

**T.C.**  
**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**İŞLETME BİLİM DALI**

**TÜRK KADINI İÇİN YENİ ÜRÜN:**  
**ESPOR VE TÜKETİMİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan**  
**Furkan DEĞER**

**Danışman**  
**Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU**

**BOLU 2019**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,**

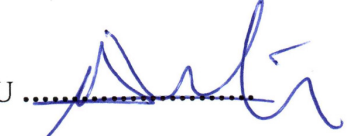
**Furkan Değer'e** ait **"Türk Kadını İçin Yeni Ürün: Spor ve Tüketimi"** adlı çalışma, jürimiz tarafından **İşletme** Anabilim Dalında **Yüksek Lisans Tezi** olarak oy birliğiyle/ ~~oy çokluğuyla~~ kabul edilmiştir.

**09.08.2019**

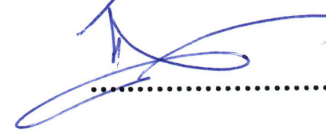
**Unvan, Adı, Soyadı**

**İmza**

**Üye (Tez Danışmanı):** Prof.Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU .....



**Üye** : Doç. Dr. Dilşad ÇOKNAZ .....



**Üye** : Dr. Öğr. Üyesi Uğur SÖNMEZOĞLU .....



---

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı**



**Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü**

## ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “**Türk Kadını İçin Yeni Ürün: Espor ve Tüketimi**” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başvurulan kaynaklardan yapılan alıntılarının adlarının bilimsel kurallara uygun olarak metin içinde, dipnotlarda ve kaynaklarda gösterildiğini, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.



**Furkan DEĞER**

**09.08.2019**

## ÖN SÖZ

Bu çalışmanın tespitinde, tez konusunun geliştirilmesinde, hazırlık aşamasında ve yazım sürecinde desteklerini, bilgi ve tecrübelerini benden esirgemeyen, değerli görüşleri ile yoluma ışık tutan ve her zaman bana yardımcı olan danışman hocam Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU'na teşekkür ederim. Çalışmanın veri toplama kısmında vakitlerini ayırıp görüşmelere gönüllü olarak katılım sağlayan değerli katılımcılara da desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Hayatım boyunca ve bu süreçte benden desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen başta annem ve babam Fazilet-İbrahim Beşir DEĞER, abim Oğuzhan Burak DEĞER olmak üzere tüm aileme ve bu süreçte fikir alışverişlerinde bulunduğum arkadaşlarıma da ayrıca teşekkür ederim.

**Furkan DEĞER**

**09.08.2019**

## ÖZET

### TÜRK KADINI İÇİN YENİ ÜRÜN: ESPOR VE TÜKETİMİ

**Furkan DEĞER**

**Yüksek Lisans Tezi**

**İşletme Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU**

**Ağustos 2019, 78 + xi Sayfa**

Teknolojinin gelişmesi ile meydana gelen gelişmeler birçok sektörü olduğu gibi spor sektörünü de etkilemiştir. Bu gelişmeler sonucu, geleneksel sporun yanında espor kavramı son yıllarda sıkça duyulmaya başlanmıştır. Espor; bilgisayar, konsol ya da mobil cihazlar aracılığı ile dünyanın dört bir köşesinden oyuncuların birbirleri ile bireysel ya da takım halinde rekâbet ve mücadele ettiği, birbirinden farklı çeşitlerde oyunlardan oluşan ve belirli kurallara bağlı olan spor dalıdır. Çalışmada sırası ile yeni ürün olarak espor'un tanımı, tarihsel gelişimi, istatistikleri ve mevcut durumu incelenmiş ardından kadın-spor ilişkisi ve kadınların ürün olarak espor tüketiminde yeri, motivasyonları ve karşılaştıkları problemler incelenerek çalışmanın araştırma kısmına geçilmiştir.

Çalışma, Türk kadını için yeni ürün olan espor'da rekreatif düzeyde oyun oynayan kadınların, espor tüketimindeki yeri, motivasyonları ve karşılaştıkları sorunların tespit edilmesini amaçlamaktadır. Bu amaçla, 20 kadın katılımcı ile derinlemesine görüşme yapılmış ve durum tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışma ile kadın oyuncuların durumu belirlenerek, yaşadıkları problemleri dile getirmek ve kadın oyuncuların sesi olmakla birlikte literatüre, kaynak bakımından eksik olan 'kadın ve espor' ilişkisini kazandırıp katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Espor, Spor, Kadın Oyuncu, Espor Tüketimi

## **ABSTRACT**

### **NEW PRODUCT FOR TURKISH WOMEN: ESPORT AND CONSUMPTION**

**Furkan DEĞER**

**Master Thesis**

**Department of Business Administration**

**Advisor: Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU**

**August 2019, 78 + xi Pages**

Improvement due to advancements in technology affect the field of sport as they affect so many other fields. As a results from these improvements, esport concept come into the stage in recent years, besides traditional sport. Esport is a branch of the sport that people struggle with each other or against computer either alone or in a team around all over the World via console, personal computer and mobile phones it is also a branch consist of games with variety which has a specific rule. In this Project, we have examined the definiton of esport as a new product, and its historical development in this order. Then we studied the relationship between women and sports and their place in the esports consumption as a product, their motivation and the struggles. After these, we went to the research phase of the project.

This study's goal is determining the place of the Turkish women's who play game in recreative level on esport and problems, motivations of the women gamers. For this purpose some detailed interviews were made with 20 women participants and the situation tried to be determined. This study's purpose is determining the women gamers situation, trying to be women gamers voice and adding the missing term "women and esport" to the literature.

**Key words:** Esport, Sport, Women Player, Esport Consumption

## İÇİNDEKİLER

<b>ONAY SAYFASI</b> .....	<b>ii</b>
<b>ETİK UYGUNLUK BEYANI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖN SÖZ</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vii</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>x</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xi</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>I. BÖLÜM</b>	
<b>1. PAZARLAMADA YENİ ÜRÜN OLARAK ESPOR VE DİJİTAL OYUNLAR</b> .....	<b>3</b>
1.1. Yeni Ürün Olarak Espor .....	3
1.2. Ürün Olarak Espor ve Dijital Oyunların Farkı .....	6
1.3. Kavramsal Çerçeve .....	6
1.4. Espor'un Tarihsel Gelişimi .....	8
1.5. Dünyada Espor İstatistikleri ve Güncel Durum .....	12
1.6. Türkiye'de Espor İstatistikleri ve Güncel Durum.....	18
1.7. Ürün Olarak Espor ve Dijital Oyunların Faydaları ve Zararları .....	20
1.7.1. Ürün Olarak Espor ve Dijital Oyunların Faydaları .....	20
1.7.2. Ürün Olarak Espor ve Dijital Oyunların Zararları .....	21

## II. BÖLÜM

<b>2. SPORDA KADIN VE KADINLARIN ESPOR VE DİJİTAL OYUNLARDAKİ YERİ, DENEYİMLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI PROBLEMLER.....</b>	<b>23</b>
2.1.Kadın Tüketicilerin Pazarlamada Artan Önemi ve Kadın Tüketicilere Yönelim.....	23
2.2. Kadın ve Spor .....	25
2.2.1. Geleneksel ve Modern Toplumlarda Kadın ve Spor.....	27
2.2.2. Batıda Kadın ve Spor .....	28
2.2.3. Türk Toplumlarında Kadın ve Spor .....	29
2.2.3.1. Eski Türk Toplumlarında Kadın ve Spor.....	29
2.2.3.2. Türkiye’de Cumhuriyet Sonrası Kadın ve Spor .....	30
2.2.4. Kadınların Spora Katılımının Artması.....	30
2.3. Kadınların Espor Ürün Tüketiminde Yeri, Deneyimleri ve Karşılaştıkları Problemler .....	33

## III. BÖLÜM

<b>3. REKREATİF DÜZEYDE OYUN OYNAYAN TÜRK KADIN OYUNCULARIN YENİ ÜRÜN OLAN ESPOR TÜKETİMİNDE YERİ, DENEYİMLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI PROBLEMLER.....</b>	<b>41</b>
3.1. Araştırma Problemi.....	41
3.2.Araştırmanın Amacı.....	41
3.3.Araştırmanın Önemi .....	42
3.4.Görüşme Soruları .....	42
3.5.Araştırmanın Yöntemi .....	43
3.5.1.Katılımcıların Belirlenmesi.....	43
3.5.2.Verilerin Toplanması ve Analizi.....	44
3.5.3.Geçerlik ve Güvenirlik.....	45
3.6. Bulgular .....	46
3.6.1. Türk Kadın Oyuncuların Espor Bilgisi .....	46
3.6.2. Türk Kadın Oyuncuların Takım Arkadaşı Tercihleri .....	47



3.6.3. Türk Kadın Oyuncuların Espor'a Yönelme Nedenleri ve Motivasyon Kaynakları .....	48
3.6.4. Türk Kadın Oyuncuların Oynadıkları Oyunlarda Karşılaştıkları Engeller ve Sorunlar .....	50
3.6.5. Espor'da Cinsiyet Faktörü .....	53
3.6.6. Kadınların, Espor'da Kadın Oyuncuların Gelişimine Yönelik Yapılacak Olan Olası Destekleme Faaliyetlerine Karşı Bakış Açısı.....	56
3.6.7. Katılımcıların Mevcut Durum Değerlendirmesi .....	59

#### **IV. BÖLÜM**

<b>4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>63</b>
----------------------------------	-----------

<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>69</b>
------------------------	-----------

#### **EKLER**

<b>Ek 1. Derinlemesine Görüşme Soruları.....</b>	<b>78</b>
--	-----------

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1.1:</b> Espor Tanımları .....	4
<b>Tablo 1.2:</b> Espor ile İlgili Kavramsal Çerçeve.....	7
<b>Tablo 1.3:</b> Uluslararası Espor Federasyonuna Üye Ülkeler.....	12
<b>Tablo 1.4:</b> Takipçiler Espor'u Ne Zaman Takip Etmeye Başladı? .....	17
<b>Tablo 1.5:</b> Takipçilerin Espor ve Spor Müsabakalarına Yaklaşımları.....	17
<b>Tablo 3.1:</b> Katılımcı Profili.....	44

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.1:</b> Dünya Genelinde Espor Geliri ve Marka .....	12
<b>Şekil 1.2:</b> 2018 Yılı Espor Gelir Dağılımı (Milyon\$) .....	13
<b>Şekil 1.3:</b> Espor Takipçi Sayısı (Milyon) .....	14
<b>Şekil 1.4:</b> Espor İzleyicilerinin Yaş/Cinsiyet Dağılımı .....	14
<b>Şekil 1.5:</b> Espor Taraftarlarının Yaş/Cinsiyet Dağılımı .....	15
<b>Şekil 1.6:</b> Amerika'da 2016-2017 Yılları Arasında Espor'a Yapılan Sponsorluk Çalışmaları .....	16
<b>Şekil 1.7:</b> Türk Oyuncu Kitlesi Yaş/Cinsiyet Dağılımı .....	19
<b>Şekil 2.1:</b> Espor'u Taraftar Düzeyinde Takip Eden Kadınların Oranı .....	39

## GİRİŞ

Globalleşen dünyada, teknolojinin gelişmesi ile birlikte hayatımızda her alanda değişiklikler meydana gelmektedir. Bu gelişmelerden biri de sporun dijitalleşmiş hali olarak pazarlamada yeni ürün olarak görülen espordur. Espor, dünyanın bir ucundaki insanın, dünyanın diğer ucundaki diğer insanlarla Internet aracılığı ile buluşup oyun oynayabileceği ya da büyük espor organizasyonları aracılığı ile dünyanın farklı yerlerinden gelen insanların ya da takımların buluşup oyun oynayabilecekleri fiziksel ve zihinsel çaba gerektiren spor olarak tanımlanmaktadır. Dünyadaki gelişimi atari salonları ile birlikte başlayan, fakat sıçramayı Internet'in yaygınlaşarak evlere girmesi ile yaşayan espor, ülkemizde ise son beş-altı yılda ilgi odağı haline gelmeye başlamış ve sürekli olarak gelişmeye devam etmektedir. Bu kadar hızla ve büyüyerek gelişen espor sektörüne kayıtsız kalmayan birçok takım, marka, ya da firmalar espora yatırım yapmaya başlamıştır. Espor özellikle genç nesil arasında çok yaygındır ve 2018 yılında yapılan araştırmaya göre de dünya genelinde 380 milyon takipçisi vardır.

Bu çalışmada; kadınlarının rekreatif oyuncu düzeyinde yeni ürün olarak espor tüketiminde yeri, espor oyunlarına yönelme ve motivasyon nedenleri ile yaşadıkları sorunlar ve engeller tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacı, espor'da Türk kadın tüketicilerin tüketime yönelik motivasyon ve engellerini belirleyerek, ürün olarak espor'da kadının yerine yönelik potansiyel pazar olarak pazarlama stratejileri önerilerinde bulunmaktır. Bu amaçla 20 katılımcı ile Internet üzerinde 'Discord' programından derinlemesine görüşme yapılmıştır. Bu görüşmeler katılımcıların izni ile kayıt altına alınmış ve aynı zamanda not tutulmuştur. Araştırmada kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; yeni ürün olarak espor'un tanımı, gelişimi, Türkiye ve dünyadaki mevcut durumu, espor ve dijital

oyunların farkı, yararları ve zararları ile ilgili bilgiler, raporlar verilmiştir. İkinci bölümde; kadın ve spor ilişkisinden bahsedilirken, geçmişten günümüze kadar kadınların sporda yaşadıkları sorunlar ve gelişim evresi incelenmiş daha sonra kadın oyuncuların ürün olarak espor tüketiminde yeri, deneyimleri ve karşılaştıkları problemler ile ilgili bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde; araştırma yöntemine ve bulgulara yer verilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise sonuçlar ve öneriler yer almaktadır.



# I. BÖLÜM

## 1. PAZARLAMADA YENİ ÜRÜN OLARAK ESPOR VE DİJİTAL OYUNLAR

### 1.1. Yeni Ürün Olarak Espor

Globalleşen dünyada, teknolojinin gelişimi ile birlikte hayatımıza her alanda birçok yenilik ve değişikliğin girmesi kaçınılmaz olmuştur. Teknolojinin her geçen gün gösterdiği bu gelişim, tüm hayatımızı ve insanların etkileşimde oldukları bütün her şeyi olduğu gibi sporu da etkilemiş ve etkilemeye de devam etmektedir. Teknolojinin, etkisi ile birlikte son yıllarda spor alanında da bir takım gelişmeler ortaya çıkmıştır. Spor alanında meydana gelen teknolojik gelişmelerle birlikte branşlara ve hatta sporculara özel antrenman programlarının yapılması, teknolojik alet ve tekniklerle birlikte antrenman malzemelerinin kalitesinin artırılması, her bir sporcunun antrenmanlarda ve müsabakalarda sergilemiş olduğu performansa ilişkin verilere ulaşım kolaylığı, yeni spor branşlarının ve sporcuların, teknolojinin de yardımı ile insanlara tanıtılması daha kolay olmuş ve bu sayede sporun gelişmesi ve toplum tarafından benimsenmesi sağlanmıştır (Gür 2000, Aktaran: Akın 2008:17).

Teknoloji, sporda yeni gelişmeleri beraberinde getirmesine ek olarak zamanla yeni spor türlerinin ortaya çıkmasını da sağlamıştır. Rekâbetçi ya da profesyonel video oyunculuğu olarak da bilinen espor kavramının da bu gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan spor türlerinden biri olduğu görülmektedir (Üçüncüoğlu ve Çakır 2017:35).

**Tablo 1.1:** Espor tanımları

Argan, Özer ve Akın, 2006:3	Espor, dünyanın bir ucundaki bir insanın, dünyanın diğer ucundaki diğer bir insanla Internet aracılığı ile buluşup oyun oynayabileceği ya da büyük espor organizasyonları aracılığı ile dünyanın farklı yerlerinden gelen insanların ya da takımların buluşup oyun oynayabilecekleri fiziksel ve zihinsel çabayı bir arada gerektiren spor olarak tanımlanır.
Crawford ve Gosling, 2009:52	Espor rekâbet odaklı, beceri ve yetenek eğitimi ve gelişimine dayanan, kurallara bağlı, hedef odaklı, koordinasyon, çeviklik ve yüksek refleks özellikleri gibi becerileri de içinde bulunduran spordur.
Aktuna ve Ünlüöner, 2017:3	Espor, bilgisayar, mobil cihazlar veya oyun konsolları aracılığı ile amatör veya profesyonel oyuncuların birbirleri ile rekâbet ettikleri spor dalıdır.
Hamari ve Sjöblom, 2017:211	Sporun birincil yönlerinin elektronik sistemler tarafından kolaylaştırıldığı, bireysel olarak oyuncuların ya da takımların girdisine, espor sisteminin çıktısına teknolojik sistemlerin (bilgisayar, mobil cihazlar, konsollar) aracılık ettiği spordur.
Newzoo, 2018a:2	Espor, belirli kişi ya da kurumlar tarafından düzenlenen etkinlik veya liglerde, bireylerin ya da takımların organize şekilde, karşılıklı olarak mücadele ettikleri ve ödülü kazanmaya çalıştıkları karşılaşmalardır.

Tablo 1.1’de espor ile ilgili tanımlar verilmiştir. Bu tanımlara ek olarak yeni ürün olarak espor ile ilgili olarak şu bilgiler de verilebilir: Espor birçok spor dalında olduğu gibi hem fiziksel hem de zihinsel öğeleri bir arada barındıran spor türüdür. Espor, gelişen olaylara anında tepki gösterebilmeyi, gerektiği anda gerekli stratejik hamleleri yapabilmeyi, hızlı reflekslere sahip olmayı ve rakiplerin hamlelerini öngörüp buna uygun şekilde düşünmeyi gerektirmektedir (Argan, Özer ve Akın 2006:3). Ürün olarak espor için teknolojik altyapı ve sistemler olmazsa olmaz öğelerdir. Yani salon sporlarında ya da olimpiik sporlarda parkur neyse bilgisayar ve teknoloji de espor için aynı önemdedir. Espor, teknolojinin, oyunların, Internet altyapısının ve Internet üzerinden yapılan yayın sistemlerinin gelişmesi sonucu her geçen gün giderek yaygınlaşan ve hızla büyüyen sektör haline gelmiştir (Hamari ve Sjöblom 2017:211-212). Ürün olarak espor’da da diğer sporlarda olduğu gibi çeşitli dallar bulunmaktadır. Espor, FPS (birinci şahıs nişancı), RTS (gerçek zamanlı strateji), CCG (kart toplama oyunları), MMORPG (çok oyunculu rol yapma oyunları), spor oyunları, MOBA gibi farklı türlerden oluşmaktadır. Geleneksel spor oyunlarının sanal versiyonları ve diğer

çeşitlerdeki oyunlar espor olarak sanal mecralarda, teknolojik altyapı ile birlikte yapılmaktadır (Hamari ve Sjöblom 2017:212).

Dünyada yeni ürün olarak esporun, bir spor dalı olup olmadığı tartışılmaktadır. Bu düşüncenin ana nedeni, esporcuların fiziksel aktivite ile rekâbet etmedikleri görüşüdür. Ancak espor'da fiziksel aktivite söz konusudur. Sporcuların performans sergiledikleri oyunlarda başarılı olabilmeleri için reflekslerini, beyin fonksiyonlarını ve el-göz koordinasyonlarını iyi şekilde kullanmaları, bunlara uygun şekilde stratejiler belirlemeleri gerekir (Witkowski 2012:359). Yeni ürün olarak espor'un bir spor olarak nitelendirilip nitelendirilmediğini tespit etmek için sporun doğasında yer alan bazı temel özelliklere bakılmalıdır. Bu özellikler; ortaya mücadelenin ve oyunun konması (play), belirli kurallara bağlı şekilde organizasyon ve düzenlemenin olması (organized), rekâbet odaklı olması (competition), yeteneğin ön planda olması (skills), fiziksellik (physicality), geniş izleyici kitlelerine hitap etme (broad following) ve kurumsal yapının olmasıdır (institutionalization). Bu özelliklere baktığımızda yalnızca fiziksellik kavramının tartışmalı olduğunu, onun dışındaki bütün özelliklerin espor'da fazlası ile bulunduğu söylenebilir (Guttman 1978, Suits 2007, Aktaran: Jenny vd. 2016:5-14). Bu konuda esporda fiziksellik ile ilgili olarak bazı çalışmalar yapılmıştır. Aadahl, Kjaer ve Jorgansen (2007), bireylerin video oyunu oynarken egzersiz yoğunluğu ile metabolizma hızları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve egzersiz esnasında metabolizma hızının arttığını gözlemlemiştir. Modesti ve arkadaşları (1994) yaptıkları araştırmada, bir video oyunu oynarken kan basıncı ve kalp atış hızı seviyelerini incelemiş ve sonucunda diğer sporlarda olduğu gibi efor sarf edildiğine ulaşımlardır.

Tüm spor aktiviteleri sosyal sistemlerdir, sosyal sistemler değişime açıktır ve bu nedenle de günümüzde hala geçerli olan spor tanımındaki fiziksellik kavramının da güncellenmesi ve sporun yeniden tanımlanması gerekir (McCutcheon, Hitchens ve Drachen 2017:532).



## 1.2. Ürün Olarak Espor ve Dijital Oyunların Farkı

Ürün olarak espor ile ilgili bilgiler ve tanımlar 1.1.Yeni Ürün Olarak Espor başlığında verilmiştir. Bu bilgiler ışığında bu bölümde de kısaca ürün olarak espor ile dijital oyunların farklılığından bahsedilecektir. Hatırlayacak olursak ürün olarak espor; temelinde rekâbet olan, Internet aracılığı ya da düzenlenen büyük turnuva veya organizasyonlar aracılığı ile dünya üzerindeki kişilerin bireysel olarak ya da takımlar halinde birbirleri ile mücadele edebildiği, içinde fiziksel ve zihinsel çabayı bir arada bulunduran ve çeşitli oyun türlerinden oluşan bir spor türü olarak tanımlanmaktadır (Newzoo 2018a: 2; Argan, Özer, Akın 2006: 3; Crawford ve Gossling 2009: 52). Dijital oyunlar ise oyuncunun bir teknolojik arayüz ile etkileşime geçtiği, çevrimiçi (online) ya da çevrimdışı (offline) olarak, tek oyunculu şekilde (single player) ya da çok oyunculu şekilde (multiplayer) oynanabilen ve yine çeşitli türlerden (aksiyon, yapboz, yarış, spor, bulmaca, macera vb.) oluşan oyunlardır (Bozkurt 2014:6).

Espor ile dijital oyunların en temel farkı esporun Internet aracılığı ile oynanması yani çevrimiçi (online) olması, rekâbete dayalı olması ve espor'un belirli kurallara bağlı şekilde oynanması ve espor'da bulunan oyuncular arasında herhangi bir şekilde eşitsizliğe sebebiyet verecek hile, oyuncuya avantaj sağlayan ödeme sistemi gibi unsurların dijital oyunlarda yer almamasıdır. Bu şekilde baktığımızda oyun piyasasında yer alan her oyun espor kategorisinde bulunmamaktadır. Bir oyunun espor oyunu sayılabilmesi için adil bir altyapının olması gerekmektedir (Bozkurt 2014:6).

## 1.3.Kavramsal Çerçeve

Ürün olarak espor, son yıllarda teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması ile birlikte ve gelişen oyun sektörünün de etkisi ile çok hızlı şekilde büyüyen ve özellikle genç nesil arasında oldukça yaygınlaşan bir alan haline gelmiştir. Böylesine gelişen ve büyüyen bir sektöre de yapılan sponsorluklar, yatırımlar ve ilgi de her geçen gün artarak devam etmektedir. Ürün olarak espor'un böylesine geniş kitlelere hitap etmesi ve hayatın içine girmesi, özellikle de gençlere ulaşmak isteyen marka ya da firmalar için

kaçırılmayacak fırsat haline gelmiş ve sektöre yönelimler son zamanlarda giderek artmaktadır. Bu durumun sonucunda espor bilimsel çalışma ve araştırmalarda da yer almaya başlamıştır.

**Tablo 1.2:** Espor ile ilgili kavramsal çerçeve

Margaret Keiper, Dylan Patrick William, Seth Jenny, Blake Taylor, Douglas Manning, Joey Gawrysiak ve Patrick Tutka (2018)	eSports Venues: A New Sport Business Opportunity
Süleyman Yükücü ve Emre Kaplanoğlu (2018)	e-Spor Endüstrisi
Serap Çolak, Abdullah Örs, Enis Çolak, Murat Son, Dilşat Güzelordu, Tuncay Çolak, Mehmet Yargıcı (2018)	Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin E-Spor Bilgi Düzeylerinin Araştırılması
Rüstem Mustafaoğlu (2018)	e-Spor, Spor ve Fiziksel Aktivite
Christopher McCutcheon , Michael Hitchens ve Anders Drachen (2018)	eSport vs irlSport
Omar Ruvalcaba, Jeffrey Shulze, Angela Kim, Sara Berzenski, Mark Otten (2018)	Women’s Experiences in eSports: Gendered Differences in Peer and Spectator Feedback During Competitive Video Game Play
Juho Hamari ve Max Sjöblom (2017)	What is eSports and why do people watch it ?
Se Jin Kim (2017)	Gender Inequality in eSports Participation: Examining <i>League of Legends</i>
Mathew Jessep (2017)	Keeping it Professional in esports
John Holden, Anastasios Kaburakis ve Ryan Rodenberg (2017)	The Future Is Now: Esports Policy Considerations and Potential Litigation
Mertkan Üçüncüoğlu, Veli Ozan Çakır (2017)	Modern Spor Kulüplerinin Espor Faaliyetlerine İlgili Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma
Daniel Kane ve Brandon Spradley (2017)	Recognizing ESports as a Sport
Halil Can Aktuna ve Kurban Ünlüönen (2017)	Yeni Bir Turizm Çeşidi Olarak Elektronik Spor Turizmi
Samet Taygun Özbiçakçı (2016)	Esports:A Fandom Research In Turkey
James Kozachuk, Cyrus Foroughi ve Guo Freeman(2016)	Exploring electronic sports: An interdisciplinary approach
Seth Jenny, Douglas Manning, Margaret Keiper ve Tracy Olrich (2016)	Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of “Sport”
Katherine Hollist (2015)	Time To Be Grown-Ups About Video Gaming: The Rising Esports Industry And The Need For Regulation
Tyler Louis Snavely (2014)	History and Analysis of eSport Systems
Michael Borowy ve Dal Yong Jin (2013)	Pioneering E-Sport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests
Yuri Seo (2013)	Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy
Andreas Hebbel-Seegeer (2012)	The relationship between real sports and digital adaptation in e-sport gaming
Kalle Jonasson ve Jesper Thiborg (2010)	Electronic sport and its impact on future sport
Metin Argan, Alper Özer ve Erkan Akın (2006)	Elektronik Spor: Türkiye’deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları
Michael Warner (2006)	On the Scientific Relevance of eSports

Espor ile ilgili olarak yapılmış çalışmalar incelendiğinde (Tablo 1.2.) öncelikle yeni bir alan olduğu için yapılan çalışmalarda espor’un, yeni iş fırsatları, yeni bir turizm

çeşidi, yeni ve yükselen ekonomi şeklinde ele alındığı görülmektedir. Yine yapılan çalışmalarda, espor ve geleneksel sporun benzer ve farklı noktalarını ve espor'un bir spor dalı olup olmadığının incelendiği, espor'un tarihini ve espor sisteminin ele alındığı görülmektedir. Türkiye'de de benzer şekilde çalışmalar yer alırken, esporcuların tutum ve davranışlarının tespit edilmesi üzerine Argan vd. (2006) yapılan bir çalışma ile Özbıçakçı (2016) espor taraftarları üzerine bir tez çalışması yapmıştır.

Son yıllarda espor, üzerinde çalışılan bir alan olsa da literatürde hala bu konuda eksiklik söz konusudur. Özellikle de cinsiyet farkı üzerinden incelendiğinde kadın oyuncular ve espor oyunlarındaki deneyim ve sorunlarla ilgili olarak söylenebilecek çalışma sayısı yalnızca iki tanedir. Bu doğrultuda bakıldığında yapılmış olan çalışma hem eksik olan literatüre katkı sağlayacak hem de Türk kadın espor oyuncularının yeni ürün olarak espor'da ve oyunlardaki yeri, deneyimleri, motivasyonları ve engelleri kapsamında yapımıcılara, marka, takım ya da organizatörlere belirli alanlarda yeni fikirler sunacaktır.

#### 1.4. Espor'un Tarihsel Gelişimi

Elektronik sistemler aracılığı ile oynanan oyunların yapımı 1950'li yıllara kadar dayanır. Bilinen ilk rekâbetçi video oyunu 1962 yılında MIT (Massachusetts Teknoloji Enstitüsü) tarafından geliştirilen 'Spacewar' oyunudur. Aynı şekilde yine bilinen ilk rekâbetçi video oyun turnuvası da 19 Ekim 1972'de o zamanlar için donanımsal olarak yeterli tek yer olan, Stanford Üniversitesi Yapay Zeka Laboratuvarı'nda, 'Spacewar' oyunuyla düzenlenmiştir. Yine 1972 yılında televizyona bağlanabilen ilk oyun olan 'Pong' satışa sunulmuş ve böylece dijital oyunlar her kesimden insanın ulaşmasına ve oynamasına vesile olmuştur (Yılmaz ve Çağiltay 2004:2).

Ürün olarak espor'un ilk olarak gelişmeye başlaması ise 1980-1990 yılları arasına denk gelen atari dönemi ile birlikte olmuştur. 1970'li yılların sonu ve 80'lerin başlarında atari oyunları piyasaya çıkmış ve oyun sektöründe çok geniş yankı uyandırmıştır. Bu oyunlarla birlikte artan ilgi de oyun sektöründe ekonomik olarak

büyümeyle beraberinde getirmiştir. Özellikle 1980’li yılların başlarında piyasaya çıkan Pac-Man, Centipede, Donkey Kong ve Frogger gibi oyunlar, oyuncuların ilgisini bu sektöre çekmiştir (Borowy ve Jin 2013: 2260). Atari oyunlarının böylesine ilgi görmesi rakiplerini de uyandırmış ve farklı türde konsollar (nintendo vb.) piyasaya çıkmaya başlamıştır. Bunun sonucunda insanlar, ‘Arcade’ adı verilen mekanlara gidip bu konsolları oynayarak birlikte zaman geçirmeye tek bir çatı altında toplanıp oyun oynayıp, eğlenmeye başlamışlardır (Yılmaz ve Çağiltay 2004:3). 1982 yılında piyasaya çıkan Commodore 64 bilgisayarı, oyuncuların evlerinde de yeni çıkan ve sevdikleri, rekâbet ettikleri oyunları oynayabilmelerini sağlaması açısından satış rekorları kırmıştır. Bu bilgisayar espor için büyük öneme sahiptir. 1985 yılında Rusya’da Moskova Bilimler Akademisi’nden Alexey Pazhitnov, adeta efsane haline gelen ‘Tetris’ oyununu geliştirmiştir. 1990’larda da tüm dünya tarafından bilinen ve severek oynanan ‘Super Mario 3’ Nintendo firması tarafından yayınlanmıştır (Yılmaz ve Çağiltay 2004:2). Fakat ürün olarak espor’un en büyük sıçraması Internet’in yaygınlaşması ve evlere girmesi ile birlikte yaşanmıştır. Internet’in yaygınlaşması sonucunda, zamanla ortaya çıkan Internet kafeler ve oyunların da sayı ve çeşit olarak artışı ile birlikte rekâbetin daha da artarak küresel hâl almasına ve espor’un giderek daha ilgi çekici hale gelmesine zemin hazırlamıştır (Argan, Özer ve Akın 2006:3). Internet’in yaygınlaşması ile birlikte oyunlar çevrimiçi (online) şekilde oynanmaya başlanmış ve bunun sonucunda da çok oyunculu (multiplayer) ve rekâbete dayalı hale gelmiştir (Coşkun ve Öztürk 2016:680).

Espor kavramı ilk kez, Mat Bettington’ın espor’ları geleneksel sporlarla karşılaştırdığı Online Gamers Association (OGA)’nın piyasaya sürülmesine ilişkin, 1999 yılında yaptığı basın açıklamasında geçmiştir (Wagner 2006:437). Espor’un ilk ödüllü turnuvası “Red Annihilation” adı altında 1997 yılının Haziran ayında, espor’un Avrupa’daki merkezi olarak sayılabilecek İngiltere’de düzenlenmiştir (Argan, Özer ve Akın 2006:3). 1990’ların sonundan itibaren özellikle gelişmiş ülkelerde Internet’in giderek yaygınlaşması oyunculara farklı ülkelerden rakipler bulma ve rekâbet etme fırsatı sağlamıştır. Özellikle 2000’li yılların başlarında First-Person Shooter (Birinci Şahıs Nişancı) olarak bilinen oyun türleri espor turnuvalarının büyümesinde büyük pay sahibi olmuştur (Üçüncüoğlu ve Çakır 2017:36).

Esport'un gelişim evresine baktığımızda, 'Doğu ve Batı Kültürü' olarak ikiye ayrılmış ve iki kültürün de kendine özgü gelişim ve oyun türlerine öncülük ettiği görülmektedir. Batı kültürü, Birleşik Devletler ve Avrupa'da First-Person Shooter (Birinci Şahıs Nişancı) türlerinde, 1993 yılında 'Doom' ve daha sonra 1996 yılında piyasaya çıkan ve ilk ödüllü turnuva olan 'Red Annihilation' turnuvasında yer alan 'Quake' oyunuyla önemli gelişim gösterilmiştir (Seo 2013:1545). 27 Haziran 1997 yılında Angel Munoz tarafından 'Cyberathlete Professional League' (CPL) kurulmuştur. 1997 yılında, CPL tarafından düzenlenen 'The Frag' isimli turnuva, canlı olarak ve izleyicilerin önünde gerçekleştirilmiştir (Wagner 2006:437-438). Bu ilk etkinlik, 4000\$ değerinde ürünlerden oluşan ödül havuzuna sahipken, 1998 yılında gerçekleştirilen 'FRAG 2' 15000\$ nakit ödül havuzundan oluşmuştur. Bu durum insanların ilgisini çekmesi ve sektörün gelişimini hızlandırması açısından bir başlangıç kabul edilebilir (<http://thecpl.com/about-cpl/> 14.12.2018'de erişildi). 1999 yılına geldiğimizde 'Valve' firması 'Counter Strike' adında yeni bir oyun piyasaya çıkarmış ve oyun kısa sürede inanılmaz şekilde tutularak ve 'Quake III' oyununu geride bırakmayı başarmış ve Batı Kültüründe esport'un merkezi haline gelmiştir (Wagner 2006:437-438).

Doğu kültürüne baktığımızda ise bu kültürün ilk olarak Kore'de başladığını söylemek yerinde olacaktır. Kore Internet hizmetini hızlandırmak ve altyapı hizmetlerini genişletmek için uygulamalarını yeniden düzenlemiştir. Doğu kültürü, Güney Kore'de 'Blizzard Entertainment' tarafından 'Gerçek Zamanlı Strateji' (Real Time Strategy) oyunlarının eşsiz başarısı ile ilişkilendirilmiştir. 1998 yılında 'Starcraft'ın piyasaya sürülmesinden sonra Blizzard, Kore pazarını ve daha sonra tüm Asya pazarını hâkimiyet altına almıştır. Kore hükümetinin yeniden düzenlediği Internet ve altyapı hizmetleri ile birlikte bilgisayar oyunları televizyonlarda yayınlanmaya başlamış ve bu durum Doğu Kültüründe esport'un çok daha popüler hale gelmesini sağlamıştır. Buna ilaveten 'Çok Oyuncululu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu' (MMORPG) Doğu Kültüründe kendisine çok iyi yer edinmiştir. Bu durumun örneklerinden birisi de, Kore oyun geliştirme firması NCSoft'un "Lineage" adlı 1998 yılında çıkarmış olduğu oyun olmuştur (Huhh 2008:28).

Ürün olarak espor'un gelişme evresinde önemli yeri ve işlevi olan olaylara bakacak olursak, 2000 yılına gelindiğinde sektör için devrim niteliğinde kuruluşlar ve organizasyonlar oluşturulmuştur. Sektörün en önemli organizasyonlarından biri olan Electronic Sports League (ESL) 2000 yılında kurumuştur. Dünya Siber Oyunları (World Cyber Games) ismi ile 2013 yılına kadar devam eden ve bir dönem 'Espor Olimpiyatları' olarak düşünülen etkinliğin düzenlediği ilk turnuva da 2000 yılında gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Güney Kore'de Kültür, Spor ve Turizm ve Bakanlığı'nın onayı ile ülkede espor'un gelişimi ve denetlemesinden sorumlu olarak Kore Espor Birliği'nin (KESPA) kurulması da yine 2000 yılında gerçekleşmiştir (Seo 2013:1545). Güney Kore, hem bu organizasyonlara ev sahipliği yapması, hem de oyun sektörüne ve oyuncuların profesyonelleşmesine yaptığı katkı ve yatırımlar sebebi ile espor'un ana vatanı olarak kabul görmektedir (Wagner 2006:438-439).

2008 yılına geldiğimizde, espor'u gerçek bir spor olarak kabul ettirmek amacı ile yola çıkan ve şu an 54 üye ülkesi (Tablo 1.3) bulunan Uluslararası Esport Federasyonu, (IESF) Güney Kore merkezli kurulmuştur. Esport'un uluslararası spor arenasında kabul görmesi için çalışmalar yapan kuruluş, bu zorlu süreçte, Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) tarafından tanınmak adına birçok önemli adım atmıştır. Federasyonun yaptığı çalışmalara bakacak olursak (<https://www.ie-sf.org/news/iesf-taking-its-first-step-towards-ioc-recognition/> 14.12.2018'de erişildi);

- 2013 yılında, Dünya Anti Doping Ajansı tarafından onaylı "Dopingle Mücadele Kuralları" yürürlüğe girdi ve "Asya Olimpiyat Konseyi" (OCA) ile birlikte hareket ederek espor etkinlik ve turnuvaları düzenlendi.
- 2014 yılında, Uluslararası Herkes için Spor Birliği (TAFISA) üyesi oldu,
- 2015 yılında, Uluslararası Atletizm Federasyonları Birliği (IAAF) ile ortaklık anlaşması imzalandı,
- 2016 yılında, espor'un Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) tarafından tanınması için resmi mektup gönderildi.
- 2017 yılında, "Uluslararası Masa Tenisi Federasyonu" (ITTF) ile iş birliği anlaşması imzalandı (<https://www.ie-sf.org/news/iesf-agree-on-partnership-with-itff/> 14.12.2018'de erişildi).

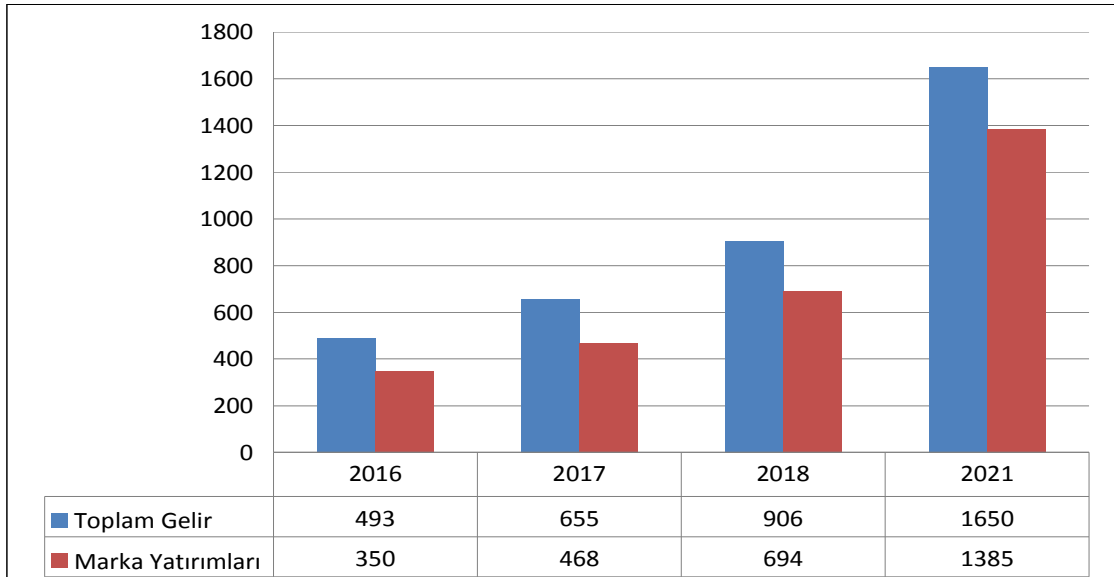
**Tablo 1.3:** Uluslararası Espor Federasyonuna üye ülkeler

(https://www.ie-sf.org/about/#member-nations)

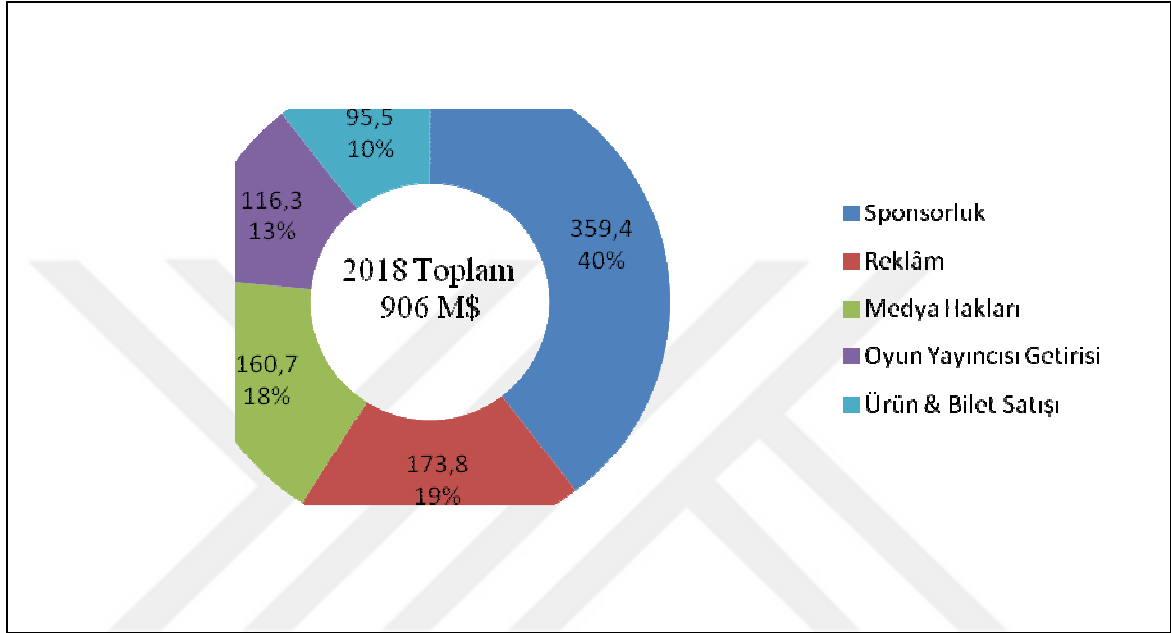
KITA	ÜYE ÜLKELER
ASYA (23)	Çin, Tayvan, Hindistan, Endonezya, İran, Japonya, Kazakistan, Kore, Lübnan, Makao(Çin), Malezya, Maldivler, Moğolistan, Nepal, Myanmar, Filipinler, Suudi Arabistan, Sri Lanka, Tayland, Birleşik Arap Emirlikleri, Özbekistan, Vietnam, Suriye.
AVRUPA (20)	Avusturya, Azerbaycan, Belarus, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Gürcistan, Almanya, İsrail, İtalya, Makedonya, Hollanda, Polonya, Portekiz, Romanya, Rusya, Sırbistan, Slovakya, İsveç, İsviçre.
AMERİKA (4)	Arjantin, Kosta Rika, Jamaica, Meksika, ABD
AFRİKA (4)	Mısır, Namibya, Güney Afrika, Tunus
OKYANUSYA (2)	Avustralya, Yeni Zelanda

### 1.5. Dünyada Espor İstatistikleri ve Güncel Durum

Espor'a artan ilgi, sektöre ilişkin yeni gelişmeleri, espor'a katılan takım ve oyuncu sayısının sürekli artışı olarak artışını, sektöre yapılan yatırımları, tüm dünyaca tanınan spor kulüplerinin de ilgisini bu alana yoğunlaştırıp sektöre adım atmalarını ve tüm bu gelişmeler sonucunda takipçi sayısının her geçen gün katlanarak artmasını beraberinde getirmiştir.

**Şekil 1.1:** Dünya genelinde espor geliri ve marka harcamaları (Newzoo, 2018)

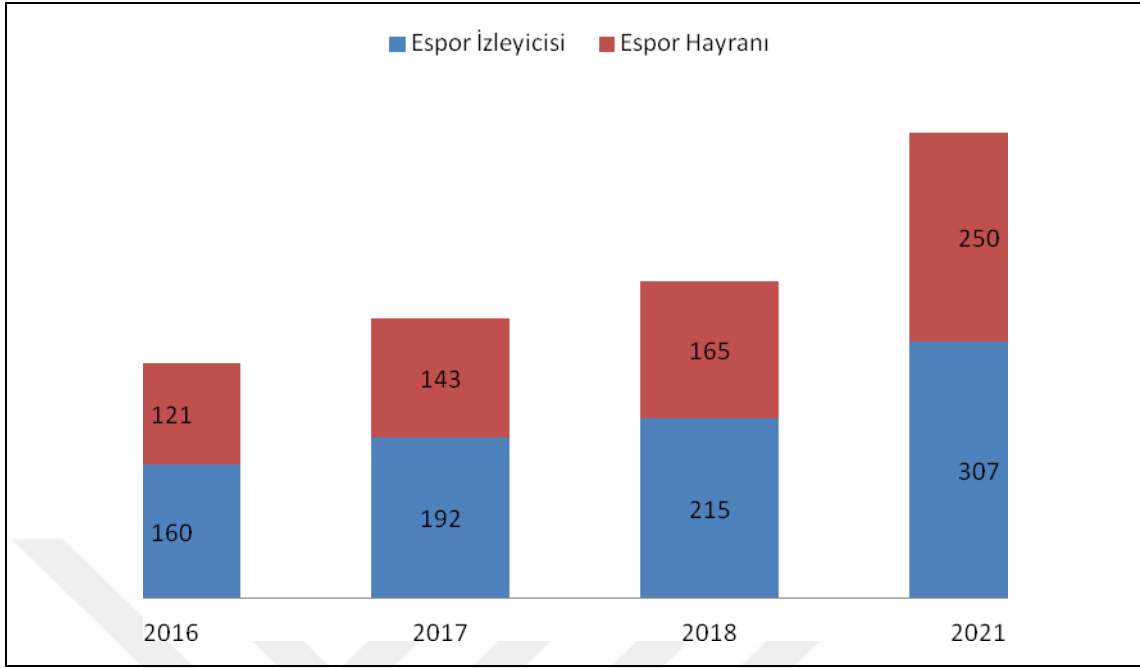
2018 yılında dünya genelinde 906 Milyon\$ pazar büyüklüğüne ulaşan espor endüstrisinin (Şekil 1.1), 2021 yılında 1.6 Milyar\$'a ulaşması beklenmektedir. Espor'a yapılan marka yatırımlarına baktığımızda 2018 yılında 694 Milyon \$ olan yatırımın, 2021'de 1.3 Milyar \$ olması beklenmektedir (Newzoo 2018:21).



**Şekil 1.2:** 2018 yılı espor gelir dağılımı (milyon\$) (Newzoo, 2018).

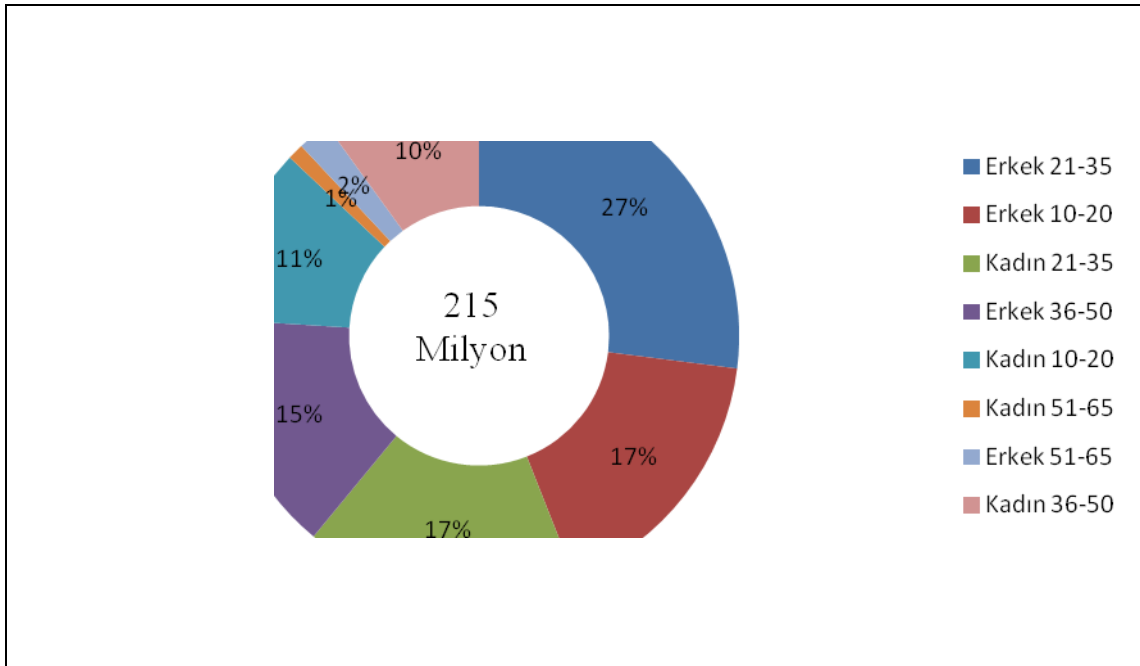
2018 yılında espordan elde edilen toplam gelir, bir önceki yıla oranla yüzde 38.2 artışla 906 Milyon \$ olmuştur. Bu gelirin büyük kısmı sponsorluk faaliyetlerinden (359,4 M \$) elde edilmiştir. Bunu sırası ile reklâm gelirleri, medya hakları, yayın getirileri ve ürün ve bilet satışı takip etmektedir (Newzoo 2018:22).





**Şekil 1.3:** Espor takipçi sayısı (milyon) (Newzoo 2018)

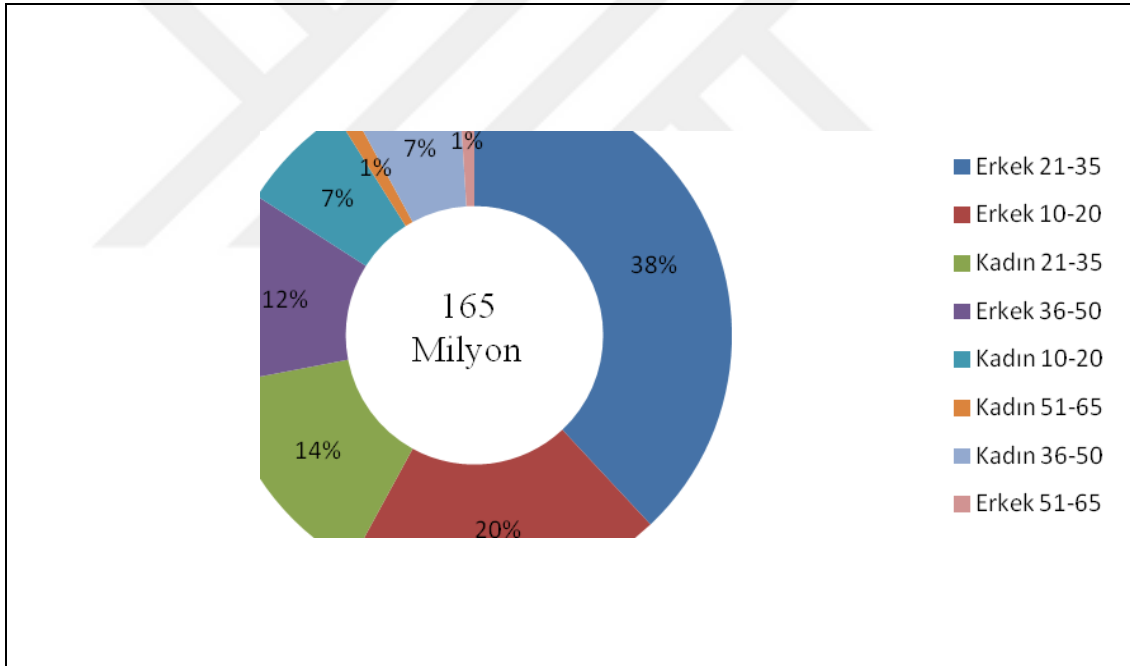
Dünya genelindeki esport takipçi sayısına bakacak olursak (Şekil 1.3), 2018'de bir önceki yıla göre yüzde 13.8 artarak toplam 380 milyon civarına ulaşmıştır. 2021 yılında bu sayının 557 milyona ulaşması öngörülmektedir (Newzoo 2018:11).



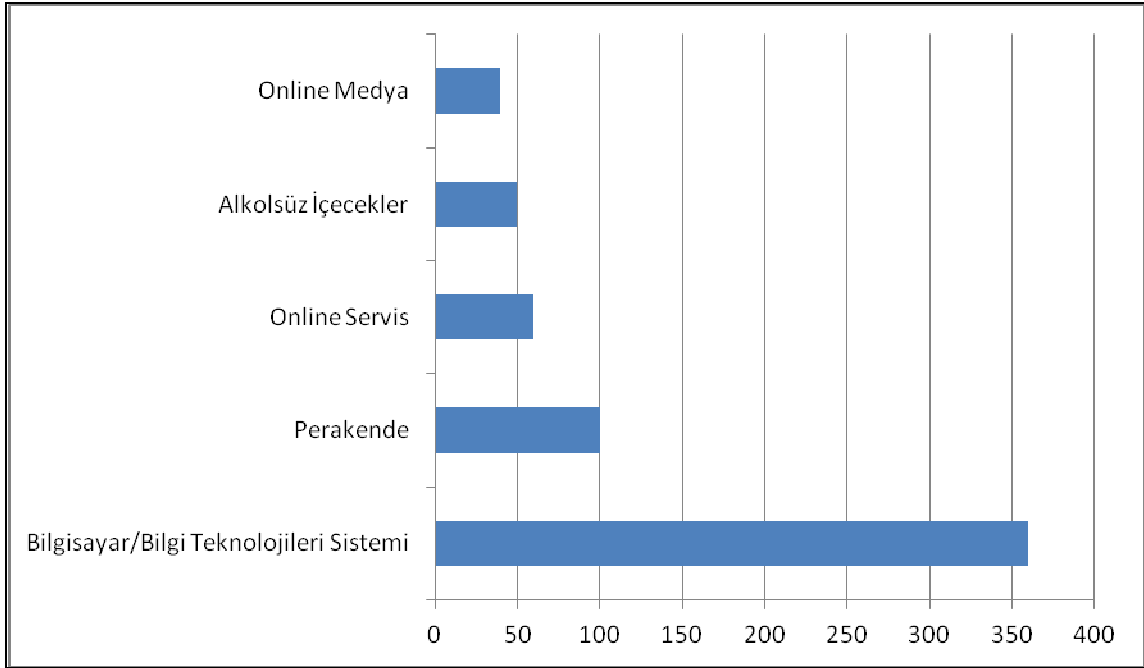
**Şekil 1.4:** Espor izleyicilerinin yaş/cinsiyet dağılımı (E-Spor Raporu 2018)

Şekil 1.4. incelendiğinde, espor izleyicileri olarak nitelendirilen 215 Milyonluk izleyici kitlesinin, yüzde 61 erkek izleyici, yüzde 39 kadın izleyici tarafından oluştuğu görülmektedir. Kadın ve de erkek izleyicilerin en fazla olduğu yaş aralığı 21-35'dir (E-Spor Raporu 2018:38).

Espor taraftarlarının yaş/cinsiyet dağılımına baktığımızda ise (Şekil 1.5), 165 Milyonluk espor taraftarının cinsiyet dağılımı, yüzde 71 erkek, yüzde 29 kadın şeklindedir. 10-35 yaş aralığındaki erkek taraftar kitlesi yüzde 58'dir. Espor taraftarlarında erkek egemenliğinin daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Kadın taraftarların en fazla olduğu yaş aralığı yine 21-35 arasındadır (E-Spor Raporu 2018: 37).



Şekil 1.5: Espor taraftarlarının yaş/cinsiyet dağılımı (E-Spor Raporu 2018)



**Şekil 1.6:** Amerika’da 2016-2017 yılları arasında espor’a yapılan sponsorluk çalışmaları (Nielsen 2017)

Espor’un bu kadar hızlı gelişim göstermesi, geniş takipçi kitlelerine sahip olması ve bu takipçilerin daha çok genç kuşaklardan oluşması, firmaların adına adeta bulunmaz bir nimet gibidir. Espor sayesinde firmaların, gençlere ulaşmak için kullanabileceği birçok yeni alan ortaya çıkmıştır. Amerika’da yapılan çalışmada da görüldüğü gibi (Şekil 1.6), firmalar espor’u kullanarak birçok alanda yeni sponsorluklarla gençlere ulaşmayı amaçlamışlardır (Nielsen 2017:21).

Birçok büyük firma, espor turnuvalarına, takımlarına, organizasyonlara çeşitli şekillerde sponsor olmakta ve bu vesileyle gençlere ulaşmaktadır. Intel, T-Mobile, VISA, Logitech, Asus, Razer, MSI, Twitch, Samsung, Audi, Mercedes Benz gibi otomotiv, teknoloji ve bilişim firmalarının yanı sıra, Coca-Cola, KFC, Red Bull, Monster Energy, Pepsi gibi gıda firmaları da, espor’a çok geniş sponsorluk faaliyetlerinde bulunmaktadır (Sam-i 2018:8-12).

İngiltere’de gerçekleştirilen ve 2030 kişi üzerine yapılan bir çalışmada erkeklerin yüzde 85, kadınların ise yüzde 66 oranında espor’dan haberdar oldukları ortaya çıkmıştır. Espor’u takip eden 536 kişiye sorular sorulmuş ve elde edilen cevaplar

incelendiğinde, espor'un gelecek için çok geniş kitleleri arkasından sürükleyecek potansiyele sahip olduğu, markaların espor'a yatırım yapmalarının iyi bir fikir olduğu ve espor'un, sponsor olan marka ve firmaların, genç kitle ve izleyici kitleye ulaşmalarına yardımcı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Harris Interactive 2018:14-24).

Nielsen araştırma firmasının 2017 yılında yapmış olduğu, Amerika, İngiltere, Fransa ve Almanya'yı kapsayan, 13-40 yaş aralığında, espor ile ilgili ve tutkulu şekilde sektörü takip eden kitleden oluşan araştırma incelendiğinde, yüzde 71 oranında katılımcı, espor'u gelecekte ana spor odağı olarak görmektedir. Araştırmada, takipçilere espor'u ne zaman takip etmeye başladıkları sorulmuş ve alınan cevaplara bakıldığında (Tablo 1.4), özellikle son 3-4 yıl içinde çok büyük bir sıçrama olduğu görülmüştür (Nielsen 2017:10).

**Tablo 1.4:** Takipçiler espor'u ne zaman takip etmeye başladı? (Nielsen 2017)

		A.B.D	İngiltere	Fransa	Almanya
Takipçiler, Espor'u ne zaman takip etmeye başladı ?	Son 1 yıl içinde	%29	%34	%34	%30
	1-3 yıl arası önce	%55	%55	%52	%51
	4 yıl veya daha önce	%16	%11	%14	%19

**Tablo 1.5:** Takipçilerin espor ve spor müsabakalarına yaklaşımları (Nielsen 2017)

	A.B.D	İngiltere	Fransa	Almanya
Canlı yayınlanan Espor etkinliği izleme	%66	%65	%60	%59
Canlı yayınlanan spor etkinliği izleme	%40	%38	%40	%39
TV'de bir Espor etkinliği izleme(Canlı / Kayıt)	%42	%36	%33	%34
TV'de bir spor etkinliği izleme (Canlı)	%63	%60	%55	%59
TV'de bir spor etkinliği izleme (Kayıt)	%36	%37	%24	%29
Espor etkinliğine katılma durumu (Oyuncu/İzleyici)	%16	%14	%21	%16
Spor etkinliğine katılma durumu (Oyuncu/İzleyici)	%37	%33	%24	%32

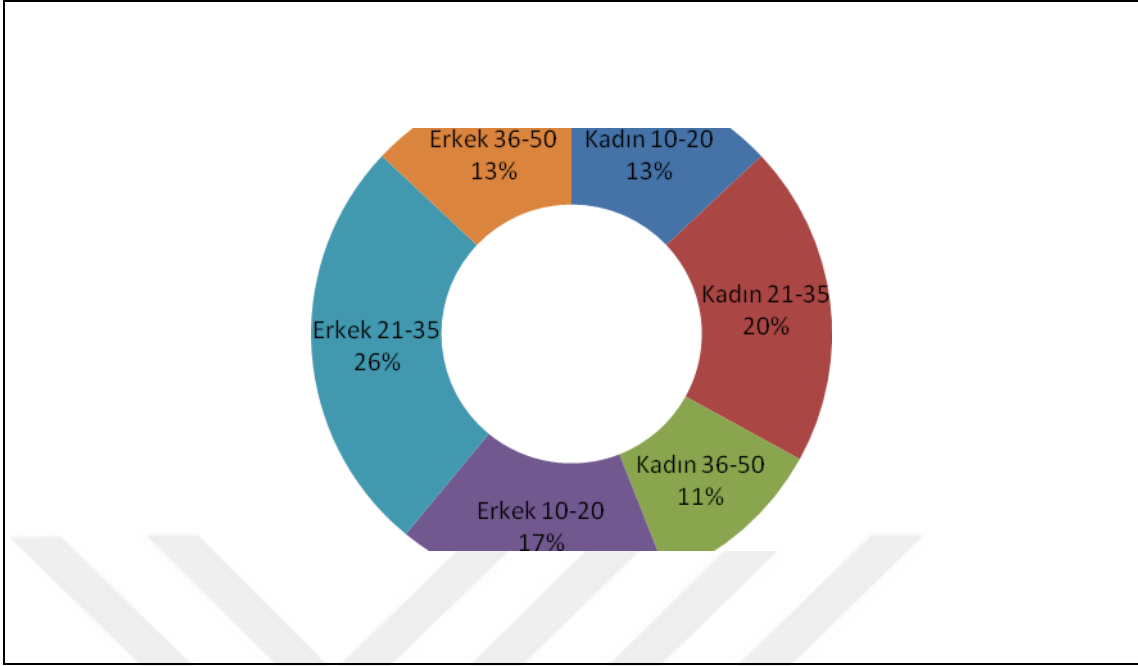
Yapılan çalışmaya göre (Tablo 1.5), espor'un canlı olarak yayınlanan etkinliklerini izleme oranı, spor müsabakalarının canlı yayınlanan etkinliklerine oranla çok daha fazladır. Bu durum TV yayınlarında ise aksi şekilde değişiklik göstermektedir. Bu değişikliği, espor takipçilerinin, espor müsabakalarını daha çok canlı yayın platformlarından (Twitch, Youtube) izledikleri ve henüz TV'de diğer spor dalları kadar fazla yayınlanmamasına bağlanmaktadır (Nielsen 2017:6).

Espor'un bu denli büyük gelişme göstermesi ve çok daha fazla potansiyeli olmasına 'Olimpik Komiteler' kayıtsız kalamamıştır. 17 Nisan 2017 tarihinde Asya Olimpiyat Konseyi'nin yaptığı açıklama, espor'un gelişimini gözler önüne sermektedir. Yapılan açıklamaya göre, 2022'de Çin'in Hangzhou kentinde düzenlenecek olan Asya Oyunları'nda, espor'un resmi bir oyun olarak yarışmalarda yer alacağı duyurulmuştur. Ayrıca 2024 Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yapacak olan Paris, espor'u olimpiyatlara dâhil etmek istemekte ve bunu yapmanın yollarını aramaktadır (Nielsen 2017:28).

#### 1.6. Türkiye'de Espor İstatistikleri ve Güncel Durum

Dünya genelinde böylesine ses getiren, hızla büyümekte olan espor, ülkemizde de son yıllarda öne çıkmış, özellikle genç kuşağın ilgisini çekmiş ve geniş takipçi kitlelerini peşinden sürüklemeye başlamıştır. Bu duruma kayıtsız kalmayan birçok firma ve marka tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sponsorluk faaliyetlerinde bulunmaya başlamış, espor hem markalar için tüketici kitleye ulaşma, hem de bireyler için farklı şekillerde iş olanağı fırsatı haline gelmiştir.

Türkiye'de 2017 yılı itibari ile dört milyon espor takipçisi bulunmaktadır. Dijital oyunlardan 878,8 Milyon \$ gelir elde edilmiş ve Türkiye dijital oyun sektöründe dünyada 18.sırada bulunmaktadır (E-Spor Raporu 2018: 49).



**Şekil 1.7:** Türk oyuncu kitlesi yaş/cinsiyet dağılımı (E-Spor Raporu, 2018)

Türk oyuncu kitlesi incelendiğinde, kadın oyuncuların da erkek oyuncuların da en fazla olduğu yaş aralığı 21-35'tir. 21-35 yaş arası oran yüzde 46'ya karşılık gelmekte ve neredeyse Türk oyuncuların yarısı bu kesimden oluşmaktadır. Genel olarak baktığımızda ise oyuncuların yüzde 56'sı erkek iken kadın oyuncu sayısı da yüzde 44 oranındadır (E-Spor Raporu 2018: 50). Bu orana bakıldığında kadın oyuncuların oyunlarda beklenildiği kadar düşük oranlarda kalmadığı gibi bir sonuç ortaya çıksa da buradaki kritik nokta, bu istatistiğin her türlü oyunu kapsamaması (çevrimiçi ve çevrimdışı) ve özellikle de mobil oyun sektöründe kadın oyuncuların çok fazla yer almasıdır (Interpret 2019: 1). Türkiye'de amatör olarak 15 bin civarında espor takımı vardır ve bunlarda oynayan oyuncu sayısı da 60 binden fazladır. Ülkemizde 2017 itibari ile lisanslı esporcu sayısı 4000'den fazladır (E-Spor Raporu 2018: 50).

Twentify (2018:5) yaptığı çalışmada, Türkiye'de kadınların oyunla ilk tanışma zamanlarının daha çok lise yıllarına karşılık geldiğini, erkeklerde ise bu durumun ilkokul yıllarına indiğini sonucunu ortaya koyarak, espor kavramına erkeklerin kadınlardan daha aşina olduğunu belirtmektedir.

Türkiye’de espor ile ilgili gelişmelerden göze çarpanlara bakacak olursak (Twentify,2018);

- 2016 yılında Türkiye takımı Counter Strike: Global Offensive oyununda Dünya Şampiyonu oldu ve bu durumdan sonra espor’a ilgi her geçen gün daha da artmaya başlamıştır.
- League of Legends, Türkiye’de ligi olan tek espor oyunu ve bu ligde Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş, Bursaspor gibi takımların da espor takımları bulunmaktadır.
- Bahçeşehir Üniversitesi, espor bursu vermeye başlamıştır. Ayrıca üniversitenin bir de espor takımı bulunmaktadır.
- 24 Nisan 2018’de Türkiye Esport Federasyonu resmen kurulmuştur.

### 1.7. Ürün Olarak Esport ve Dijital Oyunların Faydaları ve Zararları

Birçok spor dalında olduğu gibi ürün olarak espor’un da kendi içinde faydaları ve zararları bulunmaktadır. Örneğin, dünyada en çok ilgi gören spor dalı olan futbol aynı zamanda en zararlı 10 spor dalı içerisinde yer almaktadır. Ürün olarak espor, fayda ve zararlarının tartışılmasından önce, kendi hakkındaki önyargıları kırmak durumundadır. Ürün olarak espor hakkında, bilgisayar oyunu oynamanın gereksiz olduğu görüşü, boşa zaman kaybettirdiğine inanılması, hareketsiz yaşam, obezite, asosyalliğe neden olması, bağımlılık yapması gibi önyargılar mevcuttur. Fakat bunların bir çoğunun aslında gerçeği yansıtmadığı da yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur (E-Spor Raporu 2018:20).

#### 1.7.1. Ürün Olarak Esport ve Dijital Oyunların Faydaları

Ürün olarak espor’un ve dijital oyunların, bilişsel ve eğitsel açıdan, fiziksel açıdan ve sosyallik ile beceri gelişimi açısından faydaları bulunmaktadır (E-Spor Raporu 2018:21-23; Oblinger 2004:14; Kutner vd. 2008:89).

- Ürün olarak espor, sosyalleşmeye yardımcı olur. Oyuncuların birçoğu, oyunların arkadaşları ile bağlantı kurmaya yardımcı olduğunu söylemektedir.
- Ürün olarak espor takım çalışmasını teşvik eder.
- El-göz-zihin koordinasyonunu sağlamaya katkı sunar.
- Algısal beceri, karar verme, işlem hızı ve çoklu görev yeteneğini geliştirir.
- Hedeflere ulaşma konusunda daha ümitli olmayı sağlar.
- Okuduğunu anlama, görme ve tepki verme ve ses becerilerini artırır.
- Stratejik düşünme, liderlik, iletişim ve kendine güven özelliklerini geliştirir.
- FPS(Birinci Şahıs Nişancı) oyunları uzaysal becerilerin gelişmesine katkı sağlar.
- Strateji oyunları, aynı anda birden fazla işin yerine getirilmesini sağlayarak çoklu iş yapma yeteneğini geliştirir.
- Oyunlar, oyuncuların karmaşık psikolojik konularla başa çıkabilmesine yardımcı olur.
- Eğitim materyali olarak kullanılabilir.
- Yabancı dil öğrenimine ve gelişimine katkı sağlar.
- Teknolojik bilgi ve becerinin artmasına yardımcı olur.

#### 1.7.2. Ürün Olarak Espor ve Dijital Oyunların Zararları

Belirtildiği üzere her spor dalında olduğu gibi ürün olarak espor'da da faydanın yanında zararlar da mevcuttur. Bunlar (Kutner vd. 2008:89; E-Spor Raporu 2018:21).;

- Oyuncuları şiddete ve taklit etmeye eğilimli hale getirebilir.
- Oyunlarda elde edilebilecek olumsuz sonuçlar sebebi ile agresiflik oluşabilir.
- Dil gelişiminde aksamalara ve gelişim geriliğine neden olabilir.
- Zaman israfına ve erteleme davranışının yerleşmesine neden olabilir.
- Aile içi iletişimin azalması durumu ortaya çıkabilir.
- Sanal ile gerçeklik arasındaki farkı ayırt etmede güçlük yaşanabilir.
- Bağımlılık, obezite, dikkat bozukluğu gibi sağlık problemlerine neden olabilir.
- Oyun oynama süresinin kontrol edilememesi sonucu, diğer etkinliklere karşı ilgi kaybı yaşanabilir.



- Olası bağımlılık durumunda, toplumdan uzaklaşarak sosyal becerilerin gelişimi zarar görebilir.
- Olası bağımlılık durumunda, akademik olarak başarısızlık görülebilir.



## II. BÖLÜM

### 2. SPORDA KADIN VE KADINLARIN ÜRÜN OLARAK ESPOR TÜKETİMİNDE VE DİJİTAL OYUNLARDAKİ YERİ, DENEYİMLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI PROBLEMLER

Çalışmanın ikinci bölümünde öncelikle pazarlamada kadın tüketicilerin artan önemi ve kadın tüketicilere olan yönelimden bahsedilecek ve ardından kadınların geçmiş dönemlerden itibaren spordaki yerleri incelenerek kadınların sporda yaşadıkları problemler gözler önüne serilecek ve sonrasında kadınların ürün olarak esportüketimindeki yeri ile ilgili bilgiler verilerek kadın tüketicilerin ürün olarak esportüketiminde ne tür problem ve engellerle karşılaştığı ile ilgili bilgilere yer verilecektir.

#### 2.1. Kadın Tüketicilerin Pazarlamada Artan Önemi ve Kadın Tüketicilere Yönelim

Kadınlar, ekonomik ve sosyal yönden ve işgücüne katılım açısından toplumsal yaşamda belirgin bir güç olmaya başladılar. Bunun farkında olan kadınlar, ekonomik olarak güçlü ve günden güne pazar payı artan bir tüketici grubu olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzün yoğun rekâbet ortamında, kadın tüketiciler pazarlama için her geçen gün daha da önemli hale gelmektedir. Kadın tüketicileri anlamak, onlara yönelmek ve pazarlamanın belki de temelini kadın tüketicileri koymak firmaların pazar paylarını ve kârlarını artırmaktadır (Özdemir 2008: 59). İşletmelerin pazarı bölümlendirmedeki başvurduğu yöntemlerden biri de cinsiyet farklılığı ve buna bağlı olarak kadın tüketicilerdir. Kadın tüketicileri hedef pazarlarından biri olarak belirleyen firmaların, kadın tüketiciler hakkında her anlamda bilgi sahibi olması, buna yönelik araştırmalar yapması gerekmektedir (Şeker 2016:2205).

Cinsiyet kategorisi bütün toplumlarda önemli bir sosyal kategoridir. Bu kategori tüketici davranışlarında da belirgin şekilde farklılaştırıcı öneme sahiptir. Toplumlar halen erkek egemenlik hâkim görülmektedir fakat son yıllardaki sosyal ve ekonomik değişimler ve gelişmeler sonucunda kadınlar üreten ve tüketen toplumunun çok önemli parçası haline gelmişlerdir. Gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlarda kadınlar sosyal ve ekonomik olarak etkin ve güçlü birer kimlik sahibi olmaya başlamışlar ve bu durum ile birlikte kadınların iş hayatında etkinlikleri artmış, ekonomik özgürlükleri oluşmuş ve daha fazla üreten ve tüketen bir yapıya sahip hale gelmişlerdir (Şeker 2016:2205). Dünya genelinde satın alma kararlarının çok büyük kısmını kadınlar vermektedir. Hatta kadınlar yalnızca kendi bireysel satın alma kararlarını vermekle kalmamakta, ailesinin ve yakınlarının satın alma kararlarını da etkilemektedir. Kadın tüketiciler erkeklere göre daha sık ve daha fazla zaman ayırarak tüketim yapmaktadır. Kadın tüketiciler, tüketici satın alma kararlarının yüzde 85'ini etkilemekte veya birebir satın alan rolünü üstlenmektedir (Özdemir 2008: 59).

Tüketim harcamaları ile ilgili kadınların payının yüksek olması ve her geçen gün daha da yükselmesi ve kadın müşterilerin daha sadık müşteriler oldukları da göz önüne alınırsa, firmalar için kadın tüketiciler uzun vadede daha fazla kazanç sağlayan grubu oluşturmaktadır. Kadın tüketiciler bir ürünü veya markayı ilk kez aldıktan sonra tatmin olup memnun kalmışsa, o ürün veya markadan kolay kolay vazgeçmez. Daha sonraki satın almalarında da aynı marka veya ürüne sadık kalarak firmalar için uzun süreyle potansiyel müşteri kitlesini oluştururlar. Kadın müşteriler, harcamalarını zamana yayarak yapmaktadırlar. Fakat sık sık harcama yapmaktadırlar. Müşteri potansiyelinin artmasını sağlamaya çalışan firmalar için kadın müşteriler, müşteri potansiyelinde yatay büyüme de sağlamaktadırlar. Bu nedenle de firmalar için kadın tüketiciler önem arz etmektedirler. Ayrıca etkili ve iyi hizmet verilerek istekleri yerine getirilmiş kadın müşteriler, yüksek bir tatmin seviyesi ve memnuniyeti sağlarlar. Bu da firmanın pazarlama harcamalarının orta veya uzun vadede kazanca dönüşmesini sağlayacaktır (Şeker 2016: 2205-2206).

Kadın tüketicilere yönelik pazarlama faaliyetlerinin kâr oranı erkek tüketicilere göre daha fazladır. Bu durum kadınların bir kez satın aldıkları marka ya da firmaya olan

sadakatleri ve ağızdan ağıza iletişimden kaynaklanmaktadır. Kadın tüketiciler özellikle ilk defa satın alacakları malları araştırmaya erkek tüketicilerden daha fazla zaman ayırırlar. Bu ise daha sonraki benzer bir alışverişte kadın tüketicilerin araştırmayı uzun tutmak yerine daha önce harcadıkları zaman ve çabaya dayanarak önceki satın aldıkları firmalara sadık kalmalarına ve daha önce harcadıkları zamanlarını bu şekilde telafi etmelerine neden olur. Ağızdan ağıza iletişim de kadın tüketiciler arasında daha yaygındır. Ayrıca, erkek tüketicilere göre, etkili bir şekilde hedeflenen kadın tüketiciler firmalar için daha yüksek müşteri tatmini yaratırlar. Bunun sonucunda da firmalara, pazarlama harcamalarının geri dönüşü daha fazla olmaktadır (Şeker 2014:2205-2206; Özdemir 2008:59-60).

## 2.2. Kadın ve Spor

Spor, tüm modern toplumlar tarafından benimsenmiş, toplumların kültür ve refah düzeylerinin göstergesi olan ve sosyal hayatı tüm yönleri ile etkileyen, belirli kurallar içinde bireysel olarak ya da toplu olarak yapılan, temelinde kazanma duygusu ve rekâbet içeren sosyal olgudur. Tarihte karşımıza oyun, boş zaman etkinliği, işten uzaklaşma aracı olarak çıkan spor, günümüzde ise ekonomi, politika, eğitim, uluslararası ilişkiler, reklâm, turizm, gençlik, cinsiyet, gibi kavramlarla doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkilendirilmekte, kısacası birey-toplum ve uluslararası yelpazede çok yönlü ve önemli etkileri içinde barındırmaktadır. Bu özelliklerden dolayı spor günümüzde çok yönlü ve çok amaçlı boyut kazanmıştır. Spor, insanın beden ve ruh sağlığını geliştirmek, insanlara bilgi, beceri ve yetenek kazandırarak çevreye uyumunu kolaylaştırmak, kişiler ve toplumlar arası dayanışma ve kaynaşma sağlamak, kişinin mücadele gücünü artırmak ve rekâbet ölçüleri içerisinde mücadele etmek, heyecan duymak ve kazanmak amacı ile yapılan faaliyetlerdir (Yetim 2000: 64).

Spor her ne kadar geçmiş uygarlıklara kadar uzanan geçmişe sahip olsa da geçmişten günümüze kadar gelmiş bazı sorunlar da söz konusudur. Bunlardan en büyüğü de günümüzde azalmış olsa dahi devam etmekte olan kadın/erkek ayrımı ya da toplumsal cinsiyet farklılığının spora yansıtılmasıdır. Toplumsal cinsiyet farklılığı, tarih

boyunca sportif faaliyetlere yansımış, özellikle mücadeleye dayanan ve rekâbet odaklı olan faaliyetler ve müsabakalar erkeklerin kontrolünde olmuştur. 1960'lı yılların sonuna kadar, toplumda, sporun veya oyunların erkek çocukların sosyalleşmesi ve erkeklik inşası için önemli bir araç olduğu düşüncesi geçerli iken, 70'lerden itibaren feminist yaklaşımların ortaya çıkması ile birlikte bu düşünceye olan eleştiriler giderek artmıştır (Sage 1997, Messner 1992, Collins 2013, Aktaran: Yüksel 2014: 667). Sporu, erkeğin atletik yapısı ile bütünleştirme ve erkeğe özgü etkinlik olarak görme, toplumda erkek egemenliği olarak kabul eden ataerkil anlayışın sonucudur ve bu anlayışın kadına ve erkeğe biçtiği toplumsal cinsiyet rolleri ile kadın ve erkeğin spora katılımları ve spor deneyimleri arasında yakın ilişki vardır (Koca 2006:84). Sporda, bedensel aktivite ve fiziksel performansın üst düzeyde önemli olması, spor ortamında toplumsal cinsiyet ideolojilerinin yapılanmasını beraberinde getirmektedir. Özellikle rekâbetçi yarışma sporları, erkeklik ve kadınlıkla ilgili çok kuvvetli mesajlar taşımakta ve spor, geleneksel olarak erkeksi özellikler gerektiren etkinlik olarak görülüp, üstün sportif performans erkeklikle eşdeğer kabul edilmektedir (Theberge 1993:303).

Batı kültürü kadını, beden/doğa/duygu/özel ile ilişkilendirirken, erkeği de akıl/kültür/mantık/kamu ile ilişkilendirmektedir. Kadınların ağır sportif etkinliklere dayanamayacak kadar zayıf oldukları miti, kültürel olarak tanımlanan kadın bedeni hakkındaki “gerçeklerden” yola çıkarak ileri sürülmüş ve bu alanlar kadınlara kapalı tutulmuştur. Rönesans ile birlikte insanlığa bilgi ve çeşitli yenilikler sunulsa da bu etkiler kadınlara sınırlı şekilde ulaşarak, yalnızca kadınlara özgü spor aktivitelerine katılmalarına, açık hava yürüyüşü yapmalarına ve tehlikesiz çocuk hareketleri biçiminde sporlar yapmalarına zemin hazırlamıştır (Koca ve Bulgu 2005:168)

II. Dünya Savaşı sırasında ve bu dönemin devamında kadınlar, savaşa katılan erkeklerin yerine ağır fiziksel etkinlik gerektiren işlerde çalışmaya başlamışlardır. Erkeklerin yaptığı tüm işleri yapabilmeleri, kadınların spor etkinliklerine katılabilme düşüncelerinde etkili olmuştur. Savaşın bitimi ile birlikte işlerine dönen erkekler, kadınların iş bulmada güçlük çekmelerine sebebiyet vermiştir ve bu da kadınların boş zamanlarını spor ile değerlendirmeleri fırsatını doğurmuştur. Bu dönemde golf ve tenis kadınlar arasında yaygınlaşmaya başlamış ve kadınların her türlü sportif etkinliğe

katılması olanaklı hale gelmiştir. Ancak bu durum toplumdan topluma değişmekte, endüstrileşmiş ülkelerde kadınların spora katılım oranı artarken gelişmekte olan ülkelerde düşük kalmıştır. Çünkü bu toplumlarda hala kadınların yalnızca doğurganlık için yaratıldığı, güç ve performans gerektiren sporlardan uzak kalması ve pasif yaşamı tercih etmesi gerektiği düşünülmektedir. Spora katılımında ise kadının tenis, yüzme, paten gibi artistik ve estetik branşları seçmesi ya da spora yönelen kadınların yine güzelliklerini ve çekiciliklerini korumak, formda kalmalarını sağlamak amacı ile aerobik, step gibi sporları yapmaları önerilmektedir (Gökdağ 2018: 30-34).

### 2.2.1. Geleneksel ve Modern Toplumlarda Kadın ve Spor

Antik çağda spor etkinliklerinin sadece elit tabaka ve aristokratlara ait olduğu düşüncesi, Yunan Olimpiyatları'na bir dönem kadınların izleyici olarak bile katılamaması gibi durumlar incelendiğinde, sporun antik çağlardan beri süregelen şekilde, bazı kesimleri dışlayan ve herkese ait olmadığı bir ayrımcılık alanı olduğu görülmektedir. Modern sporun İngiltere'de doğduğu, ardından diğer Batı ülkelerine ve diğer kıtalara yayıldığı bilinmektedir. Pek çok modern spora, kadınlar erkeklerle eş zamanda ancak çeşitli engeller nedeni ile benzer olmayan olanak ve oranlarda katılmaya başlamışlardır. Bu dönemlerde kontrol ve gücü elinde tutmak isteyen ataerkil ideolojiye sahip olan uygulayıcılar, kadınların güç, prestij, rekâbet ve mücadele odaklı olarak tanımladıkları sporlara katılımlarını reddetmiş ve kadınları spor müsabakalarından men etmişlerdir. Zamanla eleştirilen bu davranışlar sonucunda kadınların müsabakaları seyretmelerine daha sonra ise sınırlı da olsa katılımlarına izin verilmiştir. Bu engellemelerin nedenlerinin başında kadınların kırılğan, narin yapısının spora uygun olmayışı vurgulanmıştır (Ünal 2013:58). Bu dönemlerde spora katılım fırsatı bulamayan kadınlar, modernleşme sürecinde sporun bilimselleşmesinin ve giderek yaygınlaşmasının yanı sıra Batı ülkelerinde kadın hareketlerinin etkisi ile ve geleneksel dönemdeki davranışlara getirilen eleştiriler sonucunda, spora günden güne artan şekilde katılım fırsatı bulabilmişlerdir. Pek çok spor dalının ortaya çıktığı ve yaygınlaşmaya başladığı 18. ve 19.Yüzyıllarda, hala kadınların spor için uygun olup olmadığı, sporun kadınların doğal yapısı olarak adlandırılan güzelliklerini yıpratmak şeklinde rekâbete ve

heyecana neden olduğu, sağlık açısından kadınların kaçınması gerektiği tartışmaları devam etmiştir (Gürten 2005: 103).

Geleneksel sporlarda pek varlık gösteremeyen kadınların, modern sporla birlikte spora katılımlarında özellikle Amerika'daki 1972 tarihli Title IX yasasının da etkisi ile açıkça görülebilen artış gerçekleşmiştir. Yine bu dönemlerde, spor yapan kadınların, kadınsı özelliklerini kaybetmediklerini kanıtlamak amacı ile maç sonrasında güzellik yarışmaları ile en güzel görünümlü oyuncunun seçilmesi, makyajsız maça çıkılmasına izin verilmemesi gibi uygulamalara da rastlanmıştır. Günümüzde de kadının spora olan ilgisini arttırmayı arzulayanlar, benzer uygulamaları hayata geçirmektedir. Modernleşme sürecini yaşayan toplumların birçoğunda, geleneksel sporların modernleştirilmesi ya da modern sporların geleneksel sporlara tercih edilmesi gibi süreçler yaşanmaktadır. Fakat sporun benimsenmesi ya da tercih edilmesi yönünde olsa da kadınların spora katılımına ilişkin önyargıların ortadan kalkmasının daha çok zaman aldığı, sporun örnek uygulayıcılarının genelde erkekler olduğu ve katılımdaki artışın erkeklerin lehine gerçekleştiği görülür (Ünal 2013: 60-62).

### 2.2.2. Batıda Kadın ve Spor

Özel alanlardan kamusal alana çıkmış bulunan kadınların, spor gibi fiziksel görünümü doğrudan etkileyen bir faaliyetten uzak kalması artık beklenemez bir durum olmuştur. Nitekim kentli, eğitim düzeyi yüksek ve genç kadınların spora katılımlarının daha fazla olması da bunu desteklemektedir. Batıda artık kadınlar da erkekler kadar spor yapabilmekte ve yaklaşık 30 yıldan beri spora katılımları, sürekli olarak artış göstermektedir. Ne var ki erkeklerle kadınlar arasındaki biyolojik ve fizyolojik farklılıklar spora yansımaya devam etmektedir. Üstelik bu farklılıklar, spor tarafından yeniden üretilmekte, hatta spor, toplumsal cinsiyete dayalı dışlayıcılığı geliştiren ideolojilerin ana odağı haline gelmektedir. Medyada kadın sporlarına yok denilebilecek kadar az yer verildiği; yer verildiği zamanlarda da kadın vücudunun daha ön planda olduğu aerobik, cimnastik, buz pateni ve senkronize yüzme gibi sporların öncelikli olduğu görülmektedir. Genel olarak bakıldığında kadınlar, bireysel sporları takım sporlarına tercih etmektedir. Fakat sosyalleşme ve okul eğitiminin yoğun olduğu

dönemlerde kadınlar voleybol, hentbol, basketbol gibi takım sporlarına da katılım göstermektedir. Ancak boks ve güreş gibi bireysel mücadele sporlarına fazla ilgi duymadıkları, motorize sporları, avcılık ve atıcılıktan da pek hoşlanmadıkları, şiddet ve tehlike içeren sporlarla alkışlanmak gibi eğilimlerinin olmadığı söylenebilir (Gökdağ 2018: 50; Rowe 1996: 220-230).

### 2.2.3. Türk Toplumlarında Kadın ve Spor

Türklerde spor etkinlikleri, sporun tarih sahnesine çıkması ile birlikte başlamıştır. Türkler, en eski Türk toplumlarından günümüze kadar sporla iç içe yaşamışlardır. Türk tarihi çok uzun geçmişe sahip olduğundan, spor Türklerde kültürün bir parçası haline gelmiştir.

#### 2.2.3.1. Eski Türk Toplumlarında Kadın ve Spor

Geçmişten günümüze kadar gelenekselleşerek ve fazla bir değişime uğramadan aktarılmış olan, yarışmayı, rekâbeti ve hoşça vakit geçirmeyi sağlayan sportif faaliyetler günümüzdeki özgün şekli ile "Geleneksel Türk Sporları" olarak ifade edilmektedir. Bu sporlar Türk toplumunun uzun yıllar süren kültürel pratikleri arasından süzülerek gelmiştir. "Geleneksel Türk Sporları"nın şekillenmesinde, Türklerin yaşam biçimi, doğuştan getirdiği özellikleri, yaşadıkları yerlerin coğrafi özellikleri ve en önemlisi de Türk Kültürünün yansımalarını görmek mümkündür (Güven 1992 Aktaran: Gökdağ 2018: 41).

Kadınların, Türk Devletleri'nden olan Hun'larda at bindikleri, ok attıkları ve ayak topu oynadıkları ifade edilir. Ayrıca Divânu Lugati't Türk eserinde de yüzyıllar boyu Türklerde kadın ve erkeklerin beraber futbol oynadıkları yazmaktadır. Yine eski Türk toplumlarında at binerek yapılan sporları da kadın ve erkeklerin beraber yaptıkları, bazı toplumlarda da kadınların kendilerine eş seçmek için erkeklerle güreştikleri ve eğer erkek kaybederse onu eş olarak seçmedikleri de ifade edilmektedir (Kafesoğlu 1984: 210-220). Bu durum Uygurlarda ve Göktürklerde de benzer şekilde olmuş, top tepmede, at binmede, okçuluk ve güreşte gerek kız çocukları ile erkek çocukları arasında, gerek



ise yetişkin kadın ve erkekler arasında bir ayrım olarak görülmemiştir. Kırgızlarda da özellikle kadınlar, koşu ve top tepmeyle çok fazla ilgilenmişlerdir (Dever ve İslam 2015: 51-56). Eski Türk toplumlarında görüleceği üzere sporda kadın-erkek ayrımına pek rastlanmamıştır. Bu durum İslâmiyet ve Arap kültürü ile tanışıncaya ve göç etme gibi nedenlerle, kadınların toplumdaki yeri değişinceye kadar bu şekilde devam etmiştir (Güven 2001: 62-66).

#### 2.2.3.2. Türkiye’de Cumhuriyet Sonrası Kadın ve Spor

Toplum içinde kadının spora katılımı, bulunduğu toplumda kadının genel statüsünün bir yansımasıdır. Cumhuriyetin ilanı sonrasında kadınlara tanınan haklar ve getirilen düzenlemelerle birlikte birçok alanda olduğu gibi spor alanında da kadınlar varlıklarını kabul ettirmeye başlamışlardır. Türkiye’de de kadının sporda daha fazla yer alması, Cumhuriyet ile birlikte sporun devlet tarafından desteklenip, okullarda Beden Eğitimi derslerinin zorunlu kılınması ile olmuştur. Atatürk, Türk sporunun ilk öğreticilerinin yetiştirilmesi konusunda çabuk davranmıştır. İstanbul Çapa Kız Öğretmen Okulunda, 1926 yılında bir kurs açılmış 1930 yılına kadar süren bu kurstan, 148 erkek, 63 kadın mezun olmuştur (Atalay 2007: 27).

Kadınların kürek sporuyla tanışmaları 1927 yılında, tenis kortlarına girmeleri ise 1923 yılında olmuştur. 1929 yılında Ankara’da bir grup kadın tarafından tenis kulübü kurulmuş, Türk kadını bisiklet sporuyla da 1930 yılında tanışmıştır. İlk kadın cimmastikçilerimizden Mübeccel Argun ise 1941 yılında modern bir spor salonu açmıştır. 1936 yılında Berlin Olimpiyat Oyunlarına iki eskrimci kadın sporcumuz katılmıştır (Canşen, 2015:40). İlk Türk kadın voleybolcu Suphiye Fırat 1929 yılında bir erkek voleybol takımında oynamaya başlamış ve fizyolojik olarak da kadının güçlü olduğu gerçeğini herkese göstermiştir (Atalay, 2007:28).

#### 2.2.4. Kadınların Spora Katılımının Artması

19. yüzyıl, özellikle sporun kurumsallaşmaya başladığı dönem olup kadınların da beden eğitimine ve spor branşlarına katılımlarının başladığı tarihtir. Baron de

Coubertin, 1896 yılında ilk Modern Olimpiyat Oyunlarını başlatırken kadınların olimpiyatlara katılımını düşünmüyordu. Onların hassas, kırılğan, duygusal yapıda oldukları, dolayısıyla da spor müsabakalarında yarışmalarının da mümkün olmadığı kanısındaydı. Coubertin karşı olmasına karşın, kadınlar 1900 yılında Paris'teki Olimpiyatlara tenis ve golf branşlarından katıldılar. 1910'da Lüksemburg'da yapılan toplantıda kadınlar cimnastik ve yüzme branşlarında olimpiyat programına dâhil edildi. Uluslararası Amatör Atletizm Federasyonu (International Amateur Athletic Federation) ise kadınları hiçbir şekilde atletizmde görmek istemiyordu. Bu yüzden de kadınlar Fransa'da kendi spor federasyonlarını kurdular (Lyberg 2000: 47).

Kadınların olimpik hareketin bir parçası olabilmek için verdikleri mücadelenin öncüsü Fransız Alice Milliat, 1917'de Kadın Kulüpleri Fransa Federasyonu'nu kurdu. 1921'de Monaco'da ilk kez 'Kadınlar Olimpiyatı'nı düzenledi. Uluslararası Kadınlar Spor Federasyonu (UKSF) ilk Kadınlar Dünya Oyunları'nı 20 Nisan 1922'de Paris'te başlattı. İkinci Kadınlar Dünya Oyunları 20 Nisan 1926'da İsveç'te yapıldı. Bu oyunlar sayesinde Uluslararası Kadınlar Spor Federasyonu olimpik harekete meydan okuyan güçlü bir kurum oluyordu. Bu duruma daha fazla kayıtsız kalamayan, Uluslararası Atletizm Federasyonu, kadınların atletizme katılmalarını da kontrol altında tutmak amacı ile UKSF ile bir anlaşma yaptı (Quintillan 2000: 27-28).

Günümüzde kadınların spora katılımı konusunda, henüz erkeklerle karşılaştırılacak düzeyde olmasa da önemli mesafeler alındığı görülmektedir. Kadınların spora katılımı konusunda yerleşik algılar tamamen ortadan kalkmasa da değişmeye başladığı gözlenmektedir. Kadınlar, bir zamanlar sadece erkeğin kontrolünde olan spor alanında görünür olmanın ötesinde, erkekler ile yarışır hale gelmiştir. Daha önce görmeye alışık olmadığımız veya sadece erkeklerin yarıştığı birçok spor branşında artık kadınları da görmek mümkündür (Yüksel 2014: 681). Değişen dünya düzeni, geleneksel kadın bedenini de değişime zorlamıştır. Sağlık/güzellik ve spor ilişkisi ve bu ilişki ile beraber serbest zaman etkinliklerinin insan hayatına daha fazla girmesi, yeni bir kadın estetik anlayışı ortaya çıkarmıştır. Kadınların vücut geliştirmenin popüler formlarına, aerobik ve egzersiz etkinliklerine katılımları, kadınların beden kültürünü değiştirmiştir. Türkiye'de de son yıllarda bu yeni hareket kültürü altında değerlendirilebilecek yeni

fiziksel uygunluk hareketleri (step, aerobik, yoga, pilates, fat-burner vb.) çok ilgi görmeye başlamıştır (Koca ve Bulgu 2005: 178). Özellikle Türkiye’de genç kızların ve kadınların spora katılımlarında geçmişe göre artış olduğu gözlemlense de sporu bırakma oranlarının çok yüksek olduğunu da söylemek gerekmektedir (Koca 2006: 85).

Uluslar Arası Olimpiyat Komitesi (IOC) desteği ile ülkemize gelen kadın ve spor konulu nitelikli bir çalışma yapan Kari Fasting ve Gertrud Pfister’in 1999 hazırladıkları rapor Türkiye’de kadının spordaki durumunu gözler önüne sermektedir. Bu rapora göre (Yüksel 2014: 681);

- Türkiye’de kadınların spora katılımı yaşadıkları çevre ve sosyal tabakaya göre şekillenmektedir.
- Türk kadınının spor yaşamına katılmasında aile desteği önemli rol oynamaktadır.
- Özellikle okul çağında sporun derslere olumsuz etki edeceği düşüncesinden dolayı katılımlara aile tarafından yeterli destek verilmemektedir.
- Sporun erkeklere has olarak algılanmasından dolayı kadınların spora katılımları düşük seviyede kalmakta, bu duruma ek olarak medeni durumun da spora katılımda etkili olduğu görülmektedir.
- Büyük şehirlerde kadınların spora katılımı az da olsa sağlanmakta iken kırsal kesimde bu durum geçerli değildir.
- Türkiye’de spor, sağlık endişesi durumunda ciddiye alınmakta ve onun dışında spor faaliyetlerine katılmak yerine izlemek tercih edilmektedir.
- Kadınlar genellikle spora, güzellik ve estetik olarak vücutlarını korumak ve formda kalmak amacı ile katılmaktadır.
- Rapora göre kadınların spora yönelmelerindeki engellerden birisi de muhafazakâr bir yapıya sahip Türk toplumunda örtünmenin spor yaşamında tam sağlanamayacak olduğu düşüncesidir.

### 2.3. Kadınların Espor Ürün Tüketiminde Yeri, Deneyimleri ve Karşılaştıkları Problemler

Geleneksel sporlarda yer alan ataerkillik düşüncesi ile kadınların, fiziksellik yüksek olduğu geleneksel sporlarda başarısız olacakları ve katılımlarının uygun olmadığı görüşü, her ne kadar fiziksellik üst düzey olmasa da çevrimiçi oyunlara ve ürün olarak espor'a farklı şekilde yansımıştır. Geleneksel sporlarda olduğu gibi ürün olarak espor'da da erkeklerin kadınlara oranla daha başarılı olacakları düşüncesi geçerlidir. Çevrimiçi oyunlarda kadın oyuncu sayısı artmaya devam ettikçe, kadın oyuncuların amaçlarını ve davranışlarını anlamak daha önemli hale gelmiştir. Bunun için de davranış kalıpları ve oyuncuların algıları arasındaki cinsiyet farklılıkları hakkında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır (Veltri vd. 2014:2). Espor endüstrisi ve video oyun sektörü daha da ilgi çekici hale geldikçe, kadınların da erkekler gibi bu sektörde yer almalarını sağlamak için kadın katılımını kısıtlayan sorunların çözümünde bir takım çalışmalar yapılması gerekir (Kim 2017: 3-4).

Kadın oyuncular, oyunlarda daha sosyal olarak görülmektedir. Kadınların oyun oynarken insanlarla tanışma olasılıkları, sanal ortamlarda grup aktivitelerine ve tartışmalarına katılma durumları erkeklere oranla daha fazladır. Ayrıca, kadın oyuncuların daha işbirlikçi olduğu ve diğer oyuncuları teşvik etmek için daha destekleyici bir dil kullandıkları görülmektedir (Hong ve Hwang 2012:343-345). Veltri vd. (2014:3-10)'e göre, kadınlar çevrimiçi oyunlarda arkadaşlık ilişkisi kurmakta daha aktif rol oynamaktadır. Kadın oyuncular oyundaki karakterlerinin görünüşüne erkek oyuncularından daha fazla dikkat etmekte ve karakterlerini oluştururken daha özenli oluşturmaktadır. Ayrıca erkeklerin kadın karakter ile oynama oranı, kadınların erkek karakterler ile oynama oranından daha fazladır. Erkek oyuncular, kadın karakterlerin oyunlarda daha fazla mesaj ve arkadaşlık isteği alacağını düşündüğü için ayrıca erkek oyuncuların kadın karakterlerle yardım isteme ve yardım alma durumunun daha fazla olduğu için kadın karakter seçimine yönelmektedir (Kuznekoff ve Rose 2013:543-544). Veltri vd. (2014:3-10)'nin yaptığı araştırmaya göre erkekler çevrimiçi oyunları daha çok oynuyor, oyunlarla daha fazla zaman geçiriyor ve daha erken yaşlarda bu oyunları benimsiyor. Oyunlarda başarı erkek oyuncular için daha çok şey ifade ediyor

ve erkekler kadınlara göre başarı hissine daha çok önem veriyor. Ayrıca erkek oyuncuların oyunlarda kadınlar üzerinde sosyal baskınlık ve güç arayışı içerisinde oldukları görülmüştür.

Erkek ve kadınların oyun oynamak için farklı motivasyonları olduğu göz önüne alındığında, farklı türde oyunlar oynamaktan hoşlandıklarını söylemek doğru olacaktır. Erkekler aksiyon odaklı oyunları daha çok tercih ederken kadın oyuncular daha çok kadın karakterin yer aldığı oyunlar, mantık oyunları ve geri alma işlevselliğine sahip oyunları tercih etmektedir. Erkekler bir şeyler inşa etmekten, eşya satmaktan ve oyunlarda para kazanmaktan zevk alırken kadınlar, oyun içi alışveriş yapmayı, karakterlerini keşfetmeyi, güzelleştirmeyi ve geliştirmeyi seviyor (Veltri vd. 2014:3-10). Hartmann ve Klimmt (2006:914-915) yaptıkları çalışmada, oyun tarzı tercihini incelemek için biraz farklı bir yaklaşım benimsemiştir. Oyunun türüne bakmak yerine (fps,moba,strateji vb.) kadınlar tarafından tercih edilen içerik türüne bakmışlardır. Araştırmanın sonucunda kadınların daha az şiddet sahnesine sahip olan, kadın karakterlerin daha çok yer aldığı ve sosyal etkileşimin de mümkün olduğu oyunlara yöneldiği tespit edilmiştir.

Video oyunlarında cinsiyet farklılığının en temel nedeni, erkeklerin rekâbet etmekten ve kazanmaktan daha fazla zevk almalarıdır. Kadınlar iş birliğine daha fazla odaklı iken, kadınlar için kazanmak ya da kaybetmekten çok eğlence faktörü daha ön plandadır (Ray 2004 Aktaran: Kim 2017: 16). Miller'ın yaptığı çalışmaya göre ise diğer önemli fark, kazanmayı ve kaybetmeyi algılamadaki farktır. Erkekler, en yüksek skoru elde etmek ve rekâbet etmekle motive olurken, kadınlar kazanma ve kaybetme konusunda kaygılı değillerdir (Miller 1996:30).

Shen vd. (2016: 316-317) tarafından yapılan çalışmada, kadın oyuncuların, erkek oyuncularla yetenek ve beceri konusunda aynı olsalar bile, kendilerine bu konuda yeteri kadar güvenmediği, kadınların özellikle online (çevrimiçi) oyunlarda, aktif rollerden çok pasif ve destekleyici rolleri oynadığı ve bunun da temel nedeninin, cinsiyet farkından değil oyundaki deneyimin az olduğundan kaynaklandığı görülmüştür. Kadın oyuncular, eğer erkeklerle eşit oyun süresi ve deneyimine sahip olursa, dijital

oyunlarda yetenek bakımından herhangi bir sorun yaşamayacaklar, erkeklerle aynı düzeyde performans göstereceklerdir. Fakat kadın oyuncuların diğer bir sorunu da oyun oynamaya devam etseler bile, yoğun rekâbete ve özellikle de erkek oyuncular tarafından cinsel ayrımcılık, sözlü taciz gibi mesajlara maruz kalmalarıdır (Gray 2012: 265). Cinsel ayrımcılık ve sözlü taciz ile ilgili olarak Nakandala, Ciampaglia, Su ve Ahn (2017:163) tarafından yapılan araştırmada, Twitch platformunda izleyicilerin, yayıncının cinsiyetine göre ne tür mesajlar yazdığı incelenmiştir. Özellikle kadın oyuncuların daha fazla fiziksel (dış görünüş) odaklı mesajlar alırken, erkek oyuncuların daha fazla oyun ve yetenek odaklı yorumlar (örneğin, stratejileri veya oyunda yaptıkları iyi hamle) aldığı görülmüştür. Kadın oyuncuların sesli sohbette ya da oyun içinde herhangi bir şekilde kadın oldukları belli olduğunda sözlü tacizlerin hedefi olabilecekleri ya da farklı şekilde davranışlara maruz kalabilecekleri belirlenmiştir. Bu tür olumsuzluklarla karşılaşmamak adına da bazı kadın oyuncuların cinsiyetlerini belli etmemeyi tercih ettiği ve buna uygun şekilde kullanıcı adı kullandıkları görülmüştür (Fox ve Tang 2016:6-9).

2016 yılında, kadın profesyonel 'Overwatch' oyuncusu olan ve oyunda 'Geguri' etiketi ile tanınan Se Yeon Kim, gösterdiği iyi performans karşısında, yasadışı program kullanmakla suçlanmıştır. 'Geguri' bu durumun gerçek olmadığını kanıtlamak için, canlı yayında oyun oynadığı videoyu izleyicilere izletmek zorunda kalmıştır. Bu video geniş kitlelerce yayınlanıp izlendikten sonra masum olduğu kanıtlanmıştır. Burada yaşanan sorun ise neden 'Geguri'nin iyi performansının kullandığı yasadışı program aracılığı ile olduğunun düşünülmesidir. Bu durum ile ilgili yapılan çalışmalarda tek sorunun, kadın oyuncunun böylesi iyi performans sergileyebilecek olmadığı düşüncesinden kaynaklandığı, eğer erkek oyuncu olsaydı bu durumlara gerek kalmadan oyununa devam edebilecek olmasıydı. Daha sonra oyun yapımcısı firmanın da oyuncunun kendi yetenekleri ile oynadığını kabul etmesi ile birlikte bu olay kapanmış fakat 'Geguri' oyunlarda cinsiyet ayrımcılığının adeta temsilcisi haline gelmiştir (<http://www.cracked.com/blog/the-unbelievably-dark-side-competitive-gaming/> 23.02.2019'da erişildi).

Kadınların video oyunlarındaki performansının, kadınlar ve oyunlarla ilgili olumsuz ve kalıplaşmış yargılardan etkilendiği görülmüştür. Çevrimiçi oyunlar oynayan kadın oyunculara, erkeklerin oyunlarda kadınlardan daha iyi performans gösterdiklerine ilişkin bilgiler verildiğinde, bu bilgiler verilmeyen diğer kadın oyuncularından ve erkeklerden daha kötü performans sergiledikleri görülmüştür (Kaye ve Pennington 2016:205-206).

Kadın oyuncuların oyunlardaki durumu incelendiğinde 3 faktörün ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki, kadın oyuncular oyuna başladıklarında genelde sadece arkadaşları ile beraber oyun oynama eğilimindedirler. İkinci durum kadın oyuncuların rekâbet etmeye başlama sürelerinin erkeklerden çok daha sonra olduğu, kendilerine güvenin ve yetenek açısından gelişimin tamamlandıktan sonra rekâbetçi arenaya geçmeleridir. Son durum ise kadınların oyunlarda erkeklerin agresif, düşmanca tavırları ve uygunsuz üsluplarından dolayı, moral ve performans açısından oyunlardan kopmalarındır (Kim 2017:39).

Kim (2017: 40-55) araştırmasında, kadınların video oyunlarına başlamaları, oyunlarda karşılaştıkları problemlerle ilgili olarak aşağıdaki paragraflarda yer alan sonuçlara ulaşmıştır:

Kadınların oyuna başlama sürecinde genelde, iyi ve yetenekli takım arkadaşları ile birlikte alışma evresini geçirmek, oyun hakkında bilgili olan yakın arkadaşlardan yardımlar almak kadın oyuncuların oyunlarını geliştirmeleri açısından daha etkili olduğu görülmüştür. Rekâbetçi oyunların genelde kadın oyunculara uygun olmadığı görüşü özellikle erkekler arasında çok yaygındır ve bu durum da kadınların oyun oynadıklarını söylediklerinde bile olumsuz tepki ile karşılaşmalarına yol açabilmektedir. Kadınlar, rekâbetçi oyunlarda erkeklere göre daha fazla baskı hissettiklerini söylemişlerdir.

Erkek oyuncuların, kadın oyunculara iyi oynamadıkları için ya da hata yaptıkları için uygunsuz şekilde konuştukları, argo kelime kullandıkları ve kadın oyunculara farklı amaçlarla yaklaştıkları görülmüştür. Kadın oyuncular, oyunda kadın olduğunuz belli

olduğunda (nick, yazışma dili ya da fotoğraf vb. yolla) oyunla ilgili olmayan mesajlar ve flört etme çabaları, cinsel şakalar vb. rahatsız edici söylemlerin olduğunu söylemişlerdir. Bu tarz olumsuz davranan, uygunsuz mesajlar atan, taciz eden üyelerin şikâyet edildiği, fakat gerekli işlemler yapılmadığı için bazı kadın oyuncuların hayal kırıklığına uğradıklarını ve bu nedenlerden oyunu bırakan birçok kadın oyuncu olduğunu belirtiyor.

Her ne kadar espor'da kapılar herkese açık gibi gözükse de adeta kadınların sektöre katılımlarının önünde görünmez duvar olduğunu, espor kulüplerinde ve takımlarda çok fazla erkek oyuncu olmasının, kadınlar için sektöre katılma açısından engel teşkil ettiğini düşünen kadın oyuncular bulunmaktadır. Kadınlar, erkeklerin espor alanında daha hâkim olmasının temel sebebinin, gençken video oyunlarına daha fazla maruz kalmaları olduğunu belirtmektedir. Bundan dolayı erkekler, kadınlara kıyasla daha fazla deneyime sahipler ve kadınlardan daha fazla oyun oynuyorlar. Eğer kadınlar da oyunlara daha fazla zaman ayırırsa erkekler ile aralarında bir yetenek farkı kalmayacağını düşünmektedir (Kim 2017: 40-55).

Ürün olarak espor'a kadın katılımcıların sayısı giderek artsa da dünya genelinde yaygınlaşan oyunlarda hala erkeklerin sayı olarak egemenliği mevcuttur. Bu duruma karşı, bazı kadın oyuncular, kadınların ürün olarak espor'da ve oyunlarda daha fazla yer almalarını teşvik eden bir takım çalışmalar yaparak kadınları teşvik etmeye çalışmaktadır. Profesyonel kadın esporcu olan Stephanie Harvey, büyük kuruluşların kadın oyuncuları desteklemelerini ve kadınlara özel espor turnuvaları yapmalarını istemektedir. Harvey'e göre kadınların da bu oyunlarda yeri var ve daha fazla temsil edilmek için de önerilerinden biri olarak kadın geliştiricilere daha fazla oyun yapma fırsatı tanınması gerektiğini söylemektedir. Harvey, yapılan desteklemeler ve çabalar ile birlikte kadınların oyunlarda daha çok temsil edileceğini ve bunun da azınlık durumundan kurtulmaları için faydalı olacağını düşünmektedir (<https://www.bbc.com/news/technology-37992322> 15.05.2019'da erişildi).

Oyuncuların yanı sıra, bazı teknoloji firmaları da bu gelişen ve büyüyen espor pazarı ile birlikte yeniden konumlanmaktadır. Örneğin, canlı yayın platformu olan



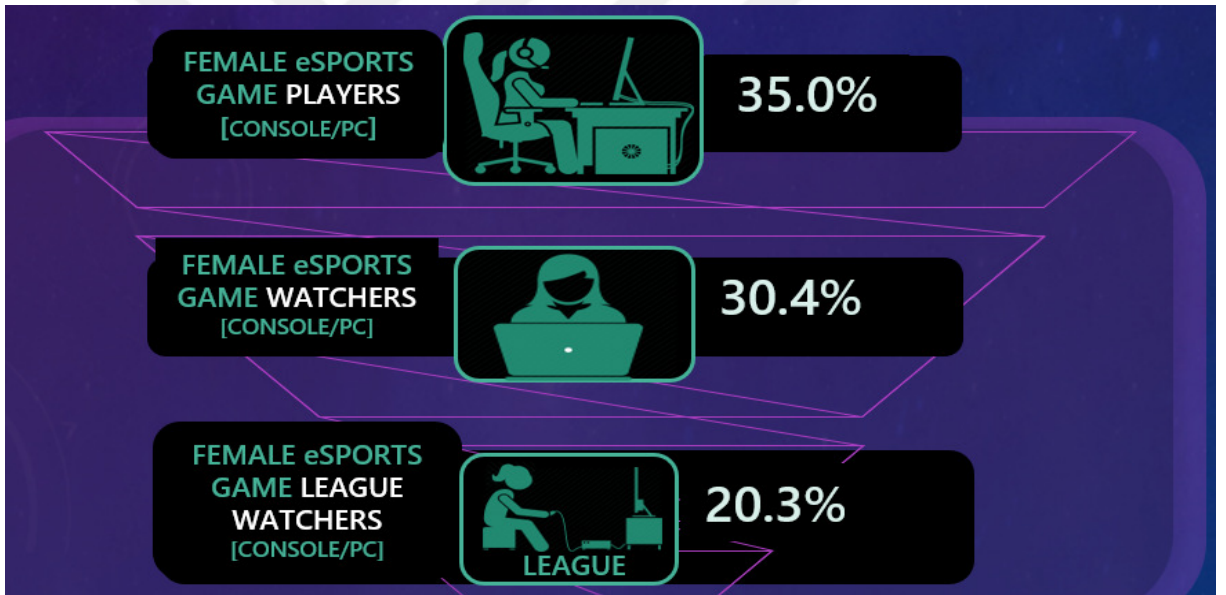
Twitch, bir kadın oyun destek topluluğu olan 'Misscliks'i desteklemeye başladı. Twitch'de yayın yapan ve programlama yöneticisi olan Anna Prosser Robinson'a göre; Misscliks'in temel amacı, kadınların Twitch'te bir arada bulunmalarını ve espor'da yer almalarını teşvik etmek için destek ve kaynak sağlamaktır. Intel ve ESL, espor'daki kadın oyuncu sayısını artırmak ve kadınların ilgisini espor'a çekmek için Polonya'nın Katowice şehrinde sadece kadınlara yönelik 'AnyKey' adında espor turnuvası düzenlemiştir (<https://www.nytimes.com/2016/12/21/technology/personaltech/video-game-makers-try-to-get-better-at-luring-women-to-esports.html>, 15.05.2019'da erişildi). Kadın oyuncular için toplumsal cinsiyet bariyerini kırmanın yollarını bulmak için 2017 yılında 'Fight Like a Girl' adında belgesel-film çekilmiştir. Agustin Gonzalez ve Nicole Maldonado'nun yapımcısı olduğu belgeselde, üç kadın Super Smash Bros oyuncusu, Victoria "VikkiKitty" Perez, Pricila "Port" Sortino ve Taylor "Xaltis" Gül, kadın oyuncuların karşılaştıkları sorunları göstermeye çalışmışlardır (<https://esportsinsider.com/2017/04/fight-like-girl-interview/>, 15.05.2019'da erişildi).

Ürün olarak espor'da ve çevrimiçi oyunlarda kadın oyuncuların yaşadıkları özellikle sözlü taciz ve baskı gibi sorunlarla mücadele etmek için, AnyKey, 'sıfır taciz' politikasını gündeme getirmiş tüm oyuncuların ve espor taraftarlarının beklentilerini içeren bir takım çalışmalar yapılması gerektiğini açıklamıştır. Bu açıklamada (AnyKey 2015: 4);

- Oyun turnuvaları ya da bilimsel kongrelerde davranış kuralları ile ilgili bilgilendirmeler yapılması,
- Oyunculara espor konusunda ve cinsiyet ayrımcılığı ile ilgili mentörlük programları ve profesyonel destekler verilmesi,
- Oyunlarda cinsiyetçiliğin olmadığını herkese göstermek adına çevrimiçi toplantılar ya da etkinlikler yapılması,
- Özellikle bu sorunları yaşayan kitle olan kadın oyuncular için rol modeller ya da yetkili kadın yapımcı ya da profesyonel kadın oyuncular ile bazı etkinlikler organize edilmesi,
- Özellikle oyunları sadece erkeklerle bağdaştıran kesim için bu düşünceden uzaklaşmaları ve oyunlar erkekler içindir mitini terk etmeleri adına topluluk ya da araştırma merkezlerinin kurulması,

- Kadın oyuncularını sektöre çekmek adına turnuvalar düzenlenmesi,
- Kadın oyuncularına profesyonelleşme fırsatının tanınması adına onlara belirli organizasyonlar düzenleyerek espor arenalarında oyun oynama fırsatı tanınması,
- Kadın oyuncularına olumsuz yaklaşan erkek oyuncular ile ilgili bir takım davranışsal düzeltme faaliyetlerinin yapılması gerektiği gibi seçenekleri dile getirmiştir.

Bu gibi gelişmeler, kadınların ürün olarak espor'a ve oyunlara olan ilgisini artırıyor, ancak hala yaşanan birçok problemin ve engelin kaldırılması için, ürün olarak espor'da toplumsal cinsiyet eşitliği üzerine geniş çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.



**Şekil 2.1:** Esport'u taraftar düzeyinde takip eden kadınların oranı (Interpret 2019).

Son yıllarda kadınların ürün olarak espor'a olan ilgilerinin arttığını söylememiz yanlış olmaz. Ürün olarak espor'u takip eden kadınların oranında son iki yılda yüzde 6 gelişim katedilmiştir. Konsol ya da bilgisayar üzerinden, espor olarak nitelendirilen oyunları oynayan kadınların yaklaşık yüzde 35 oranına denk gelmektedir. Ürün olarak espor'u taraftar düzeyinde takip eden ve oyunları izleyen kadınların oranı yüzde 30 civarındadır. Esport'un profesyonel liglerinde oynanan müsabakaları takip eden kadın taraftar kitlesi ise yüzde 20 oranındadır (Interpret 2019:1).

Bu araştırma mobil cihazları ele almadığından, kadın oyuncu ve izleyicisi sayısının daha da fazla artışta olduğu tahmin edilmektedir. Çünkü son yıllarda mobil oyun sektörü tekrardan atılım yapmış ve rekâbetçi oyunlarda üst sıralarda yer almaya başlamıştır. Mobil oyun sektöründe, rekâbete dayalı oyun sunan ve çok çeşitli gündelik oyunlara sahip bir platform olan Skillz'a göre, 2018'deki mobil platform oyunlarında kazanan 10 kişiden yedisi kadın oyuncuydu (Interpret 2019:1).



## III. BÖLÜM

### 3. REKREATİF DÜZEYDE OYUN OYNAYAN TÜRK KADIN OYUNCULARIN YENİ ÜRÜN OLAN ESPOR TÜKETİMİNDE YERİ, DENEYİMLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI PROBLEMLER

Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırma problemi, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, görüşme soruları ve araştırmanın yönteminden bahsedilecek, daha sonra katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular aktarılacaktır.

#### 3.1. Araştırma Problemi

Türk kadınının yeni ürün olarak esport tüketiminde yeri ve kadın oyuncuların esport tüketimlerine yönelik motivasyon ve olası engelleri nelerdir? sorusu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

#### 3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Türkiye'deki kadın oyuncular için yeni ürün olarak esport'da, Türk kadın oyuncuların esport ürün tüketimindeki yerini ve esport tüketimine yönelik motivasyon ve olası engellerini belirlemektir. Elde edilecek sonuçlarla birlikte, geleceğin büyük pazarını oluşturacağı öngörülen yeni ürün esport'da, Türk kadın oyuncuların esport tüketimine yönelik motivasyonları, karşılaştıkları sorunlar ve olası engeller kapsamında hem firmalara, hem de pazarlama literatürüne katkıda ve önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır.

### 3.3. Araştırmanın Önemi

Son yıllarda teknolojinin ve oyun sektörünün hızla gelişmesi ile birlikte hayatımıza giren espor özellikle genç nesil arasında oldukça ilgi çekici ve yaygın bir spor dalı haline gelmiştir. Ürün olarak espor'da ve dijital oyunlarda erkek oyuncuların sayısı kadın oyuncularından daha fazladır. Bu araştırmada, kadın espor oyuncularının ürün olarak espor'da ve dijital oyunlardaki mevcut yerleri, ürün olarak espor tüketimine yönelik motivasyonları ve espor ürünü tüketiminde karşılaştıkları sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu çalışma, kadınların yeni ürün olarak espor tüketimlerine yönelik olarak Türkiye'de öncü olması nedeniyle önem arz etmektedir. Yapılan çalışma literatüre "Yeni Ürün Espor" ve bunun yanında da "Türk Kadın Espor Oyuncusu ve Espor Tüketimi" ile katkı sağlayacağı düşünüldüğü için önemlidir.

### 3.4. Görüşme Soruları

Araştırmada, katılımcıların konu hakkındaki fikir ve değerlendirmelerini almak için, katılımcılara dokuz adet soru sorulmuştur. Bu sorular şunlardır:

1. Elektronik spor sizin için ne anlama geliyor?
2. Sizi espor'a yönelten sebepler nelerdir?
3. Kadın olarak espor'da takım arkadaşı tercihinizi neye göre yapıyorsunuz?
4. Bir kadın oyuncu olarak, espor'da oynadığınız oyunlarda, sizi ve performansınızı olumsuz etkileyecek sorunlarla karşılaşıyor musunuz? Anlatır mısınız?
5. Espor'da cinsiyet faktörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. Espor'da kadın oyuncuların, erkek oyunculara göre durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. Kadınların, video oyunlarında kadın oldukları için, önyargı, sözlü taciz, argo kelimeler, yeteneksizlikle suçlanmak vb. sorunlarla karşılaştıklarını düşünüyor musunuz? Bu sorunların çözümü için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?

8. Bazı marka, takım ya da kuruluşların, kadın oyuncularını desteklemek adına çalışmalar yapması ve kamuoyu oluşturması durumunda, bu çalışmalarını yapan marka, takım ya da kuruluşa bakış açınız nasıl olur?
9. Türkiye’de espor oyuncusu ve bir kadın olarak mevcut durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

### 3.5. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analizde amaç, görüşme ya da gözlem sonucunda elde edilen verilerin düzenlenip, yorumlanarak okuyucuya sunulmasıdır. Betimsel analizde, görüşmelerden elde edilen veriler belirli temalara göre sınıflandırılarak özetlenir ve yorumlanır. Betimsel analizde sık sık görüşmecilerin fikirlerine doğrudan alıntı şeklinde yer verilir. Betimsel analiz dört aşamadan oluşur. Bunlar; betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, oluşturulan çerçeveye uygun şekilde verileri sınıflandırma ve işleme, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması aşamalarıdır (Yıldırım ve Şimşek 2013: 256-258).

#### 3.5.1. Katılımcıların Belirlenmesi

Araştırma, Türkiye’de rekreatif düzeyde espor oyunları oynayan kadın oyuncularını kapsamaktadır. Araştırmada örneklem oluşturulurken, araştırmacının rekreatif düzeyde espor oyunlarını oynadığını bildiği kadın katılımcılar ile başlanmış daha sonra bu katılımcıların önerdikleri ve araştırmaya uygun olduğu belirlenen diğer katılımcılar kartopu örnekleme yoluyla çalışmaya dâhil edilmiş ve derinlemesine görüşme yapmaya gönüllü 20 kişilik örneklem oluşturulmuştur. Kartopu örnekleme yapmak için öncelikle evrene ait birisi ile temas kurulur. Sonra temas kurulan kişinin öneri ve yardımı ile bir başkasıyla, daha sonra yine aynı yolla bir başkasıyla temas kurulur ve bu şekilde zincirleme olarak örneklem genişler. Bu yöntemin en kritik noktası başlangıçta seçilen kişinin doğru seçilmesi ve konu hakkında bilgili olmasıdır (Altunışık vd. 2016:191). Yapılan çalışmada seçilen ilk kişi, araştırmacının espor

oyunlarını birlikte oynadığı, birçok farklı oyun türünü oynamış ve espor ile ilgili bilgi sahibi olan bir kadın espor oyuncusudur. Katılımcıların profili Tablo 3.1’de verilmiştir.

**Tablo 3.1:** Katılımcı profili

	Yaş	Deneyim	Oyun Türü
K.1	18	2 Yıl	MOBA, FPS, SPOR
K.2	27	4 Yıl	MOBA, FPS, MMORPG
K.3	27	3 Yıl	FPS, SPOR
K.4	28	6 Yıl	CCG, SPOR, FPS, MOBA, MMORPG
K.5	22	2 Yıl	FPS, RTS
K.6	26	1 Yıl	FPS, MOBA
K.7	25	1 Yıl	SPOR, FPS
K.8	23	2 Yıl	FPS
K.9	23	8 Ay	FPS
K.10	22	1 Yıl	FPS
K.11	21	1.5 Yıl	FPS, CCG
K.12	26	4 Yıl	FPS, SPOR, RTS, MOBA
K.13	25	1 Yıl	MOBA, FPS
K.14	19	6 Ay	CCG, FPS
K.15	24	2 Yıl	MOBA, FPS, MMORPG
K.16	20	1 Yıl	MOBA, FPS
K.17	21	2 Yıl	FPS, RTG
K.18	25	1.5 Yıl	FPS, SPOR, RTG
K.19	23	3 Yıl	FPS, CCG, MMORPG
K.20	18	2 Yıl	FPS, RTG, CCG, SPOR

\*FPS: Birinci Şahıs Nişancı (First Person Shooter)

\*RTG: Gerçek Zamanlı Strateji (Real Time Strategy)

\*MOBA: Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası (Multiplayer Online Battle Arena)

\*CCG: Kart Toplama Oyunu (Collectible Card Game)

\*MMORPG: Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu (Massively Multiplayer Online Role Playing Game)

### 3.5.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Kadın espor oyuncularının espor’daki yeri ve espor tüketimine yönelik motivasyon ve engellerinin tespiti amacı ile yapılan bu çalışmada nitel araştırma tekniklerinden, önceden belirlenmiş amaç için yapılan, araştırmacının soru sorması ve katılımcıların cevap vermesi üzerine kurulu ve karşılıklı etkileşime açık olan ‘derinlemesine görüşme’ tekniği kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek 2013:147). Derinlemesine görüşme kullanılmasının amacı, katılımcıların fikirlerini daha açık ve net şekilde ifade etmelerinin sağlanması ve konuyla ilgili yeni fikir ve yorumların ortaya çıkmasının sağlanmasıdır. Görüşmelerde, katılımcıların da izni alınarak ses kaydı ve not tutulmuştur. 20 gönüllü katılımcı ile Internet üzerinde ‘Discord’ programından derinlemesine görüşmeler yapılmış, bu görüşmeler katılımcıların da izni ile kayıt altına

alınmış ve eş zamanlı olarak not tutulmuştur. Derinlemesine görüşmelere ait ses kayıtları daha sonra tekrar dinlenerek bilgisayar ortamına aktarılmış ve analiz edilebilir hale getirilmiştir. Verilerin analizinde katılımcıların görüşlerini net şekilde yansıtmak amacı ile doğrudan alıntılara sıkça yer verilen betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek 2013:256-258). Bu çalışmada da, katılımcıların fikir ve değerlendirmelerini net bir şekilde yansıtmak amacı ile doğrudan alıntılara da sıkça yer verilmiş ve bu nedenle de verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılar, araştırmacı tarafından K1'den K20'ye kadar kodlanmıştır.

### 3.5.3. Geçerlik ve Güvenilirlik

Sonuçların inandırıcılığı, bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerinden biri olarak kabul edilir. Geçerlik ve güvenilirlik bu açıdan araştırmalarda en yaygın kullanılan iki ölçüttür. Nicel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik sayısal göstergelerle kanıtlanabilmektedir. Fakat nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliği kanıtlayacak sayısal veriler olmadığı için geçerlik ve güvenilirlik yapmak daha zordur (Başkale, 2016:23). Çalışmada geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması için Johnson (2015:109-110)'ın önerdiği basamaklar dikkate alınarak uygulama yapılmıştır. Bu basamaklar şu şekildedir (Johnson 2015:109-110);

1. *Verilerin dikkatli ve tam olarak kaydedilmesi:* Araştırmada veriler derinlemesine görüşmeler aracılığı ile elde edilmiştir. Görüşmeler esnasında katılımcıların da izni ile görüşmeler kayıt altına alınmış ve aynı esnada araştırmacı tarafından da not tutularak verilerin analizinde katılımcıların düşüncelerinin eksiksiz ve doğru bir şekilde analiz edilmesi amaçlanmıştır.
2. *Veri toplama ve analizin tüm aşamalarının anlatılması:* Araştırmanın veri toplama ve analiz ile ilgili bilgiler tezin üçüncü bölümünde 3.5.2. numaralı başlığı olan “Verilerin Toplanması ve Analizi” kısmında ayrıntıları ile sunulmuştur.
3. *Önemli her bilginin kaydedilmesi ve raporlanması:* Derinlemesine görüşmeler esnasında alınan kayıt ve notlar defalarca dinlenip incelenerek, araştırma kapsamında önemli olan her verinin kaydedilmesi ve raporlanması sağlanmıştır.



4. *Verilerin tanımlanması ve yorumlanmasında nesnellik:* Veri toplama süreci araştırmacı tarafından yapılmıştır. Veri analizi süreci bittikten sonra da veriler araştırmacı tarafından birkaç kez daha okunmuştur. Veriler ile bulgular karşılaştırılarak güvenilirlik sağlanmaya çalışılmıştır.
5. *Yeterli veri kaynağı kullanımı:* Derinlemesine görüşmeler, araştırmacı notları, kayıt ve gözlem gibi nitel veri kaynakları ile katılımcıların sürece yönelik deneyimleri veri analizinde değerlendirilerek, yeterli veri kaynağı kullanımı sağlanmıştır.

Güvenirlik, yapılan araştırma yeniden yapılsa tekrar aynı sonuçların çıkıp çıkmayacağı ile ilgilidir ancak nitel araştırmaların tekrarlanması durumunda niteliğin doğası gereği aynı sonuçlar ortaya çıkmayabilir. Nitel araştırmalarda önemli olan sonuçlar ile toplanan verilerin tutarlı olmasıdır (Merriam 2013:212). Bu nedenle elde edilen bulgular ile sonuçların tutarlılığı sağlanmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması betimlemelerle ve literatür desteği ile mümkün olmaktadır (Merriam 2013:200). Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar, tezin dördüncü bölümünü oluşturan “Sonuç ve Öneriler” bölümünde literatür desteği ile birlikte sunulmuştur.

### 3.6. Bulgular

Yapılan görüşmelerden elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular, “Türk kadın oyuncuların espor bilgisi”, “Türk kadın oyuncuların takım arkadaşı tercihleri”, “Türk kadın oyuncuların espor’a yönelme nedenleri ve motivasyon kaynakları”, “Türk kadın oyuncuların oynadıkları oyunlarda karşılaştıkları engeller ve sorunlar”, “espor’da cinsiyet faktörü”, “kadınların, espor’da kadın oyuncuların gelişimine yönelik yapılacak olan olası destekleme faaliyetlerine karşı bakış açısı” ve “katılımcıların mevcut durum değerlendirmesi” başlıkları altında sunulmaktadır.

#### 3.6.1. Türk Kadın Oyuncuların Espor Bilgisi

Yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre, Türk kadın oyunculara espor’un onlara ne ifade ettiği sorulduğunda çoğunluk, ‘Internet üzerinden oynanan

oyunlar' veya 'online oyunlar' olarak nitelendirmiştir. Bunun dışında bazı katılımcılar çeşitli oyun türlerinden oluştuğu vurgusunu özellikle yapmışlardır, her oyunun espor olarak değerlendirilemeyeceğini ifade etmişlerdir. Diğer bahsedilen konu ise bu oyunların bireysel olarak ya da takımlar halinde yapıldığı vurgusudur. Bu konuda katılımcılardan, K.15 espor'u, "Espor Internet aracılığıyla, bireysel ya da takım olarak oyunlar oynamak, belirli amaçlara ulaşmanın kazandığı, dünya genelinde çok yaygın olan sporun dijitalleşmiş hali diyebilirim. Birçok farklı oyun türlerinin ödüllü turnuvaları ve lisanslı sporculardan oluşan takımların mücadeleleri var. Bunlar kimi zaman TV'den kimi zaman Internet üzerindeki yayın mecralarından takip edilebiliyor ve gerçekten çok fazla takipçisi var." şeklinde açıklarken, K.8 "Benim için elektronik spor, insanların boş vakitlerini doldurmaya yarayan, kimi zaman keyifli vakit geçirmelerini sağlayan, Internet üzerinden arkadaşlarıyla veya oyunun takımınıza verdiği farklı insanlarla oyun oynayıp zaman geçirmesi" şeklinde açıklamıştır.

Espor'un kendisine ne ifade ettiği ile ilgili sorduğumuz soruya K.3, "Elektronik spor genelde dünya üzerinde online oyunların oynanması. Profesyonel şekilde ve liglerde oynandığını biliyorum. Benim için genellikle eğlence anlamına geliyor. Espor, geleneksel sporlara oranla daha az da olsa fiziksel çaba ve çoğunlukla zihinsel çaba da gerektiriyor. Benim gibi düşünmeyen çok sayıda kişi var. Ama refleks, stratejik hamleler vs. içinde barındıran sektör diyebiliriz." şeklinde yanıt vermiştir.

K.19 bu konuyla ilgili olarak, "Espor denildiğinde aklıma Internet üzerinden insanların birbirleri ile oyunlar oynaması, geliyor. Bunun tabii ki profesyonel hali var yani profesyonel liglerde ve lisanslı oyuncular tarafından gerçekleştiriliyor. Hatta bu oyuncuların koçları, takım menajerleri, antrenman saatleri yani tamamen profesyonel şekilde çalışılıyor sadece oyun deyip geçilecek bir şey olarak bakmamak lazım aslında. Çok büyük organizasyonların gerçekleştirildiği, çok fazla sayıda takipçisi olan sektör." olarak ifade etmiştir.

### 3.6.2. Türk Kadın Oyuncuların Takım Arkadaşı Tercihleri

Katılımcılara takım arkadaşı seçimlerindeki etkenler sorulduğunda katılımcıların tamamı önceliklerinin ‘yakın arkadaşlarla birlikte oynamak’ olduğunu söylemişlerdir. Bunun dışında kardeşleri ile oynadığını söyleyen katılımcılar da (K2,K3) mevcuttur.

Yakın arkadaş dışında bir takımla oyuna gireceklerinde dikkat edilen diğer faktör oyuncuların geçmiş oyunlardaki istatistikleri ve oyun hakkındaki bilgi ve becerisidir. Bu durumla ilgili olarak K.1, “Daha çok geçmiş oyunlarına, istatistiklerine bakarak takım arkadaşı seçiyorum. Daha çok yeteneğine göre diyebiliriz.”, K5, “Öncelik tabii ki arkadaşlarım, eğer arkadaşlarım açık değilse ve rastgele başlarsam nasıl oynadığına ilişkin istatistiklerine bakarım. Daha çok kendim oynuyorum arkadaşım olmazsa ama eğer takım olarak gireceksem de güzel oynaması yeterli benim için.”, K12, “Tercihlerimi etkileyen faktörler şunlar, genelde herhangi bir oyun üzerinden örnek verecek olursak puanlamasına bakıyorum hani nasıl oynayıp oynamadığını bildiğim insanları özellikle seçiyorum, oyun oynarken daha çok streslenmemek için. Çünkü zaten stres atmak için yaptığım bir şey oyun oynamak daha çok streslenmemek için iyi oyuncuları seçmeye çalışıyorum. K/D yüzdelerine bakıyorum, daha önce oynamışsam eğer nerde, ne konumda, hangi pozisyonda daha yararlı olabileceğini düşündüğüm insanları alıyorum. Oyundaki performansına göre seçim yapıyorum yani.” demiştir.

Takım arkadaşı tercihinde yakın arkadaşları olmadığında hemcinsleri ile oynamak istediğini söyleyen yalnızca bir katılımcı olmuştur. K.6 ise “Aslında benim takım arkadaşı seçmemdeki etmenlerden birisi üstünlük taslamayacak insanlar olması. Beni gerçekten kızdıran bu oluyor. Çok küfürlü konuşmaması ya da çok fazla hırslı olmaması da önemli. Oyunun oyun olarak kalmasından yanayım.” şeklinde açıklama yapmıştır. K.14’ de yakın arkadaşlarının dışında takımla girecekse ‘üslup’ faktörünün önemli olduğunu söylemiştir. Bunlara ek olarak K2 ve K3, eğer oyuna rastgele bir takımla girmeleri gerektiğinde oyunda sessiz kalmayı tercih ettiklerini de özellikle belirtmişlerdir.

### 3.6.3. Türk Kadın Oyuncuların Espor'a Yönelme Nedenleri ve Motivasyon Kaynakları

Türk kadın oyuncuların, espor oyunlarına hangi nedenlerle ilgi gösterdikleri, neden oyun oynadıklarını tespit etmek için sorulan soru, kadınların espor'a yönelmelerindeki motivasyon kaynaklarının belirlenmesine yöneliktir. Katılımcılara yöneltilen soruya karşılık elde edilen bulgularda önceliğin 'eğlence' ve 'stres atmak' olduğu açık şekilde görülmektedir. Birçok katılımcı da bu oyunlara arkadaş vesilesi ile başladıklarını belirtmiştir. K1,K4,K6,K9,K20 eğlenmek ve stres atmanın yanı sıra, rekâbet etmek ve oyunlarda kazanmak duygusunun da önemli faktör olduğundan bahsetmişlerdir.

Bu konuyla ilgili katılımcıların daha detaylı olarak verdiği bazı bilgilere bakacak olursak, K2 "Öncelikle ilk ben nasıl tanıştım, erkek arkadaşım çok fazla oynuyordu ve onunla vakit geçirebilmek için ben de öğrendim. Daha sonra kardeşim de büyüünce, kardeşimle biz uzaktayız ve birlikte vakit geçirmek için güzel bir saha ve kendisi tamamen bu oyunlara adapte olmuş durumda ve ergenlik döneminde. Şu an onunla konuşabildiğim nadir ortak alanlarımızdan birisi ve bu yüzden bu oyunları bırakamıyorum diyebilirim. Ama daha sonra mesela Lol dediğimiz oyunda kendim bir dönem çok fazla oynadım çünkü sardıkça sarıyor ve oynadıkça kendini geliştiriyorsun. İmkân buldukça ve boş vakit buldukça bende oynamaya başladım. Ama daha çok sevdiğilerimle birlikte vakit geçirebilmek uzaktaki arkadaşlarımla bağlantıyı koparmamak için oynuyorum diyebilirim. Ben daha çok arkadaş gruplarıyla eğlenmek için oynuyorum ama yabancı dil geliştirmek için bile kullanan arkadaşlarım var." demiştir.

K3 şu şekilde açıklama yapmıştır; "İlk olarak tabii ki de eğlence oluyor bunun yanında arkadaşlarımla birlikte vakit geçirmek ve tabii boş vakitlerimde ve çok sıkılıp bunaldığım zamanlarda genelde oyunları tercih ediyorum. Evde tek yaşadığım için canım sıkıldığında ya da stresli olduğumda orda diyaloga geçeceğim kişiler ya da arkadaşlarım oluyor. Bunun dışında mesleğim gereği gençlere hitap etmem de gerekiyor ve onlarla aynı dili yakalamak istiyorum. Çünkü espor artık gençlik üzerinde çok fazla

yaygın ve kullanılıyor. Her öğrencim, ben rehber öğretmen olarak çalışıyorum okulda, öğrencilerimle konuştuğum zamanlar hep sanal ortam, oyunlar ve espor üzerinden diyaloglarımız oluyor. İster istemez ilgim o yöne kayıyor ve çocuklarla bunun üzerinden diyalog kurup en azından onların dilini anlamaya çalışıyorum diyebilirim. Karakterleri kendileri ile bütünleştiriyorlar. Başardıkça da aslına bakarsanız, psikolojide şöyle bir şey vardır, öğrenci eğer başarıyı espor’da tadıyorsa onu daha fazla kullanmaya başlıyor. Hem eğlence hem de iş maksadıyla yapılan bir spor dalı aslında.”

Birçok insanın düşündüğünün aksine oyunların sosyalleşmek açısından da olumlu sonuçları olduğunu söyleyen katılımcılar da olmuştur. Bu konuyla ilgili olarak K7, K10 ve K14, oyunların sosyalleşmelerine yardımcı olduğunu söylemiş, bu oyunlar sayesinde birçok yeni arkadaş edindiklerini ve gündelik hayatta da kimi zaman buluşup görüştiklerini ifade etmişlerdir.

Genel olarak katılımcılarımız oyunları stres atma aracı olarak görseler de kimi durumlarda bunun aksinin yaşandığını belirtenler de olmuştur. Bu konuyla ilgili olarak K15 K17 ve K19 oyunlarda eğlenmek ve stres atmak temel amaç olsa da bazı durumlarda oyunlarda daha fazla sinirlenip, stres yaşadıklarını ve gerildiklerini söylemişlerdir.

#### 3.6.4. Türk Kadın Oyuncuların Oynadıkları Oyunlarda Karşılaştıkları Engeller ve Sorunlar

Türk kadın oyuncuların oyunlarda karşılaştıkları sorun ve engellerin tespit edilebilmesi için katılımcılara “Kadınların, video oyunlarında kadın oldukları için, önyargı, sözlü taciz, argo kelimeler, yeteneksizlikle suçlanmak vb. sorunlarla karşılaştıklarını düşünüyor musunuz? Bu sorunların çözümü için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?” sorusu sorulmuştur.

Bu konuda görüşmelerde elde edilen sonuçlara baktığımızda 20 katılımcının da oyun içi ya da dışı bazı sorunlar yaşadıkları net şekilde görülmektedir. Bu konuda görüşmecilerin verdikleri cevaplarda en çok öne çıkanlar, kadınlara olan ön yargılı

bakış, kadınların yeteneksiz olduğunun düşünülmesi, hakaret, küfür ya da argo konuşmalar, cinsel şakalar ve atılan uygunsuz mesaj ya da kişisel sorular sorulması olmuştur. Bu konuyla ilgili olarak K8, “Yani şöyle söyleyeyim önceden de değindik ama kesinlikle karşılaşıyoruz ve kendim de oldukça mustaribim. Genelde şu tavır da var kadın olduğumu anladıklarından sonra onunla beraber gidin, ayırmayın peşinizden, o da gelsin sizinle gibisinden hani o kadın tek başına yapamaz halledemez gibi düşünceler. Yani önceden de belirttiğim gibi ben nickimi çok cinsiyetimi belli etmeyecek şekilde aldığım için önceki belirttiğim konu da oluyor kadın olduğumu bilmeden küfür hakaretler oluyor. O yardımlaşma konusunda bahsettiğim gibi yardım edemediğim için direk küfürler vb. bir sürü olumsuz üslup oluyor. Yani bu konuda nasıl bir aşılma olabilir çok fikrim yok açıkçası ama zaten bu şikâyet etmeye vb. çok dikkate alınmıyor onun dikkate alınması, oyunla ilgili yaptırımlar gelse biraz belki önüne geçilebilir ama öncelikle zihniyetin değişmesi gerekli.” açıklamalarında bulunmuştur.

K3 fikirlerini; “Açıkçası arkadaşarımla oynarken sıkıntı olmuyor ama hani farklı gruplarla girmişsem bazı sorunlar olabiliyor ve bu beni olumsuz etkiliyor. O gruptan çıkmak istiyorum çünkü kaba sözler olabiliyor, uygunsuz mesajlar olabiliyor, beceriksizlik özellikle kadın olduğumuz için yapamaz, edemez, beceremez, sen neden buradasın ki vs. ister istemez insanın sinirini bozuyor. Boşu boşuna neden canımı sıkayım ki yani o yüzden de o gruptan çıkma gibi eylemim oluyor ve başka takımla devam ediyorum.” şeklinde ifade ederken, K4, eğer bir şekilde cinsiyet belliyse sözlü tacizin ve argo kelimenin çok fazla olduğundan bahsetmiştir. K5 ise yaşadığı problemleri “Tabii ki karşılaşıyorum. Bazen bayanız diye oynamak istemiyorlar bizimle. Sen kadınsın işte bilmezsin falan oluyor. Bir önyargı var. Bu şey gibi ehliyet alırken sen niye alıyorsun araba kullanamazsın ki gibi bir düşünce. Ama bazen onlardan daha iyi oynadığımı düşünüyorum. Bu iyi oynama durumu cinsiyetten daha çok verilen emekle ilgili. En olumsuz söylenebilecek şey bu önyargı.” şeklinde ortaya koymuştur.

K10, sorulan soruya, “Sorudaki söylediklerinize tamamen katılıyorum, hemen hemen her kadın oyuncu karşılaşıyor bunlarla ne yazık ki. Oyundaki insanları belirli testten geçirip oraya koyamadığımız için insanlara ne olduğunu bilmiyoruz, bu sorunu değiştirebilecek bir şeyimiz yok ama inşallah insanlar ve özellikle bu tarz davranan

erkekler bayanlara karşı tavırlarını değiştirirler. İnsanların önce kendilerini düzeltmesi gerekiyor çünkü hemen hemen her kadının yaşadığı problemler uygunsuz mesajlar, argo kelimeler, oyuna girdiğimiz için bir aşağılama yani sadece oranın erkekler için kullanıldığını düşünenler var. Oradan ismimiz, nickname'imiz görünüyor, takım arkadaşlarıyla girsekte arkadaşlık istekleri geliyor, görüntü alanlar oluyor, canlı yayın yapanlar ve kadınları zor durumda bırakanlar oluyor. Umarım bunların önüne geçilir ama bu sektörde yapabilecek hiçbir şeyimiz yok. Ama umarım kadın oyuncularımızın sayısı artar, erkek oyuncularımızın da bize anlayış göstermelerini bekliyorum çünkü her ne kadar onlar zaman öldürmek için vb. şekilde giriyorsa biz de aynı amaçlarla giriyoruz. Amaç aynı ama bazılarının farklı amaçları olduğu için zor durumda kalabiliyoruz. İnşallah bu zihniyetten kurtulabiliriz.” şeklinde cevap vermiştir.

K12, bu tarz davranışlara maruz kalan kadınların, sessiz kalmamak yerine karşılık vermeleri gerektiğini “Bu tür şeylerle karşılaşan özellikle argo ve uygunsuz mesaj ile karşılaşan karşılık vermeleri taraftarıyım açıkçası.” K12 kadınların yaşadıkları sorunlara değinirken aynı zamanda da kadın oyuncuların kendilerini geliştirmediğinden de yakınmış ve şu sözleri söylemiştir. “Önyargıyla yaklaşan çok fazla oluyor keza ben aynı şekilde, atıyorum çok yakın arkadaşım var kadın ve onunla birlikte oyuna girmeden önce şey diyorum başka serverdan açayım da hesabı kastığım serverdaki rütbem düşmesin diyorum. Şu şekilde yani yetersizler ve kendilerini geliştirmeye çalışmıyorlar. Genellikle yaptıkları şey bu, bu yüzden de ön yargı oluşuyor. İyi olmadıkları düşüncesi var yani önyargının olduğunu asla reddedemem. Ama ben argo kelime küfür vb. sıkıntıyla karşılaşmadım henüz diyebilirim. Oyunlardan tanıştığım çok insan oldu ama o tarz bir mesajla henüz karşılaşmadım umarım karşılaşmam. Ama kadınları güçsüz görmesinler ve böyle bir durum yaşayanlar da susup güçsüz kalmasınlar, karşı çıksınlar böyle davranırlarsa bir daha bu gibi olay yaşamayacaklarını düşünüyorum açıkçası. Bu gibi sorunlar yüzünden de hem o oyundan hem de genel olarak oyunlardan soğuyup bırakabiliyorlar.” sözleri ile belirtmiştir.

K19,“Evet ne yazık ki bu sorunların hepsi oluyor neredeyse. Yani küfür sadece kadın olduğumuz için değil küfür eden kadınlar da var erkekler de ve bu genel olarak olan bir durum. Kadın olduğum için karşılaştığım sorun yeteneksizlikle suçlanmak,

karşıdaki insandan iyi olduğumda da ‘başkasına bıraktı hesabı herhalde iyi oynamaya başladı’ vs. tarzı komik diyaloglar oluyor. Oyun içinden ya da oyun sonrasında iletişime geçme çabalarına girenler de oluyor bazen.” şeklinde cevap vermiştir.

Kadın oyuncular, yaşadıkları bu sorunlarla ilgili çözüm önerisi olarak, öncelikle olarak gerçekten adil şekilde çalışan ve yapılan şikâyetleri dikkate alan şikâyet sisteminin olması gerektiğini dile getirmişlerdir. Bu konudaki görüşlerden bazılarını bakacak olursak, K2,“Raporlama sisteminin de uygun kullanılması faydalı olacaktır. İyiye iyi kötüye kötü raporlama verilmeli ve bu dikkate alınmalı.”, K5,“Bu tarz sorunlarla karşılaştığımda da hemen şikâyet ediyorum fakat bana da bu konuda geri dönüş yapılmasını istiyorum. Şu kişi şikâyet edildiğinden dolayı cezalandırılmıştır şeklinde geri dönüş bekliyorum. Yani şikâyet merciinin daha sağlıklı çalışması diyebilirim.”

Bunun yanında oyunlardaki kadın oyuncu sayısının artmasının bu durumların yaşanmasını daha az düzeye indireceğini düşünen katılımcıları olmuştur. Ayrıca, bazı oyunlarda hali hazırda kullanılan bazı kelimelerin sansürlenmesi ve yıldızlı şekilde gösterilmesi durumunun daha fazla kelimeyi kapsamaması ve oyunlarda olsun kadın-erkek eşitliğinin sağlanması katılımcıların diğer önerileridir.

### 3.6.5. Espor’da Cinsiyet Faktörü

Katılımcıların, espor’da cinsiyet faktörü ile ilgili düşüncelerini öğrenmek için katılımcılara “Espor’da cinsiyet faktörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu sorulmuştur.

Katılımcıların tamamı espor’da cinsiyetin etkisinin olmadığını söylemişlerdir fakat erkeklerin, kadınlara göre sorumluluk alanları daha az olduğunu düşünen ve bu nedenle oyunlara daha fazla ilgi gösterip, daha çok oynadıkları için daha iyi görüldüklerini bunun da sanki erkekler yapar kadınlar yapamaz gibi bir sonuca çıktığını söylemişlerdir. Örneğin K1 “Cinsiyetin bir etkisi yok aslında ama erkekler daha çok eğilimli bu tarz oyunlara, daha çok yer alıyorlar, daha çabuk öğreniyorlar. Kadınlar



açısından hem yol gösterecek birileri yok hem bilmeyenler çok fazla, kadınlar çok eğilimli değil diyebiliriz.” demiştir. Ayrıca K1 kadınların oyunlarda genellikle arka planda yer aldıklarını, destekleyici rollerde oynadıklarını, ön saflarda ya da savaşçı olanların genellikle erkek oyuncular olduğunu da “Kadınlar daha çok destek amaçlı oynuyorlar. Mesela benim oynadığım oyunda destek herosu oynayan kadınlar daha fazla böyle savaşçı gibi daha çok ön planda olan herolarıysa erkekler daha çok oynuyor.” sözleri ile belirtmiştir. Bu konuda K3’te benzer şekilde düşünülmektedir. K3 “Kuzenlerimle vs. oynadığım zamanlarda örnek veriyorum Pubg oynarken arka taraflarda genelde ben oluyorum ilk savaşan erkekler oluyor arka tarafta destekçi olarak ben varım yani genelde destekçi olarak görüyorum kendimi kadın olarak. Biz seni koruruz modunda oluyorlar. Öğrencilerimle girdiğimde de siz arkada durun size bir şey olmasın modundalar yani. Kadınlar daha çok destek rollerde herhalde diye düşünüyorum ama tabii bunda daha iyi olanlar daha ön planda olabilir ama ben eğlenmek için girdiğim için belki de arka planda oluyorum ama bu benim için çokta önemli değil.” şeklinde açıklama yapmıştır.

Cinsiyetin etkisinin olmadığını düşünen katılımcılardan K4, erkek oyuncuların, kadınlara kaybetmeyi hazmedemediklerini ve bu duruma inanmadıklarını şu sözlerle açıklamıştır; “Aslında cinsiyetin önemi yok ama erkeklerin şöyle bir bakış açısı var. Kadınlar bizi yenemezler, bizi yeniyorlarsa kadın değildir erkektir ama kendini kadın gibi gösteriyordur gibi bir düşünce var. Benim beraber oynadığım yine kadın oyuncu arkadaşım var biz karşımızdakileri yendiğimizde bizim kadın olduğumuza inanmıyorlardı.”

Cinsiyetten bağımsız şekilde başarılı olmanın tamamen pratikle alakalı olduğuyla ilgili katılımcılardan;

K2, “... şöyle ki, kadınlar daha az uğraşüyor erkekler daha fazla uğraşılıyor. Öyle olunca da uzmanlık alanları gibi düşünülüyor erkekler daha iyi oynuyormuş gibi hal alıyor ama demin de söylediğim gibi ben öyle düşünmüyorum, emek harcamakla alakalı.”; K7, “Bence hiçbir farklılık yok. Şöyle olabiliyor, erkeklere kadınlara göre daha fazla oynadıkları için daha çok ilgileniyorlar ve aslında daha hâkimler bu konuya.

Daha başarılı olarak gözüküyorlar ama bence öyle değil hem kadın hem erkek olarak hepsi bence aynılar. Oynadığımız oyunlarda da erkekte kadın da kazananlar oluyor. Sadece erkekler daha fazla zaman ayırdıkları için daha başarılı gözüküyorlar ama bence cinsiyetin hiçbir etkisi yok.”; K9, “Oyunlarda cinsiyetin bence bir önemi yok ama erkekler kadınlardan daha çok vakit harcıyorlar bu oyunlarda. Eşit şartlarda kadın oyuncu da olsa aralarında performans farkı olacağını hiç düşünmüyorum. Aynı vakti biz de harcasak daha fazla ilgilensek kadınlar da gayet iyi şekilde oynayabiliyor. Belki daha bile iyi olabiliriz erkeklerden.”; K12, “Önemi var bence. Aslında hem var hem yok. Şu şekilde, kadınlar bu oyunlara yeteri kadar vakit ayıramıyorlar bence bu kötü bir şey. Diyelim ki DOTA 2 bunu kadınlar da oynamalı bu sadece of o oyun çok zor onu sadece erkekler, iyi oyuncular, gamerlar oynuyor gibi bir şey olmaması lazım. Daha fazla emek harcayıp daha fazla şey öğrenebilirler. Kadınlar daha çok şey yapıyorlar mesela oyunlarda kendilerini geliştirebileceği şeyler öğrenmektense daha başka alanlara yöneliyorlar daha kadınsı şeylere ama bence esporu kadın erkek diye ayırmamak gerekiyor ve kadınların yeteri kadar ilgi göstermediğini düşünüyorum. Keşke ilgi gösterebilirler. Zaman ayırarak ve pratik yaparak çok başarılı kadın oyuncular ortaya çıkacaktır diye düşünüyorum.”; K13, “Ben etkisinin olduğunu düşünmüyorum. Erkeklerin daha kabiliyetli oldukları düşünülüyor ama bence bunun sebebi de daha fazla ilgi duydukları ve daha fazla zaman geçirdikleri için olduğunu düşünüyorum. Kadınlar da bu şekilde ilgilenir ve üzerine düşerse çok başarılı olacaklar.”; K14, “Bence cinsiyetin pek bir önemi yok. Önemli olan aslında cinsiyetten çok oyunlara olan ilgi ve oyunlara zaman ayırmak. Erkekler oyunları gerçekten ciddiye alarak kendilerini kadınlara göre daha çok geliştirmeyi hedefliyorlar. Daha çok rekâbet odaklı sanki erkekler oyun da olsa güce ulaşmak, yenilmez olmak gibi düşünceleri daha fazla sanırım. Kadınlar da ilgilense ve kendilerini geliştirmek için çabalasa bence cinsiyetin etkisi olmaz.”; K15, “Bence cinsiyetin bir etkisi kesinlikle yok. Bu düşüncüyü kırmak için kadın oyuncu sayısının artması şart. Kadınlar oyunlara ilgi göstermeye başladılar, birkaç yıl sonra çok daha farklı şeyler konuşuyor olabiliriz. Şu an erkek egemen bir alan olduğu için erkeklerin iyi olduğu, kadınların kötü olduğu bir alan gibi düşünülüyor oyunlar. Ama olay aslında tamamen zaman ayırmak ve pratik yapmak ile ilgili. Tabii ki kimi insan daha yetenekli ve hızlı öğrenmeye yatkın olabilir ama benim denk geldiğim

bile birçok kadın iyi oyuncu var bu sayı ne kadar artarsa bu düşünce ortadan kalkacaktır.” ifadelerini kullanmışlardır.

Diğer katılımcılar, espor’da kadın oyuncu sayısının şu an için bulunduğu durumdan dolayı ve kadınların erkeklere göre daha az ilgilenmesi ve pratik yapmamasından dolayı sanki önemli bir etkenmiş gibi gözüktüğünü ama aslında önemli olmadığı görüşündelerdir.

### 3.6.6. Kadınların, Espor’da Kadın Oyuncuların Gelişimine Yönelik Yapılacak Olan Olası Destekleme Faaliyetlerine Karşı Bakış Açısı

Katılımcılara bu konuyla ilgili görüşlerini almak için, “Bazı marka, takım ya da kuruluşların, kadın oyuncuları desteklemek adına çalışmalar yapması ve kamuoyu oluşturması durumunda, bu çalışmaları yapan marka, takım ya da kuruluşa bakış açınız nasıl olur ?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların hepsi bu tür yapılması olası çalışmalara çok olumlu yaklaşmış ve hatta acilen bazı çalışmaların yapılmaya başlanması gerektiğini düşünmektedir. Bu konuyla ilgili olarak;

K1, “Ya kesinlikle olumlu olur. Çünkü kadınların da bir şeyler yapabileceğini görmesi mesela oyunda yapabiliyorum demesi bence çok büyük bir şey ama buna engel olanlar var. Fakat kadın oyuncular daha çok geliştirilirse ve daha sayıları daha çok artarsa bu durum güzel olabilir. Bu desteklemeyi yapan marka ya da firmaya da elimden geldiğince destek olmak isterim.” K2, sektörde yer almak isteyen kadınların önüne engeller çıkarılması yerine onların desteklenmesini ve önünün açılması gerektiğini, “Tabii ki de yani kadın sporcular kadın oyuncular, bütün kadınlar desteklenmeli. Bu tür çalışma yapan kuruluşlara tabii ki biz de elimizden geleni yaparız. Çünkü kadınlar da bu sektörde yer almalı, bu sektörde yer almak, para kazanmak isteyen kadınlar desteklenmeli. Önlerinde sırf kadın oldukları için bir engel bulunmamalı. Bunu teşvik eden ya da arkasında duran kuruluşlar da bizim gözümüzde en üst seviyede olacaklardır.” sözleri ile aktarmıştır. K3, bir marka, takım ya da kurumun sponsorluk ve destek çabalarıyla birlikte kadınların daha rahat şekilde oyun oynayabileceklerini ve gelişebileceklerini düşünmektedir. K7, böyle bir çalışmanın çok olumlu olacağını dile

getirirken bunun yanında bu çalışmayı yapan kurum ya da firmayı da çevresine olumlu şekilde bahsedeceğini ve her mecrada destekleyeceğini belirtmiştir. K7, “Özellikle kadınları desteklemeleri ve ben onların isimlerini duyurmak ve memnuniyetleri için elimden geleni yaparım ve esporda desteklenirse de çok memnun olurum. Bu destekle bence esporda kadın oyuncu sayısı artacak ve daha fazla gelişecek. Bu çalışmaları yapanları da çevreme bahsederim, sosyal medyada paylaşırım biliyorsunuz sosyal medya çok etkili son dönemlerde.” şeklinde ifade ederken, K9, bu desteklerle birlikte kadınların sayısının çok daha fazla hale geleceğini ve bu durumun da oyunlarda kadın oyuncuların yaşadığı sorunların ortadan kalkmasını sağlayacağını düşünmektedir. K10 bu konuyla ilgili olarak fikrini, “...biz zaten en başından beri kadın olarak bunu istiyoruz yaşadığımız problemlerden dolayı. Sadece kadınların değil de gerçekten kadınları destekleyen erkek oyuncuların da bu tarz uygulamalara destek olacağını düşünüyorum inşallah bakalım yapılan araştırmaların sonuçları iyi olur.” sözleri ile belirtmiştir. K12 ise destek çabalarının gerekli olduğunu ve belki de gelecekte çok başarılı bir kadın espor oyuncusunun bu şekilde ortaya çıkabileceğini şu sözlerle belirtmiştir:

“Desteklenmesi gerekiyor ve benim bakış açım buna çok olumlu olurdu çünkü birçok kadın oyuncuyu oyunlarla tanıştırdık. Benim için daha eğlenceli bir ortama dönüşebilir böyle olduğunda. Karşıdaki bir kadın ve kadının ne yapacağını bilemezsin bir anda her şey çok farklı bir hale gelebilir. Stratejik zekâsı vardır bunu kullanabilir oyunlarda. Kamu kuruluşları olsun, takım, markalar olsun kadınları desteklemeleri benim için çok önemli bir şey çünkü fark edilemiyoruz kadın oyuncular olarak. Ya teşvik, kadınların buna ihtiyacı var. Bir kadın düşün mesela Lol oynayarak Türkiye 1.si bile olabilir ama oyunun ne olduğunu bile bilmiyor. Aslında çok iyi refleksleri, stratejik zekâsı vardır ve bunları kullanıp çok iyi yerlere gelebilir, dünya çapındaki turnuvalara katılabilir çünkü espor artık gerçek bir spor dalı olarak ele alınıp dünya turnuvalarına, olimpiyatlara katılabilir. Ama o kadın daha bunun ne olduğunun farkında değil yani bir şekilde kadınların da teşvik edilmesi lazım bu durum sadece erkekler oynuyor diye geçiştirilmemesi gereken şeyler. Desteklerle birlikte özgüvenleri yerine gelir.”

Katılımcıların düşüncelerinde öne çıkan diğer bir konu da yapılacak olan bu destek çabaları ile birlikte oyunlara ilgi duyan ve oyunlarda yer almaya başlayan kadın sayısında ciddi artış meydana gelecek ve bu durum da kadın oyuncuların yaşadıkları sorunların önüne geçilmesinde büyük pay sahibi olacaktır. Bu konuyla ilgili bazı katılımcıların görüşleri şu şekildedir:

K13, “Profesyonel arenada kadın oyuncu sayısı az bulunmakta, belirli marka, takım ya da kuruluşların kadın oyuncularla ilgili çalışmalar yapmasının kadın oyuncu sayısının artmasını sağlayacağını düşünüyorum. Profesyonel kadın esporcu sayısının artması ile birlikte oyunlara ilgi duyan kadınların da sayısını artıracaktır. Bu durumun da yaşanan birçok sıkıntının önüne geçeceğini düşünüyorum. Mesela kadınlara özel şekilde turnuvalar organize edilebilir onlara oyunları tanıtmak ve cazip hale getirmek için. Bir takım çalışmaların ve desteklerin yapılması şart bence.”; K14, “Böyle bir destek kesinlikle lazım. Bu desteği yapan kuruluşa karşı tabii ki çok olumlu yaklaşım olur sadece benim tarafımdan değil birçok kadın tarafından çok olumlu karşılır ve desteklenir. Bu şekilde çalışmalar yapılarak kadınlara bu oyunların tanıtılması, cazip hale getirilmesi gerekli. Belki de oyunlarda çok başarılı olacak ama cesareti olmayan birkaç kadın da bu vesileyle sektöre kazandırılmış olur ve bu durum da diğer kadınlara da örnek teşkil eder.”; K17, “Harika olur, olması gereklidir. Yapılan çalışma var mı bu konuda bilmiyorum ama varsa bile bunu bir şekilde kamuoyu oluşturmak adına daha geniş çaplı ve ses getirecek şekilde duyuruları vs. olmalı. Buna tahmin edilenden daha fazla destek çıkılacağını düşünüyorum. Bence öncelikle kadınlar oyunlara bir şekilde daha fazla çekilmeli farklı oyunlar mı olur, oyun yapımcıları tarafından farklı uygulamalar mı bilmiyorum ama oyunların sadece erkeklere uygun gibi görülmesinden uzaklaşmalıyız. Belki böyle yerel turnuvalar yapılabilir, sonra ilgi görürse daha büyük çaplı ve kadın oyunculara özel turnuvalar olabilir sırf bu durum oyunlara ilgi duyan ya da haberdar bile olmayan kadınları oyun sektörüne çekmek için yapılabilir.”; K19, “Desteklerin yapılması şart evet belki kadınlara özel bir takım etkinlikler, oyunların tanıtıldığı başarılı kadın oyuncuların da gelip teşvik ettiği bir takım organizasyonlar yapılabilir mesela. Yani destekleme çabaları ses getirirse daha çok kadın oyuncu oyunlara çekilse bu güzel olur.”

### 3.6.7. Katılımcıların Mevcut Durum Değerlendirmesi

Katılımcılara espor'un mevcut durumu ve kadın oyuncuların durumu ile ilgili genel bir değerlendirme yapmaları için "Türkiye'de espor oyuncusu ve bir kadın olarak mevcut durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusu sorulmuştur.

K1 bu soruya, "Ben bu oyunları ilk oynadığımda çok saçma buluyordum yani şu an bakıyorum çok ince ayrıntılı konular var bence çok güzel bir şey oyun oynamak. Genelde oynadığım oyunu dünya genelinde oynuyoruz yani sadece Türkiye içinde değil ve ben genelde erkek oyunculara rastlıyorum. Bu durumda kadınların daha fazla yer alması gerektiğini ve daha fazla kadın oyuncuya rast gelmeyi umuyorum." şeklinde cevap vermiştir.

K2, bu konuda bir durumdan yakınmış ve bunun düzeltilmesini aksi takdirde kadın oyunculara karşı olan yaklaşımın kolay kolay değişmeyeceğini şu şekilde ifade etmiştir:

"Yani şimdi her türlü insan olduğu gibi mesela bu yayıncılar para kazanmak için tabiri caizse kadınların kendilerini cinsel obje olarak kullanmaları hiç hoşuma gitmiyor ama bu tabii tercih meselesi. Daha çok prim daha çok para ediyor ne yazık ki. Çünkü cinsel objeyi oyunlarda ve özellikle bu yayıncılar çok öne çıkarıyor. Böyle olunca biz bu sektörde ne kadar farklıyız desek bile oyunlarda kadınlara özellikle o tarz mesajlar gelmeye devam edecek. Çünkü bir yandan bazı insanlar gözüne sokuyor cinselliği yani böyle olunca da ben ne kadar eşitiz, biz de iyi oynarız, uygunsuz mesajlar olmasın desem de onların aklına diğerleri geldiği için ne yazık ki oluyor. Oyunlarda da kostümler olsun karakter seçimi olsun cinselliği hep ön planda tutuyorlar. Onlar da para kazandıkları için gayet mutlu olduklarını düşünüyorum. Ama biz sesimizi duyurursak bu oyunları oynayan kadınlar bu rahatsızlıkları daha çok dile getirirsek bu ses tabii ki yankılanacaktır. Bu yüzden oyun oynamayan da pek çok bayan vardır bence." K2, bu sözlerinde daha çok oyun oynarken yayın yapan kadın kullanıcılara serzenişte bulunmuş ve daha çok izlenmek ve kazanmak için cinselliği değil oyun becerilerini kullanmaları

gerektiğini dile getirmiştir. Bu şekilde yapan kadınlar olduğu sürece de diğer kadınların ne yaparlarsa yapsınlar o imajı değiştirmelerinin zor olduğunu düşünmektedir.

K3'te espor sektörünün gelişmekte olduğunu belirtmiş fakat oyunlarda bu tür cinsel olayların önüne geçilmesi gerektiğini söylemiştir. Birçok kadın oyuncunun bu tür davranışlardan usandığını ve oyunları bıraktığını belirtmiştir. Ayrıca kadın oyuncuların desteklenmesinin ve bir takım çalışmalar yapılmasının da gerekli olduğunu söylemiştir.

K4, espor sektörünün son yıllarda çok geliştiğini ve bu gelişme sonucu kadın oyuncu sayısının da son dönemlerde arttığını belirtmiştir. K6, "Yani şöyle bir gerçeklik var ki teknoloji sürekli geliyor, herkesin elinin altında artık bu oyunlara ulaşma durumu var ve dolayısıyla da sektör gerçekten çok hızlı geliyor yapılan sponsorluklar olsun, takipçi sayısı olsun her açıdan her geçen gün katlanarak artıyor diyebiliriz. Tabii kadınların sayısının daha da artmasını temenni ediyoruz hem profesyonel oyuncu olarak hem de bizim gibi oynayanlar açısından, umarım bu gerçekleşir." olarak ifade etmiştir.

K7, İnternet'in gelişimi ile birlikte espor sektörünün daha da yaygınlaştığını ve önümüzdeki süreçte çok daha adından bahsettireceğini söylemiştir. K7'ye göre köklü spor kulüplerinin de bu sektöre katılması ve espor takımları oluşturması sektörün ne kadar geliştiğinin bir göstergesidir. K9 da aynı şekilde spor kulüplerinin sektöre girişi ve sponsorlukların artması ile birlikte çok daha büyük bir hızla espor'un geliştiğini söylemiş ve sözlerine;

"...ülkemizde de insanlar geleneksel sporlardan uzaklaşıp artık daha çok rekâbetçi, heyecanlı sporlar olabilen espor oyunlarına adım atıyorlar. Yani hem küresel hem dinamik hem dijital hem de genç bir kitle esporla yatıp kalkıyor diyebiliriz ve bence bu gurur verici bir şey. Sektörün durumunun daha da iyiye gideceğini düşünüyorum. Bu şekilde devam etmesini aslında isterim ama kadınların daha fazla yer alması gerekli tabii ki. Kadın olarak daha fazla zaman geçirmemiz gerekiyor biz de erkekler kadar egemen olmak istiyorsak. Kadın oyuncu sayısını artırmak lazım, artık arkadaşlarımıza mı överiz oyunları ne yaparız bilmiyorum ama herkesin payıyla kadınların artışı sağlanacak" şeklinde devam etmiştir. K10 bu konuyla ilgili olarak;

“Genç kitle daha çok ilgi duyduğu için böyle oyunlara, oynayanların sayısının artacağını düşünüyorum genç ve dinamik bir kitle söz konusu sonuçta. Kadınların sayısının daha çok artacağını düşünüyorum özellikle bu tarz araştırmalar sonuç getirirse farklı insanların da destek çıkacağını düşünüyorum ki bunun sonucunda kadınlar da erkekler kadar rahat oyun oynayabilecekler artık. Hepimizin temennisi bu yönde. Kadınların da başarılarının görülmesini istiyorum artık yani aşağılamak değil de onların da yapabildiklerini görmelerini istiyorum. İnşallah bizlere de fırsat verilir artık.” ifadesini kullanırken K11,“Espor son yıllarda Internet kullanımının artması ve yaygınlaşması ile birlikte bu oyunlara erişimin bir nebze kolay olması sebebi ile çok büyük bir hızla gelişim göstermekte. Önceki sorularda da bahsettiğim gibi erkek sayısı kadın sayısından çok daha fazla şu an ve ben kadınların oyunlarda daha fazla yer alması gerektiğini düşünüyorum. Buradan da bir çağrı yapmış olayım herhangi bir çekince sebebi ile oyunlardan uzak kalıyorsanız hem kendimiz hem oynamayı düşünen kadınlara ön ayak olmak için hep beraber oyunlara ilgi gösterip en azından boş zamanlarımızda oyunlarla ilgilenelim. Bu durum göreceksiniz kadınların sektördeki yerini çok daha iyi bir konuma taşıyacak.” şeklinde bu konudaki fikirlerini belirtmiştir.

K12, kadın oyuncuların şu an için pratik ve yetenek açısından kendilerini çok daha geliştirmeleri gerektiğini bu durumun sonucunda da kadın-erkek birlikteliğinin oyunlarda sağlanarak çok daha iyi bir ortam sağlanacağını düşündüğünü şu sözlerle ifade etmiştir:

“Kadınlar bu konuda çok yetersiz ve kendilerini geliştirmeleri gerekiyor. Artık kadın ve erkeklerin eşit olduğu bazı yerler olmalı yani oyunlar sadece erkeklere ait değil. Bir şekilde birleşmeleri gerekiyor artık yani bir arada olurlarsa daha mutlu olabilirler.” K12 ayrıca espor’un gelişime de çok açık bir sektör olduğunu belirtmiştir. K12, “Daha gelişime çok açık bir sektör bence mesela bunu bir spor olarak ele alıyoruz ama geleneksel sporların belirli kısıtları vardır örneğin yüzmede belirli stiller vardır bunun dışına çıkamazsın ama oyun sektörü böyle değil çok geniş ve gelişime açık o yüzden de daha gelişecektir” sözleri ile dile getirmiştir.



K14, sektörün ve kadınların durumunu “Espor özellikle genç kitle arasında inanılmaz yaygın ve her geçen gün de yapılan çalışmalar, yatırımlar ve sponsorluk faaliyetleri ile geliyor. Kadın oyuncu sayısı dediğim gibi az ve bunun da aslında yaşanan sorunlarla birbirini etkilediğini düşünüyorum. Bazı kadınlar oyunlarda bu tür sorunlar yaşadıklarında örneğin uygunsuz mesajlar, argo kelimeler ya da kadın olduğu için farklı şekilde yaklaşım ve ön yargı ile yaklaşıldığında oyunlardan soğuyup bırakabilirler. Kadın sayısı arttıkça bu sorunlar çok daha minimum hale gelecektir diye düşünüyorum. Bir önceki soruda sorduğunuz destekleme çabaları çok acil şekilde başlamalı ve kadınlar için sektör ve oyunlar daha cazip hale getirilmeli diye düşünüyorum.” sözleri ile değerlendirirken, K18, “Espor çok gelişmekte olan bir sektör hatta son olarak Asya Oyunlarına dâhil edildi belirli türdeki oyunların espor müsabakaları ve 2022 olimpiyatlarına da bir spor dalı olarak ekleme düşüncesi var. Artık nesil değiştikçe ve teknoloji geliştikçe tamamen elektronik ortama kayılacak bu ister istemez gerçekleşecek bir şey. Kadın oyuncular son zamanlarda evet biraz daha fazla ilgililer ve daha fazla oynamaya başladılar fakat geliştirmeleri lazım kendilerini yani hemen pes edip bırakan çok fazla kadın biliyorum maalesef. Kadınların da artışıyla sektör de daha çabuk gelişecektir bence.” şeklinde fikirlerini ortaya koymuştur. K20 ise düşüncelerini, “Espor ve oyun sektörü çok gelişmekte. Teknoloji ile iç içe olan bir sektör olduğu için teknoloji, bilgisayar parçaları, sistemler vb. geliştikçe bu sektör de geliyor ve erişimi de kolay olduğu için birçok insan bu oyunlara ulaşabiliyor. Kadın oyuncu sayısının azlığı bence tek olumsuz yönü ama o da son zamanlarda biraz yükselişte bunu inkâr edemeyiz özellikle mobil oyunlara kadınların ilgisi çok daha fazla bence. Ama hala bazı çekincelerden ya da yapamam korkusundan başlamayan kadınlar var bunun kırılması gerekli diye düşünüyorum.” sözleri ile belirtmiştir.

## IV. BÖLÜM

### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kadın oyuncuların ürün olarak espor tüketimindeki yeri, deneyimleri ve karşılaştıkları problemler ile ilgili olarak yapılan araştırma ve görüşmelerin sonucunda elde edilen sonuçlar şunlardır;

1. Oyunlarda, kadın oyuncuların iş birliğine daha fazla odaklı iken erkeklerin daha çok rekâbet odaklı oynadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, Ray (2004)'in “kadınlar için kazanmak ya da kaybetmekten çok eğlence faktörü daha ön plandadır” şeklinde ortaya koyduğu sonucu destekler niteliktedir (Ray 2004 Aktaran: Kim 2017: 16). Miller'da (1996) araştırmasında kadın oyuncuların kazanmak ya da kaybetmek konusunda erkek oyuncular kadar kaygılı olmadığını belirtmiştir. Literatürde ayrıca Veltri (2014), oyunlarda başarı hissini erkekler oyunculara kadın oyunculara göre daha önemli olduğunu söylemektedir. Yapılan araştırma sonuçları da bu bilgilerle örtüşen sonuçları ortaya çıkarmıştır. Türk kadın oyuncuların espor oyunlarına yönelme nedenlerine baktığımızda temel amacın ‘eğlence’, ‘stres atma’ ve ‘boş zamanları değerlendirme’ olarak görüyoruz. Rekâbet etmek ve kazanmak duygularının kadın oyunculara daha geri planda olduğu görüşmelerde ortaya çıkmıştır.
2. Literatürde, kadın oyuncuların bir oyunu oynayacakları zaman genellikle yakın arkadaş ve çevreleri ile oynama eğiliminde olduklarına değinilmiştir (Kim 2017:39). Yapılan araştırma sonucunda ulaştığımız bilgiler de bu yöndedir ve literatürle benzerlik göstermektedir. Türk kadın espor oyuncuları oyunları öncelikle yakın arkadaşları ya da çevreleri ile birlikte oynama eğilimindedirler. Bunun nedenleri;

- Türk kadın oyuncular, tanıdıkları kişilerle ve yakın arkadaşları ile beraber oynarken kendilerini daha rahat ve güvende hissetmektedir.
  - Otomatik eşleşme ile oyuna girdiklerinde oyun esnasında uygunsuz mesajlar, oyun dışı farklı amaçlarla konuşma çabaları, hakaretler gibi birçok olumsuzlukla karşılaştıklarını söylemektedir.
  - Özellikle bir oyuna yeni başladıklarında oyunu öğrenmek ve oyundaki önemli noktalarla ilgili yardımcı olmaları açısından yine kadınlar yakın çevreleri ile beraber oynamayı tercih etmektedir.
3. Literatürde ortaya konulan bir diğer nokta kadın oyuncuların, erkek oyuncularla yetenek ve beceri konusunda eşit düzeyde olsalar bile kendilerine yeteri kadar güvenmediği, bunun temel nedeninin, cinsiyet farkından değil oyundaki deneyimin az olduğundan kaynaklandığıdır. Kadın oyuncular, eğer erkeklerle eşit oyun süresi ve deneyimine sahip olursa ve oyunlara daha fazla zaman ayırıp pratik yaparsa, oyunlarda yetenek bakımından herhangi bir sorun yaşamayacaklar, erkeklerle aynı düzeyde performans göstereceklerdir (Shen vd. 2016:316-317). Kadın oyuncular, erkeklerin espor alanında daha hâkim olmasının temel sebebinin, gençken video oyunlarına daha fazla maruz kalmaları olduğunu belirtmiştir. Bundan dolayı erkekler, kadınlara kıyasla daha fazla deneyime sahipler ve kadınlardan daha fazla oyun oynamaktadır. Eğer kadınlar da oyunlara daha fazla zaman ayırırsa yetenek farkı kalmayacağını düşünmektedir (Kim 2017:40-55). Bu çalışmada da benzer şekilde elde edilen sonuçlar literatür ile örtüşmektedir. Analiz sonucunda, Türk kadın oyuncuların oyunlara, erkekler kadar fazla ilgi göstermediği ve zaman ayırmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak bu durumu kendileri de kabul etmekte ve oyunlarda erkeklerin daha iyi görünmesinin sebebini de kadınların kendilerini geliştirmeden, pratik yapmalarına bağlamaktadır.
4. Literatür, kadın oyuncuların karşılaştıkları sorunlardan biri olarak kadın oyuncuların oyunlarda, erkeklerin önyargılı davranışları ile, cinsel şakalarla, uygunsuz mesaj ve üslupla karşılaştıklarında, oyunlardan soğudukları ve oyunları bıraktıklarını ortaya koymaktadır (Gray 2012:265). Kim (2017) de erkeklerin oyunlardaki agresif ve düşmanca tavır ve davranışlarının ve uygunsuz üsluplarının kadın oyuncuları moral ve performans açısından

olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, literatür ile desteklenmektedir. Erkek oyuncuların, Türk kadın oyunculara iyi oynamadıkları için ya da hata yaptıkları için uygunsuz şekilde konuştukları, argo kelime kullandıkları ve kadın oyunculara farklı amaçlarla yaklaştıkları görülmüştür. Türk kadın oyuncular, oyunda kadın olduğunuz belli olduğunda (nick, yazışma dili ya da fotoğraf vb. yolla) oyunla ilgili olmayan mesajlar ve flört etme çabaları, cinsel şakalar vb. rahatsız edici söylemlerin olduğunu söylemişlerdir. Bu tarz olumsuz davranan, uygunsuz mesajlar atan, taciz eden üyelerin şikâyet edildiği, fakat gerekli işlemler yapılmadığı için bazı kadın oyuncuların hayal kırıklığına uğradıkları ve bu nedenler dolayı oyunu bırakan birçok kadın oyuncunun bulunduğu belirtilmektedir.

5. Araştırmada elde edilen diğer dikkat çekici sonuç da oyunların ve espor'un oyuncularını a-sosyalleştiği düşüncesinin aksine Türk kadın oyuncuların, yeni ürün olarak espor'u sosyalleşmek için bir araç olarak gördükleri ve oyunlardan birçok yeni arkadaş edindikleridir. Literatürde bu konuda farklı görüşler mevcuttur. E-Spor Raporu (2018) espor oyunlarının, oyuncuların hem sosyalleşmesine, hem de a-sosyalleşmesine zemin hazırlayabileceğini belirtirken, Hong ve Hwang (2012), kadın oyuncuların oyunları daha çok sosyalleşmek için oynadıklarını belirtmektedir. Benzer şekilde Hartmann ve Klimmt'de (2006), kadınların oyun tercihlerini belirlerken daha çok sosyal etkileşimde bulunabilecekleri oyunları tercih ettiklerini ortaya koymaktadır.
6. Görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, bazı marka, takım ya da kuruluşların, kadın oyuncularını desteklemek için organizasyon, turnuva ya da etkinlikler düzenlemesi gerekli görülmektedir. Bu durum hem mevcut kadın oyuncular için, hem bir takım çekinceler sebebi ile oyunlara başlayamayan kadınlar için hem de espor ve çevrimiçi oyunlardan yeteri kadar haberi olmayan fakat çok yetenekli olabilecek kadınlar adına çok önemlidir. Katılımcılar, bu çalışmaların yapılması ile birlikte kadın oyuncuların oyunlarda daha konforlu ve başarılı olabileceklerini, çekinceleri olan kadın oyuncuların ve çevrimiçi oyunlardan haberi olmayan kadınların bu sektöre yönelmelerinin sağlanması durumunda da kadınların oyunlarda yaşadıkları sıkıntıların giderilebileceğini düşünmektedir. Bu tür çalışmalar

hem sektördeki kadınlar için hem de bu çalışmalarını yapan marka, takım ya da kuruluş için faydalı olacaktır. Katılımcılar bu tür çalışmalar yapan marka, takım ya da kuruluşa karşı bakış açılarının çok olumlu yönde gelişeceğini ve ellerinden gelen desteği vereceklerini ve çevrelerine de bu çalışmayı yapanlardan bahsedebileceklerini ve desteklemelerini isteyeceklerini belirtmişlerdir.

7. Türk kadın oyuncuların; oyunlarda, şikâyet mercilerinin çalışmadığını, bu nedenle de olumsuz davranışları, uygunsuz mesajları atanların nasıl olsa bir şey olmuyor diyerek bu davranışlara devam ettiklerini ifadeleri, pazarlamada önemli konulardan olan şikâyet mekanizmalarının çalışmadığı ve/veya olmadığı sonucunu ortaya koymaktadır.
8. Ürün olarak espor'da ve çevrimiçi oyunlarda kadın oyuncu sayısının artması için ve kadınları oyunlara çekmek için bir takım destek çabaları, organizasyonlar ve faaliyetler düzenlenmesi gerekmektedir. Bu destekler ve faaliyetler ile birlikte oyunlarda yer alan kadın oyuncu sayısı artacaktır. Türk kadın oyunculara göre oyunlarda yer alan kadın oyuncu sayısında artışın sağlanması da, kadınların çevrimiçi oyunlarda yaşadıkları sorunların önüne geçilmesi açısından son derece önemli olacaktır.

Elde edilen sonuçlar ışığında, hem espor sektörünün gelişmesi hem de kadın oyuncuların espor'a ve oyunlara ilgilerinin çekilerek kadın oyuncu sayısının artırılması için öneriler maddeler halinde aşağıda verilmiştir.

1. Öncelikle hali hazırda çok az sayıda olan profesyonel kadın oyuncular ile espor'a ve oyunlara ilgi duyan ya da başlamayı düşünen fakat bilgisi olmayan kadınları bir araya getirecek bir etkinlik düzenlenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu tür bir platformda, kadın oyuncuların aklındaki soruları bu işi profesyonel olarak gerçekleştiren kadınlarla konuşup tartışmaları faydalı olacaktır.
2. Kadınların oyunlara olan ilgilerini artırmak için Twitch, Youtube gibi sitelerde yayın yapan, espor ile ilgilenen ve çevrimiçi oyunları oynayan kadın oyuncuların sayısının artması da olumlu bir etki gösterebilir. Fakat bu yayıncıların olayı sadece daha çok izlenmek ve para kazanmak amacı ile

yaparak bunun için de kendilerini bir cinsel obje gibi göstermelerinin önüne geçilmeli ve bu amaçla yayın yapan yayıncılara da yaptırım uygulanmalıdır.

3. Sosyal medya ya da farklı kitle iletişim araçları ile bu mecraları sıklıkla kullanan ilgili kitleye yönelik tutundurma karması elemanlarını hayata geçirmek, özellikle sosyal medyada kadın oyuncular ile ilgili olarak çekilebilecek kısa reklâmlar ya da tanıtıcı videolar, halkla ilişkiler ve duyurum gibi karma öğelerinin etkili kullanımını sağlamak önemlidir. Bu konuda kadın oyuncularla ilgili haberler yapılarak, kadınların yaşadıkları sorunlar ya da tecrübeler daha çok dile getirilmelidir. Ancak bu konuda yine kadınları cinsel meta olarak değil, yetenek ve becerileri ile ilgili haberler yapmak yolu ile kadın oyuncular adına çekicilik sağlanmalıdır.
4. Oyunlar, kadın oyunculara cazip kılınmak amacı ile daha farklı şekillerde sunulmalıdır. Oyunlardaki kostümler, kadın karakterler daha farklı şekillerde sunulmalı, kadınları, cinsel obje gibi göstermekten vazgeçilmelidir.
5. Oyun yapımcıları tarafından farklı türlerde oyunlar yapılarak, kadın oyuncuların bu oyunların yapılması aşamasında yaratıcı fikir ve önerileri dikkate alınmalıdır.
6. Oyunlardaki şikâyet mercilerinin düzgün şekilde çalışması ve oyun yapımcılarının olumsuz davranışlarda bulunan oyunculara yaptırımlar uygulaması gerekmektedir. Bu şekilde davranan oyuncular oyunlardan uzaklaştırıldığında ya da bir yaptırım uygulandığında kadın oyuncular için daha rahat edebilecekleri bir oyun ortamı oluşacaktır.

Yapılan çalışma, literatürde pazarlamada yeni ürün olan espor ile ilgili olduğu için literatüre kaynak bakımından katkı sağlayacaktır. Ayrıca literatürde espor ile ilgili temel çalışmalar ve araştırmalar olsa da cinsiyetin espor üzerindeki etkisi ya da önemi ile ilgili yapılmış çalışma sayısı oldukça kısıtlıdır. Bu nedenle bu çalışmanın literatüre ‘kadın ve espor ilişkisi’ açısından önemli katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Yapılan bu çalışma ile Türk kadınlarının espor’daki yeri, kadınları ürün olarak espor ve çevrimiçi oyunları oynamaya iten nedenler, motivasyonları ve Türk kadın oyuncuların espor ve çevrimiçi oyunlarda yaşadıkları sorunlar ve engeller ile ilgili tespitler yapılmış ve bunlar literatüre kazandırılmaya çalışılmıştır.

Ayrıca yapılan çalışma;

- Kadın oyuncuların çevrimiçi oyunlarda yaşadıkları sorunların ortaya çıkması,
- Oyun yapımcıları ve firmaların kadın oyuncuların hangi tür sorunlarla karşılaştıklarını görmeleri ve buna uygun şekilde adım atmaları,
- Yapımcılar, organizatörler, marka, takım ya da kuruluşların bu kadar hızlı şekilde gelişen espor sektöründe özellikle kadın oyuncuların ne şekilde konumlandırılması gerektiğini ve oyunlarda kadın oyuncuların sayısının ne şekilde artırılabilirliğini gözden geçirebilmeleri ve sektörün, espor tüketicilerine ne şekilde ulaşabilecekleri hakkında fikir sahibi olabilmeleri bakımından sektöre katkı sağlayabilecektir.

## KAYNAKLAR

- Aadahl, Mette; Kjaer, Michael ve Jorgensen, Torben (2007). "Perceived Exertion of Physical Activity: Negative Association With Selfrated Fitness". *Scandinavian Journal of Public Health* 35(4):403-409.
- About CPL (2000). (<http://thecpl.com/about-cpl/> 14.12.2018'de erişildi).
- Akın, Erkan (2008). *Elektronik Spor: Türkiye'de ki Elektronik Sporcular Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Aktuna, Halil Can ve Ünlüönen, Kurban (2017). "Yeni Bir Turizm Çeşidi Olarak Elektronik Spor Turizmi". *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* 2: 1-15.
- Altunışık, Remzi; Özdemir Şuayıp ve Torlak, Ömer (2016). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi*. II.Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- AnyKey (2015). "Women in Esports Whitepaper". *AnyKey Workshop*.
- Argan, Metin; Özer, Alper ve Akın, Erkan (2006). "Elektronik Spor: Türkiye'deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları". *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi* 1(2): 1-11.
- Atalay, Ayşe (2007). "Türkiye'de Osmanlı Döneminde ve Uluslaşma Sürecinde Kadın ve Spor". *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi* 2(2):24-29.
- Başkale, Hatice (2016). "Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi". *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi* 9(1): 23-28.



- BBC (2016). “100 Women 2016: The women challenging sexism in e-sports” ,  
(<https://www.bbc.com/news/technology-37992322> 15.05.2019’da erişildi).
- Borowy, Michael ve Jin, Dal Yong (2013). “Pioneering E-Sport: The Experience Economy and the Marketing of Early 1980s Arcade Gaming Contests”.  
*International Journal of Communication* 7:2254-2274
- Bozkurt, Aras (2014). “Homo Ludens: Dijital Oyunlar ve Eğitim”. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi* 5(1).
- Canşen, Efkan (2015). “Türkiye Cumhuriyetinin Spor Politikaları”. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17(1):33-48.
- Coşkun, Engin ve Öztürk, Mesude Canan (2016). “Steam Dünyası: Dijital Oyun Bloglarına Yönelik Bir Değerlendirme”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 4(2):677-702
- Crawford, Garry ve Gosling, Victoria (2009). “More Than a Game:Sports-Themed Video Games and Player Narratives”. *Social of Sports Journal* 26:50-66.
- Dever, Ayhan ve İslam, Ahmet (2015). “Tarihsel Süreç İçerisinde Türk Kültüründe Spor Algısı” *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 4(5):46-61
- E-Spor Raporu (2018). “E-Spor Raporu”. *Eğitim, Kültür ve Araştırma Genel Müdürlüğü Gençlik Araştırmaları Haber Bülteni* (5).
- Fox, Jesse ve Tang, Wai Yen (2016). “Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies”. *New Media & Society*.

- Gökdağ, Mustafa (2018). “Okul Yöneticilerinin Spora Yönelik Tutumları ve Kadınların Spor Etkinliklerine Katılımlarına Dair Görüşlerinin Araştırılması” (Bartın Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Bartın. Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Ana Bilim Dalı.
- Gray, K. Leah (2012). “Deviant bodies, stigmatized identities, and racist acts: Examining the experiences of African-American gamers in Xbox Live”. *New Review in Hypermedia and Multimedia* 18(4):261-276.
- Gürten, Kadir (2005). “Harpastum’dan Televizyon Futboluna: Spor, Endüstrileşme ve Hukuk İlişkisi Üzerine Düşünceler”. *Toplum ve Bilim* 103:138-146.
- Güven, İsmail (2001). “Tanzimattan Cumhuriyete Kadın Eğitimi Düşüncesinin Gelişimi”. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi* 1(34):61-70.
- Hamari, Juho ve Sjöblom, Max (2017). “What is eSports and Why Do People Watch It?”. *Internet Research* 27(2): 211-232.
- Harris Interactive (2018). “eSports”. *Harris Interactive*.
- Hartmann, Tilo ve Klimmt, Christoph (2006). “Gender and Computer Games: Exploring Females’ Dislikes”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 910–931
- Hong, Jon-Chao ve Hwang, Yueh-Ming (2012). “Gender Differences in Help -Seeking and Supportive Dialogue During on - Line Game”. *Social and Behavioral Sciences* 64:342-351.
- Huhh, Jun Sok (2008). “Culture and Business of PC Bangs in Korea”. *Games and Culture* 3(1): 26-37.

- IeSF News (2016). “IeSF Taking Its First Step Towards IOC Recognition” , (<https://www.ie-sf.org/news/iesf-taking-its-first-step-towards-ioc-recognition/> 13.02.2018’de erişildi).
- IeSF News (2017). “IeSF Agree On Partnership With ITTF” , (<https://www.ie-sf.org/news/iesf-agree-on-partnership-with-ittf/> 13.02.2018’de erişildi).
- IeSF (2018). “Member Nations”, (<https://www.ie-sf.org/about/#member-nations> 13.02.2018’de erişildi).
- Interpret (2019). “Females And Esports Viewership” *Interpret:1-3*.
- Jenny, Seth vd. (2016). “Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of ‘Sport’ ”. *Quest 69*:1-15.
- Johnson, Andrew P. (2015). *Eylem Araştırması El Kitabı*. 2.Baskı. Çev. Ed: Yıldız Uzuner, Meltem Ö.Anay. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kafesoğlu, İbrahim (1984). *Türk Milli Kültürü*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Kaye, Linda ve Pennington,Charlotte (2016). “Girls can't play”: The effects of stereotype threat on females' gaming performance. *Computers in Human Behavior 59*:202-209.
- Kim, J.Se (2017). “Gender Inequality in eSports Participation: Examining League of Legends”. *The University of Texas at Austin. Master of Science in Kinesiology*.
- Koca, Canan ve Bulgu, Nefise (2005). “Spor ve Toplumsal Cinsiyet: Genel Bir Bakış”. *Toplum ve Bilim 103*:163-184.
- Koca, Canan (2006). “Beden Eğitimi ve Spor Alanında Toplumsal Cinsiyet İlişkileri” *Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe 17(2)*:81-99.

- Kutner, Lawrence vd. (2008). "Parents and Sons Perspectives on Video Game Play: A Qualitative Study". *Journal of Adolescent Research* 23(1):76-96
- Kuznekoff, Jeffrey ve Rose, Lindsey (2013). "Communication in multiplayer gaming: Examining player responses to gender cues". *New Media & Society* 15(4):541-556.
- Lyberg, Wolf (2000). "Women's Participation In The Olympic Games". *Olympic Review* 26(31): 46-53.
- Merriam, Sharan B. (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama için bir Rehber*. Çev. Ed: Turan, S. Ankara:Nobel Akademik Yayınları.
- McCutcheon, Christopher , Hitchens, Michael ve Drachen, Anders (2017). "eSport vs irlSport". *Advances in Computer Entertainment Technology* 531-542.
- McKinney, Luke (2017). "The 7 Most WTF Scandals In eSports History". (<http://www.cracked.com/blog/the-unbelievably-dark-side-competitive-gaming/> 23.02.2019'da erişildi.)
- Miller, Leslie (1996). "Girls' Preferences in Software Design: Insight From a Focus Group". *Interpersonal Computing and Technology Journal* 4(2):27-36.
- Mitrevski, Lydia (2017). "'Fight Like a Girl' directors: 'We want to level the playing field'", (<https://esportsinsider.com/2017/04/fight-like-girl-interview/>, 15.05.2019'da erişildi).
- Modesti vd. (1994). "Changes in Blood Pressure Reactivity and 24-Hour Blood Pressure Profile Occuring at Puberty". *Angiology the Journal of Vascular Disease* 45(6): 443-450.

- Nakandala, Supun; Giampaglia, L.Giovanni; Su M. Norman ve Ahn Yong-Yeol (2017). “Gendered Conversation in a Social Game-Streaming Platform”. *Proceedings of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2017)*.
- Newzoo (2018a). “Newzoo’s Global Esports Market Report Fact-Sheet” *Newzoo*.
- Newzoo (2018). “Newzoo’s Global Esports Market Report ”. *Newzoo*.
- Nielsen (2017). “The Esports Playbook”. *Nielsen Company*.
- Oblinger, Diana (2004). “The Next Generation of Educational Engagement”. *Journal of Interactive Media in Education* 8:1-18.
- Özdemir, Erkan (2008). “Kadın Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 8(7): 57-80.
- Quintillan, Ghislaine (2000). “Alice Milliat And The Women’s Games”. *Olympic Review* 26.31: 27-28.
- Rowe, David (1996). “Popular Cultures: Rock Music, Sports and the Politics of Pleasure”. Çeviren: Küçük,Mehmet. *Popüler Kültürler:Rock ve Sporda Haz Politikası*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sam-i (2018). “Esports&Brands”. *Sam-i*.
- Schmidt, Gregory (2016). “Esports Sees Profit in Attracting Female Gamers”, (<https://www.nytimes.com/2016/12/21/technology/personaltech/video-game-makers-try-to-get-better-at-luring-women-to-esports.html>, 15.05.2019’da erişildi).
- Seeger, Andreas Hebbel (2012). “The Relationship Between Real Sports and Digital Adaptation in E-Sport Gaming”. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship* 13(2): 43-54.

- Seo, Yuri (2013). Electronic Sports: A New Marketing Landscape of The Experience Economy. *Journal of Marketing Management* 29:1542-1560
- Shen, Cuihua; Ratan, Rabindra; Cai, Dora ve Leavitt, Alex (2016). “Do Men Advance Faster Than Women? Debunking the Gender Performance Fap in Two Massively Multiplayer Online Games”. *Journal of Computer-Mediated Communication* 21(4):312-329.
- Şeker, Arzu (2016). “Kadın Tüketiciler, Kadın Tüketicilerin Satın Alma Davranışları ve Kadınlara Yönelik Pazarlama Stratejileri”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 9(43): 2204-2214.
- Theberge, Nancy (1993). “The construction of gender in sport: Women, coaching, and the naturalization of difference”. *Social Problems* 40: 301-313.
- Twentify (2018). “Türkiye’deki eGamer ve eSporter Profilini Anlama Çalışması: Ekrandan Arenaya Espor” *Twentify*.
- Üçüncüoğlu, Merkan ve Çakır, Veli Ozan (2017). “Modern Spor Kulüplerinin Espor Faaliyetlerine İlgili Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma”. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* 4(2): 34-47.
- Ünal, Cennet (2013). *Ülkemizde Kadın Sporcuların Gelişiminde Yerel Basın ve Medyanın Etkisi İle Kadın Sporcuların Medyadan Beklentileri*. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı.
- Veltri, Natasha; Baumann, Annika; Krasnova, Hanna ve Kalayamthanam, Neena (2014). “Gender Differences in Online Gaming: A Literature Review”. *Twentieth Americas Conference on Information Systems*. Savannah.
- Yetim, Azmi (2000). “Sporun Sosyal Görünümü”. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi (Gazi BESBD)* 1: 63-72.

Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, Erdal ve Çağıltay, Kürşat (2004). “Elektronik Oyunlar ve Türkiye”. *TBD 21. Ulusal Bilişim Kurultayı*. Ankara.

Yüksel, Murat (2014). “Cinsiyet ve Spor” *Tarih Okulu Dergisi* 7(19):663-684.

Wagner, Michael G. (2006). “On The Scientific Relevance of eSports”. *Proceeding of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development*. Las Vegas, Nevada. USA. 437-440.

Witkowski, Emma (2012). “On The Digital Playing Field:How We “Do Sport” With Networked Computer Games”. *Games and Culture* 7(5): 349-374



**EKLER**



## **Ek 1. Derinlemesine Görüşme Soruları**

### **Araştırma Soruları**

1. Elektronik spor sizin için ne anlama geliyor?
2. Sizi espor'a yönelten sebepler nelerdir?
3. Kadın olarak espor'da takım arkadaşı tercihinizi neye göre yapıyorsunuz?
4. Bir kadın oyuncu olarak, espor'da oynadığınız oyunlarda, sizi ve performansınızı olumsuz etkileyecek sorunlarla karşılaşıyor musunuz? Anlatır mısınız?
5. Espor'da cinsiyet faktörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. Espor'da kadın oyuncuların, erkek oyunculara göre durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. Kadınların, video oyunlarında kadın oldukları için, önyargı, sözlü taciz, argo kelimeler, yeteneksizlikle suçlanmak vb. sorunlarla karşılaştıklarını düşünüyor musunuz? Bu sorunların çözümü için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?
8. Bazı marka, takım ya da kuruluşların, kadın oyuncularını desteklemek adına çalışmalar yapması ve kamuoyu oluşturması durumunda, bu çalışmalarını yapan marka, takım ya da kuruluşa bakış açınız nasıl olur?
9. Türkiye'de espor oyuncusu ve bir kadın olarak mevcut durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?