sonuç olarak karşılaştırmada kullanılmıştır. Geleneksel sporlardan biri olarak espor ile ilgilenmeyenler kategorisini göstermesi için futbol seçilmiştir. Burada ise %33,8 (167 kişi) oranında nadiren seçilmiştir. Medyan skorunun üstünde kalan ara sıra seçeneği %26,3 (130 kişi) oranında işaretlenirken, sıklıkla %7,7 (38 kişi) tarafından seçilmiştir. Hiçbir zaman ise %32,2 (159 kişi) oranında işaretlenirken, diğer sorularda olduğu gibi her zaman seçeneği hiçbir katılımcı tarafından tercih edilmemiştir.

#### 4.9. Hipotez Testleri

Normal dağılan sürekli değişkenler için bağımsız t testi, normal dağılmayan sürekli değişkenlerin 2’li karşılaştırmaları için Mann Whitney U testi, 2’den fazla grup karşılaştırmaları için Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Değişkenlerin Normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov Smirnov testi ile değerlendirilirken hipotezler 0,05 kritik değeri referans alınarak analiz edilmiştir.

**Tablo 4.16.** Motivasyonlara Göre Espor ile İlgilenenlerin ve İlgilenmeyenlerin Farklılaşması

Motivasyon Ölçeği ve Alt Ölçekleri	Espor Düşük		Espor Yüksek		P
	Ort	SS	Ort	SS	
Motiv_Bilgi	6,38	3,43	6,93	3,65	0,000
Motiv_Kaçış	6,18	3,36	6,87	3,59	0,003
Motiv_Toplam	55,76	26,29	59,81	25,45	0,002

(1=Kesinlikle Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum)

H1: Espor ile ilgilenenler ve espor ile ilgilenmeyenler arasındaki motivasyonlar açısından anlamlı bir şekilde farklılık vardır.

Espor ile ilgilenenler ve espor ile ilgilenmeyenler arasındaki motivasyonlar farklılıklarını alt ölçekler bazında ortaya koyabilmek için Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Sonuçlara göre motivasyonların toplam bazda bakıldığında espor ile ilgilenenler ve ilgilenmeyenler arasında ( $p= 0,002$ ) anlamlı derecede farklılık ortaya çıkmıştır. Alt ölçekler bazında incelendiklerinde, araştırmanın iki hipotezi desteklenmiştir.

H1a hipotezi alt ölçekler bazına indirildiğinde kaçış motivasyonunun esporcularda anlamlı derecede daha yoğun olduğunu savunmaktadır. Kaçış motivasyonu, oyuncuların ve seyircilerin gerçek dünyadan kaçışını temsil etmektedir. Yani espor ile ilgilenen kişilerin, ilgilenmeyenlere göre çok daha sık gerçek dünyanın farkındalıklarından uzaklaşmak istediğini göstermektedir. Araştırmanın analiz

sonuçları kaçış motivasyonunun espor ile ilgilenenlerde ( $\mu=6,87$ ,  $p=0,003$ ) daha yüksek bir motivasyon olduğunu göstermektedir.

H1b hipotezi alt ölçekler bazına indirildiğinde bilgi motivasyonunun esporcularda anlamlı derecede daha yoğun olduğunu savunmaktadır. Bilgi motivasyonu oyun bilgisi olarak tanımlanırken, temelde oyunu öğrenmek, stratejik olarak kişisel gelişime dahil edecek şekilde öğrenme isteğini anlatmaktadır. Bu tanımla birlikte oyun bilgisinin espor izleyicileri için çok daha önemli olduğunu analizler göstermektedir. Araştırmanın analiz sonuçları bilgi motivasyonunun espor ile ilgilenenlerde ( $\mu=6,93$ ,  $p=0,000$ ) daha yüksek bir motivasyon olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4.17.** Şiddet ve Taraftarlık (Fanatizm) Ölçeğine Göre Espor ve Futbol Farklılaşması

Şiddet ve Taraftarlık Ölçeği ve Alt Ölçekleri	Futbol Yüksek		Espor ve Futbol Yüksek		Espor Yüksek		P
	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	
Şiddete Eğilim	12,29	6,35	12,13	5,80	10,83	5,20	.276
Fanatizm Derecesi	11,83	4,09	11,13	4,27	9,85	4,57	.004
Şiddet/Taraftarlık_Toplam	24,12	8,95	23,26	8,44	20,69	8,38	.004

(1=Kesinlikle Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum)

H2: Espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha az fanatizm belirtileri göstermektedir.

Espor ile ilgilenenler ve espor ile ilgilenmeyenler arasındaki şiddet ve fanatizm farklarını anlamak, şiddete eğilim ile taraftarlık derecesinde üst noktalarda davranış sergilemek noktasında ayrışmayı yakalamak için soruların sonuçları Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir. Alt ölçek bazında bakıldığında esporla ilgilenenler göre, katılımcılar arasındaki esporla ilgilenmeyenlerin ( $\mu= 11,83$   $p= 0,276$ ) fanatizm değerlerinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Bu noktada esporun fanatizm



duruşundan, geleneksel sporlara (temsili futbol) göre daha uzak kaldığını söylemek mümkündür. Literatür araştırmasında da oyuna olan motivasyonların farklılaşması ve yeni nesilin daha farklı bir bakış açısıyla esporu ortaya çıkarmasındaki en temel farklılıklardan biri olarak gözümüze çarpan bu duruş, taraftarlığın daha sakin ve farklı bir yapıda geliştiğinin ön sinyalini de zaten vermişti. Şiddet ve taraftarlık ölçeğinin toplam değerlerine bakıldığında da aslında espor ile ilgilenmeyen katılımcıların bu anlamda daha yoğun hislere sahip olduğunu ( $\mu= 24,12$ ,  $p=0,004$ ) görmek mümkündür.

H3: Espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha az şiddete meyillidir.

Şiddet ve Taraftarlık ölçeğinin bir diğer alt ölçeği ise şiddete eğilim olarak ayrılmaktadır. Tüm ölçeğe bakıldığında, şiddet ve taraftarlık noktasındaki farkın, yalnızca şiddet konusu ile ilgili sorulara indirgenmesi noktasında daha başka bir sonuç verdiğini görmek mümkündür. Ortalamanın yine espor ile ilgilenmeyenler tarafında daha yüksek kaldığını ( $\mu=12,29$ ,  $\mu=10,83$ ) ancak analiz sonucunda aralarındaki farkın ( $p=0,276$ ) hipotezdeki espor seyircisinin daha az şiddete meyilli olmasını onaylayacak kadar anlamlı kalmadığını göstermektedir.

**Tablo 4.18.** Cinsiyet Eşitliği Ölçeğine Göre Espor ile İlgilenen ve İlgilenmeyenlerin Dağılımı

Cinsiyet Eşitliği Ölçeği ve Alt Ölçekleri	Futbol Yüksek		Espor ve Futbol Yüksek		Espor Yüksek		P
	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	
Cinsiyet_EUGA	12,48	6,33	13,45	6,29	11,78	5,18	0,191
Cinsiyet_KEBKA	9,82	4,53	9,63	4,53	9,30	4,40	0,835
Cinsiyet Eşitliği_Toplam	22,30	9,83	23,08	10,09	21,09	8,67	0,476

(1=Kesinlikle Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum)

H4: Espor ile ilgilenmeyenler, kadınlar konusunda espor ile ilgilenenlere göre daha ön yargılıdır.

Cinsiyet eşitliğine yaklaşım noktasında uygulanan ölçek üzerinden katılımcıların cevapları Kruskal-Wallis testi ile analiz edilmiştir. Erkeği üstün gören anlayış (EUGA) ve Kadını erkeğe bağımlı kılan anlayış (KEBKA) alt ölçekleri bazında incelenen cevaplar sonucunda hiçbir anlamda anlamlı farklılık bulunamaması yanı sıra, ortalama üzerinden bakıldığında esporla ilgilenenlerin yine de daha ılımlı olduğu noktaları olduğunu söylemek mümkündür. Burada cinsiyet eşitliği yaklaşımına toplam ölçek bazında bakıldığında espor ile ilgilenenlerin ( $\mu=21,09$ ), ilgilenmeyenlere ( $\mu=22,30$ ) göre farklı çıktığını görmek mümkündür. Ancak analiz sonucunda katılımcıların dengesi de düşünüldüğünde ( $p=0,476$ ) bu fark hipotezi destekleyebilecek noktada anlamlı bulunmamış ve genellenemez kabul edilmiştir.

Alt ölçekler bazında incelendiğinde EUGA alt ölçeğinde yine espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre farklı ortalama sahip olmakla birlikte, anlamlı bir farklılık gözlenmemektedir ( $\mu=11,78$ ,  $\mu=12,48$ ,  $p=0,191$ ). KEBKA alt ölçeği altında inceleme yapıldığında ise aynı durum söz konusudur. Diğer iki başlığa göre çok daha düşük bir ortalama farkı görülmekte ve bu fark da hipotezi destekleyebilecek kadar anlamlı bulunmamaktadır ( $\mu=9,30$ ,  $\mu=9,82$ ,  $p=0,835$ ).

**Tablo 4.19.** Hipotez Testleri Özet Tablosu

<b>Hipotezler</b>	<b>Hipotez Açıklamaları</b>	<b>Sonuç</b>
H1	Espor ile ilgilenenler ve espor ile ilgilenmeyenler arasında motivasyonlar açısından anlamlı bir şekilde farklılık vardır.	Desteklendi
H1a	Günlük hayattan kaçma motivasyonu espor ile ilgilenenler için, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha yüksektir.	Desteklendi
H1b	Espor ile ilgilenenler için oyun bilgisi motivasyonu, espor ile ilgilenmeyenlere olmayanlara göre daha yüksektir.	Desteklendi
H2	Espor ile ilgilenenler, futbol ile ilgilenenlere göre daha az fanatizm belirtileri göstermektedir.	Desteklendi
H3	Espor ile ilgilenenler, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha az şiddete meyillidir.	Reddedildi
H4	Espor ile ilgilenmeyenler, kadınlar konusunda espor ile ilgilenenlere göre daha ön yargılıdır.	Reddedildi

## SONUÇ

Espor ortaya çıktığı dönem içinde kendi kurallarını koyan, kendi dominant ortamını ve platformlarını oluşturmayı başaran en güçlü savaşıclardan biri olma hedefine ulaşmıştır. Bugün, espor için federasyonların oluşup, büyüdüğü, gitgide kalabalıklaşan bir kitleye sahip olduğu, üstelik hiç duymayanların bile çok hızlı bir süreç içinde terimine hâkim olduğu bir pozisyonu da yakalamayı başarmıştır. Tarih boyunca her jenerasyonun düzeni değiştiren, çoğu zaman iyiye yönelik gelişim sağlayan davranışlarının bir örneği olarak algılanan espor, en yüksek ödülleri sunan, global kalabalıkları bir arada tutan bir birleştirici unsur olmaya da başlamıştır. Tüm dünyada yavaş yavaş sporlar listesinde yerini almayı başarmış espor federasyon ve temsilcilerinin de yardımıyla çok süratli bir şekilde bilinirliğini gelecek için, geleneksel sporlar seviyesine taşıyacağına sinyallerini vermektedir.

Esporun, geleneksel sporlara göre davranış farklılıkları ile ilgili bulgulara ulaşmaya çalışan bu araştırmanın anket çalışması Türkiye içinde, tüm özellikli demografik ayırım gözetmeksizin 620 kişi ile gerçekleştirilmiş, soruların tümüne cevap veren 494 kişinin cevaplarının analizleri tüm Türkiye için genellenebilir durumda açıklanmıştır. Araştırma espor ve futbol konulu 20 farklı site ve online platform üzerinde gerçekleştirilmiş, aynı zamanda Türkiye espor federasyonunda bulunan sporcu ve taraftarların da dahil olması sağlanmıştır.

Araştırma sonuçları espor ve geleneksel sporların araştırmadaki temsili futbola ilgi duyan amatör, profesyonel ya da aktif olarak sporu yapmasa da sadece seyirci olan kişilerle yapılmıştır. Bu araştırmada kadın ve erkek katılımcıların hemen hemen eşit olduğunu görmek mümkündür. Araştırmanın büyük çoğunluğunu 18-24 yaş gurubu (215 kişi), onu hemen takiben ise 25-34 yaş grubu (208 kişi) oluşturmaktadır. Çalışan durumu % 92,3 oranında evet işaretlendiğinden, katılımcıların çok büyük çoğunluğu çalışandır. Lisans mezunu 239 kişi ankete dahil olarak, büyük çoğunluğu oluşturmuştur.

Espor ve futbol ile ilgilenen kişilerin müsabakaya katılma, izleme ve fiziksel olarak bulunmasa da takip etme sıklıkları farklılık göstermektedir. Bu soruların ayrımları noktasında espor ile ilgili 180 kişi ve futbola daha çok ilgi duyan 168 kişi ankette davranış farklılıklarının anlaşılması noktasında temsili grupları oluşturmuştur.

Türkiye’de turnuvaların, dünyadaki turnuvalardan daha az gerçekleştiğini ve bu anlamda çok daha nadir duyumunun yayıldığı göz önünde bulundurulduğunda, fiziksel olarak katılımın sıklığının, herhangi bir cihaz aracılığıyla seyretme sıklığına göre daha az olduğu ortadadır. Futbol ise daha kolay ulaşımı olan bir spor olarak, fiziksel olarak bulunma noktasında çok daha yüksek durumdadır.

Espor ortaya çıkmaya başlamadan önce video oyunlarının sosyal olarak yorumlanması, literatürde de bolca konusu geçen bir durumdur. Ancak motivasyonların ayrımları yapıldığında esporun, bu genellemeye maruz kalan yeni dönem insanların, esporu bir sosyalleşme aracı olarak kullanıyor olduğu ortaya çıkmaktadır. Zaten online espor platformların bir çoğu da bu eksik alanı doldurmak için hızla büyüyor olduğunu kanıtlamıştır.

Bunun yanında, futbolda oyunu strateji ve süreç öğrenmek için izlemek söz konusu olmadığı gibi, aksine espor oyun stratejisine hakim olmak ve kendi deneyimlerine bunu dahil edebilmek için önemli bir motivasyon olarak karşımıza çıkmaktadır. Analizlerin sonucunda çıkan oyun bilgisi motivasyonunun, espor ile ilgilenmeyenlere göre daha fazla çıkması bu açıdan şaşırtıcı olmamıştır. Aynı şekilde futbol, aile ve çocuklarla daha çok yapılması sevilen bir spor olarak, espora göre farklı bir alanda konumlanmış ve espora ilgi duyan kişilerin kaçış motivasyonunun bu anlamda daha yüksek olması da anlaşılır sayılmaktadır. Espor ile ilgilenenlerle, ilgilenmeyenlerin motivasyon farklılıkları açıkça kendini göstermekte, bazı alt başlıklarda bakıldığında ise daha büyük farklara sahip olduğunu kanıtlamaktadır.

Espor gelişimini devam ettirirken, Türkiye için özellikle espor takımlarına karşı tavrın, futbol takımlarına karşı olan tavra benzerlik göstermediğini analizlerde görmek mümkündür. Tüm genel anlamıyla esporun geleceğin sporu olarak şiddet ve fanatizm içeren davranışları törpülediğini ve bu yeni spor sınırları içine almadığını söylemek, tarihsel spor evrimini başarıyla gerçekleştiriyor olduğunu da göstermektedir. Özellikle fanatik olma durumunun hala geleneksel sporlara ait olduğu ve esporda bunun daha farklı ve az durumda bulunduğu açıktır.

En önemli başlıklardan biri ise cinsiyet ayrımı ve aslında espor ile büyüyen kalabalıkların, kadına yaklaşım anlamında farklı bir anlayışa sahip olduğu düşüncesidir. Her ne kadar literatür araştırması da bu konuda iki kutupta kalmış olsa da, araştırma sonuçları da bunun doğru olmadığını, iki tarafın da bu başlığa

yaklaşımının farklı olmadığını göstermektedir. Bu anlamda kadına bakış ve yaklaşımın aynı derecede geliştirilebilir ve yönetilebilir olduğunu söylemek mümkündür.

### **Kısıtlamalar**

Bu çalışma herhangi bir bütçe ile yürütülmemiştir. Anketlere katılan örneklem internet üzerinden gönüllülük esasına göre seçilerek toplam 494 katılımcı ile gerçekleştirilebilmiştir.

Çalışma geleneksel sporlardan bir dal seçilerek, kısıtlı imkanlar dahilinde yapılmak istenildiğinden sadece futbol tercih edilmiştir. Ancak bu çalışma tüm geleneksel spor örneklemelerinin de dahil edildiği bir süreçte yapılması dahilinde, çok daha çeşitli veriler elde etmek mümkün olabilecektir.

Motivasyonlar, taraftarlık, şiddet ve cinsiyet ayrımı yaklaşımı noktasında kısıtlı ölçeklerle ölçüm yapılmıştır. Ancak zaman olması dahilinde daha çeşitli soru ve ölçeklerle detaylı veri toplanabilir hale gelinebilecektir. Aynı zamanda zaman ve imkân sınırlaması olmadığı takdirde soruların ek araştırma yöntemleriyle desteklenmesi mümkündür.

Araştırmanın şiddet ve cinsiyet ayrımı yaklaşımı ölçekleri çok keskin sorular içermektedir. Bu soruların gerçek düşünülen duyguları ortaya çıkarması noktasında yetersiz kalması mümkündür. Böyle bir durumda, bu soruları destekleyecek çok daha sık ölçek ve büyük gruplarla ölçümü yapmak, veri çeşitliliği için daha etkili olabilecektir.

Aynı zamanda zaman kısıtlaması, imkanlar ve bütçesel kısıtlılıklar nedeniyle araştırmanın tüm dünya genelinde yapılması, çok daha genellenebilir ve bol çeşitli verilerin ortaya çıkmasına izin verecektir.

### **Öneriler**

Espor ve geleneksel sporların arasındaki davranış farklılıklarının tanımlanması, jenerasyon ve geleceğe yönelik gelişmelerinin de farklı noktalarını ortaya koymaktadır. Bu açıdan bakıldığında olumsuz sayılabilecek şiddet eğilimi, fanatizm, cinsiyet ayrımı gibi konularda hangi noktalarda değişikliklerin yaşandığı tespit edilebilir ve bu doğrultuda çözüm üretmek de mümkün hale gelebilecektir.

Motivasyonlardaki farklılıklar esporun yeterince yayılmamasının bir diğer nedenlerinden biridir. Motivasyonlarda eksik ateşliyeciler espor içine dahil edilerek, yükselişinin daha da hızlı gerçekleşmesi sağlanacaktır. Aynı zamanda Türkiye espor federasyonu ile ortak çalışmalar bu sporcuların ve bu spora ilgi duyanların çoğalmasını sağlayacak, motivasyonların çeşitlendirilmesi anlamında da önemli bir yardımcı konumuna geçecektir.

Espor ile ilgili platformların yaygınlaşması, turnuvalarının daha yoğun bir şekilde tanıtımının yapılacak olması, esporun yayılmasına katkıda bulunacağı gibi, espor ile ilgilenenlerin oyun bilgisi edinme noktasında da doyuma ulaşmasına yardım edecektir.

İleride yapılacak araştırmalarda, daha büyük ölçekli ve geniş kitleleri kapsayan araştırmaların yapılması daha çeşitli veri toplama noktasında yararlı olacaktır. Yapılacak daha çeşitli ve imkanı bol olan araştırmalar sayesinde; elektronik sporcular ile genel kamuoyunun elektronik spora ilişkin tutum, bilgi, davranış vb. durumlarının karşılaştırılma imkânı doğacaktır.

Davranış farklılıkları ve çeşitlilikleri olarak ortaya konan bu çalışmayı tamamlayan veya eksikliklerini ortaya koyan yeni çalışmalar, daha geniş örneklemelerin de olmasıyla yapılabilir. Aynı zamanda ülkeler bazında, farklı kültürler ve yerlerdeki insanların da bakış açıları, düşünceleri, bu alana dair farklılıklarını belirlemek de mümkündür.

Bu tür araştırmaların olması esporun ismen büyümesine, geleceğin sporu olarak görünen dalın dikkate daha fazla alınmasına da destek olmaktadır. Bu tip araştırmaların çoğalması aynı zamanda literatür zenginliği faydası açısından da önem arz etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34, 347–356.
- Acet, M. (2001) Futbol Seyircisini Fanatik ve Saldırgan Olmaya Yönelten Sosyal Faktörler, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Acet, M. (2005). *Sporda Saldırganlık ve Şiddet*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Akın, E. (2008). Elektronik Spor: Türkiye’deki Elektronik Sporcular Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi.
- Arslanoğlu, K. (2005). *Futbolun psikiyatrisi*. İthaki Yayınları. İstanbul.
- And, M. (2003), *Oyun ve Bügü / Türk Kültüründe Oyun Kavramı*. İstanbul: YKY.
- Adcroft, A. ve Teckman, J. (2009). Taking sport seriously. *Management Decision*, 47 (1), 5-13.
- Arıkan, Y. (2007). Futbolda Şiddet ve Polis. *Polis Bilimleri Dergisi*, 9, 109-132.
- Arslan, C. ve Bingölbali, A. (1997) Futbol Seyircisini Fanatik Olmaya Yönelten Motivasyonel ve Psikolojik Etkenler, *Hacettepe Üniversitesi Futbol Bilim Ve Teknolojisi Dergisi*, 6, 3-10.
- Ayan, S. (2006). Şiddet ve Fanatizm. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7,191-209.
- Back, L. Crabbe, T. ve Solomos, J. (2001). *The Changing Face of Football: Racism, Identity and Multiculture in the English Game*. Oxford: Berg.
- Baetens, J. (2014). The Art of Failure: An Essay on the Pain of Playing Video Games by Jesper Juul. *Leonardo Reviews*, 522-524.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self Efficacy: The Exercise of Control*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52 (1), 1–26.
- Bass, A. (2014). State of the Field: Sports History and the Cultural Turn. *Journal of American History*, 101(1), 148-172.



- BBC. (2015). Premier League in Record £5.14 Tv Rights Deal. Erişim Tarihi: 2 Eylül 2018,  
<http://www.bbc.com>.
- Beck, U. (2005) *Power in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. ve Lau, C. (2005). Second Modernity as a Research Agenda: Theoretical and Empirical Explorations in the Meta-change of Modern Societ', *British Journal of Sociology*, 56(4), 525–57.
- Bistline, E.N. ve Hawkins, A. R. (2017). Polite Gamesters, Bewitching Games: On the History of Games and Literary Study. *CEA Critic*, 79 (1), 1-11.
- Boido, C. ve Fasano, A. (2007). Football And Mood in Italian Stock Exchange, *The Icfai University Journal of Behavioral Finance*, 4, 32-50.
- Boniface, P. (2007). *Futbol ve küreselleşme*. İstanbul: NTV Yayınları.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., ve Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty?. *Journal of Marketing*, 73, 52–68.
- Breslau, R. (2012). Riot VP of eSports: 'Haters gonna hate'. Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2018,  
<https://www.gamespot.com>.
- Brown, A. (1998). United We Stand: Some Problems With Fan Democracy. In A. Brown (Edit), *Fanatics! Power, Identity and Fandom in Football*. London: Routledge.
- Bruner, M.W., Evans, B. M. ve Eys, A.M. (2012). Seeing the We in Me Sports: The Need to Consider Individual Sport Team Environments. *Canadian Psychological Association*, 53 (4), 301-308.
- Budak, S. (2000). *Psikoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Bury, R. (2013). Review of the Book *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. *International Journal of Communication*, 1504-1506.
- Butovskaya, M ve Kozintsev, A. (1999). Aggression Friendship and Reconciliation in Russian Primary School Children. *Aggressive Behavior*, 25(2), 125-139.
- Caillois, R. (1961). *Man, Play, and Games*. New York: Free Press of Glencoe.
- Cha, V. (2009a). A Theory of Sport and Politics. *The International Journal of the History of Sport*, 26 (11), 1581–1610.
- Cha, V. (2009b). *Beyond the Final Score*. Chichester, NY: Columbia University Press.

- Cha, V. (2010). Politics and the Olympics transaction: Measuring China's accomplishments. *The International Journal of the History of Sport*, 27 (14–15), 2359–2379.
- Cha, Victor. (2016). Role of Sport in International Relations: National Rebirth and Renewal. *Asian Economic Policy Review*. 139-155.
- Coakley, J. J. (1998). *Sport in Society: Issues and Controversies*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Cohen, S. (1973). *Campaigning against Vandalism: Vandalism*. Londra: The Architectural Press.
- Council of Europe (2001). Recommendation no. R (92) 13 Rev of the Committee of Ministers to Member States on the Revised European Sports Charter. Erişim Tarihi: 23 Ağustos 2018, [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectID=09000016804c9dbb](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016804c9dbb).
- Çepe, K. (1992). *Futbol Müsabakalarında Seyircilerin Saldırganlıkları ve Şiddet Sebepleri Üzerine Bazı Araştırmalar*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Discover Esports (2018). Erişim Tarihi: 27 Ağustos 2018, <https://discoveresports.com>
- Donghun L., ve Schonestedt, J. (2011). *Comparison of eSports and Traditional Sports Consumption Motives*, Xavier University.
- Dovey, J., ve Kennedy, H. W. (2006). *Game Cultures: Computer Games as New Media*. Maidenhead, Berkshire, England: Open University Press.
- Duggan, M. (2015). *Attitudes About Video Games*. Washington, DC: Pew Research Center.
- Edwards, T. F. (2016). Esports: A Brief History: Gaming ADANAI. Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2018. <http://adanai.com/Esport>.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, H. J. ve Tosca, P. S. (2008). *Understanding Video Games The Essential Introduction*. New York: Taylor ve Francis.
- Elias, N. ve Dunning, E. (1986). *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.
- Erdoğan, İ. (2008). Futbol ve futbolu inceleme üzerine; *İletişim Kuram ve araştırma dergisi*, 26.

- Esports Betting Elite (2018). Erişim Tarihi: 27 Ağustos 2018, <http://www.esportsbettingelite.com>.
- European Commission (2007). *White Paper on Sport*. [http://eur-lex.europa.eu/legal\\_content/EN/](http://eur-lex.europa.eu/legal_content/EN/).
- Fawbert, J. (2011). 'Wot, no Asians?' *West Ham United fandom, the cockney diaspora and the 'New' East Enders*. In: Burdsey D (edit) *Race, Ethnicity and Football: Persisting Debates and Emergent Issues*. London: Routledge, 175–190.
- Finley, M. ve Pleket, H. (1976). *The Olympic Games: The First Thousand Years*. London; Chatto ve Windus.
- Fişek, K. (2003). *Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi Dünyada-Türkiye'de*. İstanbul: YGS Yayınları.
- Foer, F. (2004). *Futbol Dünyayı Nasıl Açıklar?*. İstanbul: İthaki.
- Garland, J. ve Rowe, M. (2001). *Racism and Anti-Racism in Football*. Basingstoke: Palgrave.
- Galeano, E. (2008). *Gölgede ve Güneşte Futbol*. İstanbul: Can Yayınları.
- Games Press (2008). *World Cyber Games 2008*. Erişim Tarihi: 3 Eylül 2018, <http://www.gamesindustry.biz/articles/world-cyber-games-2008-to-be-fought-out-on-samsung-monitors>.
- Düşükniak, J. V. (1995). *Medical Resources on the Internet*. *Annals of Internal Medicine*, 123(2), 123-131.
- Gonzalez Sanchez, J. L., Gutierrez Vela, F. L., Montero Simarro, F. ve Padilla-Zea, N. (2012). Playability: Analysing User Experience in Video Games. *Behaviour and Information Technology*, 31. 1033–1054.
- Gözde, O. ve Alkan, V. (1998). Denizli Ortaöğretim Kurumlarındaki Sporcu Öğrencilerin Derslerindeki ve Spor Yaşantılarındaki Başarılarının Karşılaştırılması, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4, 14-21.
- Gratton, C., (2000). *Economics of Sport and Recreation*. London: E ve FN Spon.
- Gray, G. T. ve Wert-Gray, S. (2012). Customer Retention in Sports Organization Marketing: Examining the Impact of Team Identification and Satisfaction With Team Performance. *International Journal of Consumer Studies*, 36(3), 275-281.

- Greenberg, S.B, Lachlan, K., Lucas, K. ve Sherry L.J. (1994). Video Games Uses and Gratifications as Predictors of Use and Game Preference. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 1, 213-224.
- Gültekin O, Doğan M, Doğan, A. ve Eylen, B. (2000). Futbol Sahalarında Şiddet ve Emniyet Güçlerinin Tutumu Üzerine Bir Araştırma, *21.Yüzyılda Polisin Eğitimi Sempozyumu*, 25-27 Ekim, Ankara.
- Gümüşdağ, H. (2004). *Profesyonel Futbolda Fauller ve Saldırganlık Teorileri Bakımından Değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Gümüşgöl, O. (2016). *Futbol Seyircilerinde Saldırganlık, Şiddet ve Holiganizme Yönelik Davranışların Önlenmesinde Serbest Zaman Etkinliklerine Katılım Etkisinin İncelenmesi*. Doktora Tezi: Kütahya. Dumlupınar üniversitesi.
- Gürcan, H. İ. (1999). *Sanal Gazetecilik*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gürol, M. ve Sevindik, T. (2002). *İnternet Tabanlı Uzaktan Eğitim Uygulamaları, İnternet Konferansları*.
- Hallmann, K. ve Giel, T. (2018). eSports-Competitive Sports or Recreational Activity?. *Sport Management Review*, 21, 14-20.
- Hamari, J. ve Sjöblom, M. (2017). *What is eSports and Why Do People Watch It?* İnternet Araştırması.
- Hamilton, W. A., Garretson, O., ve Kerne, A. (2014, Nisan). *Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play Within Live Mixed Media*. 32. Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, 1315-1324.
- Hattenstone, S. (2017). *The Rise of eSports: Are Addiction and Corruption the Price of its Success?*, The Guardian.
- Hewitt, E. (2014). Will Esports Ever Become Widely Accepted As Official Sports And How Will They Affect The Way We Entertain Ourselves If They Do?. *In Computers For Everyone*, 81-83.
- Hope, A. (2014). The Evolution of the Electronic Sports Entertainment Industry and Its Popularity. *In Computers For Everyone*, 87-89.
- Houlihan, B. (1994). *Sports and International Politics*. New York: Harvest.
- Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens*. London; Routledge ve Kegan Paul.
- Huizinga, J. (1995). *Homo Ludens: A Study of Play Element in Culture*. London: Beacon Press.

- Hunicke, R., LeBlanc, M., ve Zubek, R. (2004). *MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research*. AAAI Workshop - Technical Report, 1.
- Hunt, K. Bristol, T. ve Bashaw, R. (1999). A Conceptual Approach to Classifying Sport Fans. *Journal Services of Marketing*, 13(6), 441-449.
- Hutchins, B. (2006). Computer Gaming, Media and E-Sport. *Tasa Conference*, Crawley: Australia.
- Jenkins, H., Ford, S., ve Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Jenson, J. (1992). *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization*. London: Routledge.
- Jin, S. A. (2012). Toward Integrative Models of Flow: Effects of Performance, Skill, Challenge, Playfulness, and Presence on Flow in Video Games. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56, 169–186.
- Juul, J. (2001). *Computer Games Telling Stories? A Brief Note on Computer Games and Narratives*. *Gamestudies*, 1(1).
- Juul, J. (2002). *The Open and the Closed: Games of Emergence and Games of Progression*. Computer Games and Digital Cultures Konferansı, Tampere, Finland.
- Juul, J. (2003). *Half-Real-Video Games Between Real Rules and Fictional Worlds*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, IT University of Copenhagen, Copenhagen.
- Juul, J. (2003). *The Game, The Player, The World-Looking for a Heart of Gameness*. Digital Games Research Conference, Utrecht.
- Kahn, R. E. (1999). Evolution of the Internet. World Communication and Information Report 1999-2000, Paris, UNESCO.
- Kaplan, Y. (2004). Bir Futbol Arkeolojisi ve Felsefesi: Neo-Pagan Popüler Kültür Olarak Futbol, *Eğitim Özel Sayısı*, 5(57).
- Karagözoğlu, C. (1999). Futbol Seyircisinde Saldırganlık Eğilimleri, (İstanbul Örneği), *Hacettepe Üniversitesi Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6 (3), 27-31.
- Karakuş, E. C. (2015). *Comparing Traditional Sports and Electronic Sports*. Yüksek Lisans Tezi, University of Illinois: Illinois.
- Karjaluoto, H., Munnukka, J., ve Salmi, M. (2016). How Do Brand Personality, Identification and Relationship Length Drive Loyalty In Sports? *Journal of Service Theory and Practice*, 26, 50–71.

- Katz, E., Blumler, J. ve Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research, *The Public Opinion Quarterly*, 37 (4), 509-523.
- Kaya, R., (2013). *Gençlik Müzik Festivallerinin Oyun Bilimsel Değerlendirmesi; Oyunbazlar, Aylaklar, Curcunabazlar*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kılıç, E. (2006). *Politik Goller*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Koruç, Z. Bayar, P. ve Arslan, F. (2004). *Türkiye’de Futbol Fanatikleri: Sosyal Kimlik ve Şiddet*. Türkiye Futbol Adamları Derneği Ankara Şubesi ve Spor Toto Genel Müdürlüğü Futbol Müسابakalarında Terörün Nedenleri ve Önleme Yolları Bilimsel Araştırma Yarışması. Ankara.
- Kraut, R. E., Rice, R. E., Cool, C., ve Fish, R. S. (1998). Varieties of Social Influence: The Role of Utility and Norms in the Success of a New Communication Medium. *Organization Science*, 9(4), 437-453.
- Kuper, S. (1994). *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kurtkan, A. (1976). *Genel Sosyoloji*, Fakülteler Matbaası, İstanbul.
- Lafreniere, M. A., Vallerand, R.J., Donahue, E.G. ve Lavigne, G. L. (2009). On the Costs and Benefits of Gaming: The Role of Passion. *Cyber Psychology and Behavior*, 12, 285–290.
- Lee, H. S., ve Cho, C. H. (2012). Sporting Event Personality: Scale Development and Sponsorship Implications. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14, 51–68.
- Lewis, R. (2000). *Smart Ball: Marketing the Myth and Managing the Reality of Major League Baseball*. Jackson, MS: University Press of Mississippi.
- Lieberman, D. A. (2001). Management of Chronic Pediatric Diseases with Interactive Health Games: Theory and Research Findings. *Journal of Ambulatory Care Management*, 24 (1), 26–38.
- Llorens, R.M. (2017). eSport Gaming: The Rise of a New Sports Practice. *Sport, Ethic and Philosophy*, 11(4), 464-476.
- Mandell, R. (1984). *Sport: A Cultural History*. New York: Columbia University Press.
- Mark, W., (2001). The Computer for the Twenty-First Century, *Scientific American*, *The International Journal of Computer Game Research*, 2(2), 94-100.
- Marsh, P. (1978). *Aggro: The Illusion of Violence*. London: Dent.

- Marsh, P. (1982). Social Order on the British Soccer Terraces. *International Social Science Journal*, 34 (2). 247-256.
- Marsh, P. ve Campbell, A. (1982). *Aggression and Violence*. Oxford: Blackwell.
- Marsh, P., Rosser, E., Harre, R. (1978). *The Rules of Disorder*. London: Routledge ve Kegan Paul.
- Martin, S. B., Wrisberg, C. A., Beitel, P. A., ve Lounsbury, J. (1997). NCAA Division I Athletes' Attitudes Toward Seeking Sport Psychology Consultation: The Development of an Objective Instrument. *The Sport Psychologist*, 11, 201–218.
- McFarlane, A., Sparrowhawk, A. ve Herald, Y. (2002). Report on the Educational Use of Games. Erişim Tarihi: 2 Ağustos 2018, <http://www.teem.org.uk>.
- Mengxia, Z. (2007). Impact of Brand Personality on Pall: A Comparative Research Between Two Different Brands. *International Management Review*, 3, 36–44.
- Mirioğlu, M. (2007). *Futbol Haberlerinin Sunumunda Şiddet: Hürriyet, Zaman Ve Birgün Gazetelerinden Futbol Sunumlarının Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Galeano, H. E. (1997). *Open Veins of Latin America: Five Centuries of the Pillage of a Continent*. New York: Monthly Review Press.
- Montgomery, P.L. (1981). *For Funs of Video Games, Fast Fin Gers Are Big Hel P*. The New York Times.
- Murray, B. (1994). *Football: A History of the World Game*. Aldershot; Scholar Press.
- Newzoo, (2015). The Global Growth of Esports Towards. Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018, <https://newzoo.com>.
- Oriard, M. (1993). *Reading Football: How the Popular Press Created an American Spectacle*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.
- Orleans, M., ve Laney, M. C. (2000). Children's Computer Use in the Home: Isolation or Sociation?. *Social Science Computer Review*, 18(1), 56-72.
- Özbaydar, S. (1983). *İnsan Davranışının Sınırları ve Spor Psikolojisi*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Özbiçakçı, S.T. (2016). *Esports: Alternative Fandom Research in Turkey*. Yüksek Lisans Tezi. Bilkent Üniversitesi: Ankara.

- Özbiçakçı, T. S. (2016). *Esports: Alternative Fandom Research in Turkey*. Bilkent University: Ankara.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 80-81.
- Dorsey, P. (2014). League of Legends Ratings Top NBA Finals, World Series Clinchers. Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2018,  
[http://espn.go.com/espn/story/\\_/page/instantawesome-leagueoflegends-141201/league-legends-championships-watched-more-people-nba-finals-worldseries](http://espn.go.com/espn/story/_/page/instantawesome-leagueoflegends-141201/league-legends-championships-watched-more-people-nba-finals-worldseries).
- Parlett, D.S. (1999). *The Oxford History of Board Games*. Oxford: Oxford University Press.
- Pearson, G. (2012). *An Ethnography of English Football Fans: Cans, Cops and Carnivals*. Manchester: Manchester University Press.
- Peng, W. (2009). Design and Evaluation of a Computer Game to Promote a Healthy Diet for Young Adults. *Health Communication*, 24, 115–127.
- Peng, W., M. Lee, ve C. Heeter. (2010). The Effects of a Serious Game on Role-Taking and Willingness to Help. *Journal of Communication*, 60. 723–742.
- Pfister, G. Lenneis, V. ve Mintert, S. (2014). Female Fans of Men’s Football a Case Study in Denmark. *Soccer ve Society*, 14(6). 850-871.
- Polygon. (2016). League of Legends Studio Riot Games. Erişim Tarihi: 12 Eylül 2018, <https://www.polygon.com>.
- PwC. (2016). VideoGames. Pricewater house Coopers. Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2018, [www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment](http://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment).
- Quick, S. (2000). Contemporary Sport Consumers: Some Implications of Linking Fan Typology With Key Spectator Variables. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 149-156.
- Ragheb, M.G. ve Tate, R.L. (1993). A Behavioural Model of Leisure Participation, Based on Leisure Attitude, Motivation and Satisfaction. *Leisure Studies*, 1(12), 61-70.
- Ravizza, K. (1988). Gaining Entry With Athletic Personnel For Season Long Consulting. *The Sport Psychologist*, 2, 243–254.
- Ravizza, K. (2001). *Reflections and Insights From the Field on Performance Enhancement Consultation*. Tenenbaum, G. (Ed.), *The Practice of Sport Psychology*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.



- Riot Games Web sitesi. (2006). Erişim Tarihi: 12 Eylül 2018, <https://www.riotgames.com>.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and Homogeneityheterogeneity. *Global Modernities*, 2, 25-45.
- Rodgers, B. (1977). *Rationalising Sports Policies: Sport in its social context*. International comparisons. Strasbourg: Council of Europe.
- Rosenzweig, R. (1997). The Nazi Olympics: Berlin 1936. *Journal of Sport History*, 24 (1), 77-80.
- Ross, S. D., James, J. D., ve Vargas, P. (2006). Development of a Scale to Measure Team Brand Associations in Professional Sport. *Journal of Sport Management*, 20, 260–279.
- Rubin, A. (1994). *Media Uses and Effects: a Uses and Gratifications Perspective*. J. Bryant ve D. Zillmann (Ed.), *Media effects: Advances in Theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, B.S. ve Otten, P. M. (2018). Women’s Experiences in eSports: Gendered Differences in Peer and Spectator Feedback During Competitive Video Game Play. *Journal of Sport and Social Issues*, 1(17).
- Salen, K. ve Zimmerman, E. (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. MIT Press: Cambridge.
- Sakallı-Uğurlu, N. (2002). Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği: Geçelik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49), 47-58.
- Scambler, G. (2005). *Sport and Society: History, Power and Culture*. NY: Open University Press.
- Scully, J.H., James H. (2001). *The National Medical Series for Independent Study*. Maryland: Thrift Book.
- Segal, D. (2014). Behind League of Legends, E-Sports’s Main Attraction. Erişim Tarihi: 2 Ağustos 2018, <http://www.nytimes.com>.
- Sert, M. (2000). *Gol Atan Galip*. Ankara: Bağlam Yayınları.
- Sherry, J. ve Lucas, K. (2003). *Video Games Uses and Gratifications as Predictors of Use and Game Preference*. Conference of the International Communication Association, San Diego, CA.

- Sigismondi, P. (2011). *The Digital Glocalization of Entertainment: New Paradigms in the 21st Century Global Mediascape*. New York: Springer.
- Smith, C. B. (1991). *Enterprising woman; Television Fandom and The Creation of Popular Myth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Snaveley, T.L. (2014). *History and Analysis of Esport System*; The University of Texas at Austin. Tamamlanmış Doktora Tezi.
- Solomon R., M. (2004). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Precentise Hall.
- Spaaij, R. (2008). Men Like Us, Boys Like Them: Violence, Masculinity and Collective Identity in Football Hooliganism. *Journal of Sport and Social Issues*, 32(4), 369–392.
- Susi, T., M. Johannesson, ve P. Backlund. (2007). *Serious Games: An Overview*. Teknik Rapor, HS-İKI-TR-07- 001. Skövde: School of Humanities and Informatics University of Skövde.
- Sutton, W.A., McDonald, M.A., Milne, G.R. ve Cimperman, J. (1997). Creating and Fostering Fan Identification in Professional Sports. *Sports Marketings Quarterly*, 6(1), 16-20.
- Szostek, R. (2011). An Effective System of Sports Competition Management. *Operations Research and Decisions*, 65-75.
- Şahin, H. M. (2003). *Sporda Şiddet ve Saldırganlık*, Ankara: Nobel Basımevi.
- Tatum, D. B. (2017). *Why Are the Black Kids Sitting Together in the Cafeteria?: And Other Conversations About Race*. NY: Basic Books.
- Taylor, T. L. (2012). *Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Mit Press.
- Thompson, J.B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Tok, S. (2004). *Spor Tüketimi Davranışını Etkileyen Motivasyonel Faktörler ve Spor Tüketimi Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması (İzmir İli Örneği)*. Tamamlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Trail, G.T. ve James, J.D. (2001). The Motivation Scale For Sport Consumption: Assessment of the Scale's Psychometric Properties. *Journal of Sport Behavior*, 24, 108-127.
- Turocy, L. T. ve Von Stengel, B. (2001). *Game Theory*. CDAM Research Report.

- Tuzgöl, M. (2000). Ana-Baba Tutumları Farklı Lise Öğrencilerinin Saldırganlık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (14), 39-48.
- Twitch. Tv. (2017). Erişim Tarihi: 24 Eylül 2018, <https://www.twitch.tv>
- UNESCO. (2000). Gender Sensitivity. Erişim Tarihi: 17 Ekim 2018, <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001304/130428e.pdf>
- UNESCO. (2002). Gender Sensitivity, A Training Manual. Erişim Tarihi: 17 Ekim 2018, <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001376/137604eo.pdf>.
- Uysal, A. (2005). *Üç Boyutlu Bilgisayar Oyunları Tasarımı*. Yüksek lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Üçkardeş, E. A. (2010). *Mersin Üniversitesi Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığının Değerlendirilmesi*. Uzmanlık Tezi, Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi, Psikiyatri Anabilim Dalı, Mersin.
- Wann, D., Melnick, M., Russell, G. ve Pease, D. (2001). *Sport Fans: The Psychology And Social Impact Of Spectators*. New York: Routledge.
- Witkowski, E., Hutchins, B. ve Carter, M. (2013). *E-Sports on the Rise?: Critical Considerations on the Growth and Erosion of Organized Digital Gaming Competitions*. 9th Australasian Conference on Interactive Entertainment: Matters of Life and Death, ACM, New York.
- World Cyber Games, (2000). eSports Earnings. Erişim Tarihi: 12 Eylül 2018 <http://www.esportsearnings.com/organizations/110-world-cyber-games>.
- Wouters, P., van der Spek, E. D. ve Oostendorp, H. V. (2009). *Current Practices in Serious Game Research: A Review from a Learning Outcomes Perspective*. Games-based Learning Advancements for Multi-Sensory Human Computer Interfaces: Techniques and Effective Practices, (Eds). T. Connolly, M. Stansfield, and L. Boyle, 232–250. Hershey, PA: IGI Global.
- Yöney, P.G. (2012). *Kitlelerin Afyonu Futbolun Latin Amerika Edebiyatındaki Yankıları*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Yörük, S. (2014). *Fanatik Futbol Taraftarlarında Madde Kullanımı İle Çocukluk Çağı Travması, Benlik Saygısı ve Kişilik Bozukluklarının İlişkisinin Araştırılması*. Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

Yüksel H, Doğan B, Moralı S ve Acar, M. F. (1998). Futbolda Şiddetin Toplum Bilimsel Boyutları, *Hacettepe Üniversitesi Futbol Bilim ve Teknolojisi Dergisi*, 5 (1), 22-26.



## EKLER – ANKET

1. Cinsiyetiniz?
Erkek
Kadın

2. Yaşınız?
18-24 Yaş
25-34 Yaş
35-44 Yaş
45 Yaş ve üzeri

3. Çalışıyor musunuz?
Evet
Hayır

4. Eğitim durumunuz?
İlköğretim
Lise
Ön Lisans
Lisans
Lisansüstü

5. Ne kadar sıklıkla spor müsabakalarına gidersiniz?
Her hafta
iki haftada 1 defa
Ayda 1 defa
Yılda 1-2 defa
Hiç

6. Daha önce bir E-spor müsabakasına oyuncu olarak katıldınız mı?
Evet
Hayır

7. Daha önce bir E-spor müsabakasına seyirci olarak katıldınız mı?
Evet
Hayır

8. E-spor müsabakalarını ne sıklıkla izlersiniz?
Hiç bir zaman
Nadiren
Ara sıra
Sıklıkla
Her Zaman

9. Futbol maçlarına ne sıklıkla gidersiniz?
Hiç bir zaman
Nadiren
Ara sıra
Sıklıkla
Her Zaman

10. Aşağıda yer alan ifadelerden sizin için uygun olanları işaretleyiniz.	Kesimlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesimlikle Katılıyorum
Takımım kazandığında kendim kazanmış gibi hissedirim					
Takımım başarılı olduğunda kişisel bir başarı duygusu hissedirim					
Takımım iyi oynadığında gurur duyarım					
Belirli oyuncuların istatistiklerini düzenli olarak takip ederim					
Takımımın galibiyet- malubiyet kayıtlarını genellikle bilirim					
Müsabaka sonuçlarını ve takım istatistiklerini düzenli olarak okurum					
Oyunun doğasında var olan güzelliği severim					
Oyunun belli bir doğal güzelliği vardır					
Oyunda zarafeti severim					
Müsabakanın son anlarındaki heyecanı severim					
Çekişmeli bir müsabakayı tek taraflı bir müsabakaya tercih ederim					
Sonucu son dakikaya kadar belirsiz olan müsabaka benim için daha zevklidir					
Müsabakalar benim için günlük faaliyetlerimden kaçıştır					
Müsabakalar günlük hayatın akışı içerisinde büyük bir değişikliktir.					
Müsabakaları dört gözle beklerim çünkü onlar yapılabilecek farklı şeylerdir					
Müsabakalara ailemle gitmeyi severim					
Eşimle müsabakaya gitmeyi severim					

Çocuklarımla müsabakaya gitmeyi severim					
Fiziksel olarak çekici oyuncuları izlemeyi severim					
Müsabaka izlememin temel nedeni oyuncuları çekici bulmamdır					
Bir oyuncunun cazibesi müsabakayı izlememin bir nedenidir					
Oyuncuların fiziksel becerileri takdir ettiğim bir şeydir					
Başarılı bir sportif performans, izlemekten hoşlandığım bir şeydir.					
Takımım tarafından sergilenen başarılı performansı severim					
Diğer taraftarlarla etkileşim içerisinde olmak maçlarda bulunmamın önemli bir parçasıdır					
Müsabaka sırasında yanıma oturan insanlarla konuşmayı severim					
Müsabakalar başka insanlarla beraber olmak için önemli bir fırsattır					



11. Aşağıda yer alan ifadelerden sizin için uygun olanları işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Canlı yayınlarda spikerin takımım aleyhine yaptığı yorumlara çok sinirlenirim					
Takımın maçlarını izlemek için stada veya arenaya giderim					
Takımımın sembollerini gösteren kıyafet ve malzemelerle maça giderim					
Stattaki bütün tezahürlara eşlik ederim					
Maç esnasında kızdığımda sahneye ya da sahaya yabancı cisim atabilirim					
Çevremdeki taraftarlarla ilgilenmekten çoğu zaman golü ya da kazandığı anları göremediğim olur					
Takımım müsabakayı kazanmak için, kural dışı dahil her yolu denemelidir					
Çoğu zaman tribünden rakip oyuncu veya hakem aleyhine kötü tezahürat yaparım					
Rakip takım taraftarlarına yapılan fiili şiddeti doğal karşılarım					
Takım tutmayan kişileri veya çocukları kendi takımımın taraftarı yapmak için uğraşırım					

Rakip takım izleyicisini takımın renkleri ile dışarıda görsem, ona saldırmamak için kendimi zor tutarım					
Rakip takım izleyicisi ile kavga çıkarsa çekinmeden kavgaya girerim					
Oyun çığırından çıkmışsa bazen çekinmeden kavgaya girerim					

12. Aşağıda yer alan ifadelerden sizin için uygun olanları işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyo	Katılmıyo	rum	Fikrim Yok	Katılıyor	Kesinlikle Katılıyor
Erkek kadına göre olaylara daha mantıklı yaklaşır						
Kadının erkekten çok para kazanması, kadın erkek arasındaki ilişkiyi bozar						
Kadın görüşeceği kişiler için kocasının onayını almalıdır						
Ailenin parasal harcamaları erkeğin kontrolünde olmalıdır						
Evle ilgili dışarıda yapılması gereken işler (fatura yatırma vb.) erkeğin sorumluluğudur						
Erkek zeki olduğu için kadından daha başarılı olur						
İş yaşamında erkeğe öncelik verilmelidir						
Ev işleri (ütü, bulaşık, evin toparlanması, temizlik, çocuk bakımı vb.) kadının sorumluluğundadır						
Siyaset erkeksi bir alandır						

Kadının özgürlüğü her zaman erkeğin denetiminde olmalıdır					
İş yaşamında üst düzey görevler erkeğe göredir					
Erkek kadından her zaman bir adım öndedir					
Erkek matematik ve fen alanındaki mesleklerde kadından daha başarılıdır					

