T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

DİJİTAL OYUN YAYINCILIĞI VE E-SPOR'UN TÜRKİYE'DE ALGILANIŞI: DİJİTAL OYUNUN SERBEST ZAMANDAN İŞ ZAMANINA DÖNÜŞÜMÜ

Yüksek Lisans Tezi

ESRA YAPAR

İSTANBUL, 2023

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

DİJİTAL OYUN YAYINCILIĞI VE E-SPOR'UN TÜRKİYE'DE ALGILANIŞI: DİJİTAL OYUNUN SERBEST ZAMANDAN İŞ ZAMANINA DÖNÜŞÜMÜ

Yüksek Lisans Tezi

ESRA YAPAR

Danışman: DR. ÖĞR. ÜYESİ AYŞE YETİŞ BAYRAKTAR

İSTANBUL, 2023

ÖZET

DİJİTAL OYUN YAYINCILIĞI VE E-SPOR'UN TÜRKİYE'DE ALGILANIŞI: DİJİTAL OYUNUN SERBEST ZAMANDAN İŞ ZAMANINA DÖNÜŞÜMÜ

Oyun, boş zamanın değerlendirilmesini sağlayan vakit geçirme eylemi olarak görülmüştür ve kendine has kültürüyle sokakta oynayan çocukları, bilgisayar başında oynayan çocuklara dönüştüren özel bir dijital dönüşüme sahiptir. Yaşamı dönüştüren etmenler oyunun da nasibini almasını sağlayıp dijital oyun endüstrisini doğurmuştur. Artık oyun sadece eğlence için yapılan hoş vakit geçirme eylemi değildir. Dijital oyun, klasik oyun tanımının dışında tüketim için üretilen bir forma bürünmüştür. Fakat oyunun tüketime sunulması yeterli olmamış, dijital oyunu oynayan oyuncuların da yeni işlevleri türemiştir. Yeni dönüşümlerden bir tanesi e-spor olarak karşımıza çıkmaktadır. E-spor ile dijital oyun sektörleri birbirleriyle iç içe geçtiği kadar da iki ayrı kutbu ifade etmektedir. E-sporcu oyunu artık "gamer (oyuncu)" gibi oynamamakta, belli bir zorunluluğun altına girmektedir. Oyun artık e-sporcunun para kazanmak için oynaması ve rakibini yenmesi gereken bir süreçtir. Dijital oyunu oynamanın bir meslek haline gelmesi sadece e-spor ile sınırlı kalmamaktadır. Dijital emek olarak adlandırabileceğimiz Youtube, Twitch, Facebook gibi platformlarda yayıncı, video içerik üreticisi olmak gibi iş kolları türemiştir. Şu anki durumda toplumdaki farklı yaş grubundaki kişiler, interneti ve oyun oynamayı kolay para yolu olarak görmekte ve yeni tür dijital emeğin gözde duruma gelmesinde büyük rol oynamaktadır. Dijital oyunun dönüşümü ile boş zaman ve çalışma saatleri birbirine girmiştir. Normalde eğlence aracı olan oyunun, iş hayatına dönüşümü eğlenceyi ortadan kaldırmakta mıdır? Sürecin ve dijital oyun endüstrisinin getirdiklerini anlamak için bu çalışma yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyun, Yayın, E-spor, Boş Zaman, HADO, Teknospor

ABSTRACT

PERCEPTION OF DIGITAL GAME STREAMING AND E-SPORT IN TURKEY: TRANSFORMATION OF DIGITAL GAME FROM LEISURE TIME TO WORK TIME

The game has been seen as an act of spending time that enables the evaluation of leisure time, and with its unique culture, it has a peculiar digital transformation that transforms children playing on the street into children playing at the computer. The factors that turn into life have also contributed to the game and given birth to the digital game industry. The game is no longer just an act of having a good time for fun. The digital game has taken on a form produced for consumption apart from its definition of the classic game. However, it was not enough to offer the game for consumption, and new functions of the players playing the digital game also formed. One of the recent transformations is e-sports. The e-sports and the digital gaming industries express two separate poles as they are intertwined. E-sports players no longer play the game like a "gamer" but falls under a given obligation. The game is now a process where the e-sports players have to play and beat their opponent to earn money. The fact that playing the digital game has become a profession is not limited to e-sports. On platforms such as Youtube, Twitch, and Facebook, which we can call digital labor, business lines such as being a streamer and a video content producer have emerged. In the current situation, people of different age groups in society see the internet and playing games as easy monetization and play a big role in making the new type of digital labor popular. With the transformation of the digital game, leisure and working hours have mixed. Does transformation the game, which is usually an entertainment tool, into business life eliminate the fun? This study have written to understand the process and what the digital game industry brings.

Keywords: Digital Game, Stream (Broadcast), E-sports, Leisure Time, HADO, Technosports

ÖNSÖZ

İçinde bulunduğum jenerasyon ve yeni gelen kuşakların fazlasıyla içli dışlı olduğu dijital oyun mecrası, yayıncılık ve e-spor sektörünün daha iyi anlaşılabilmesi adına bu çalışma ortaya çıkmıştır. Bu konular için boşuna uğraşma diyen herkese rağmen çalışma tamamlanmıştır. Tez süresi boyunca görüşme yapmayı kabul eden bütün e-sporculara ve yayıncılara ayrı ayrı teşekkürlerimi iletirim. Üsküdar Espor Merkezi'ne bir ay boyunca beni gözlemci olarak kabul ettiği ve orada eğitim veren Koç Bahadır Van'a eğitim süresi boyunca sorularımı cevapsız bırakmayıp, her şeyi detaylıca paylaştığı için teşekkür ederim. HADO Türkiye ofisinde beni ağırlayıp sorularımı içtenlikle yanıtlayan HADO Türkiye Genel Koordinatörü Koray Erdemir'e ve HADO Milli Takımına benimle konuşmayı kabul ettiği için teşekkür ederim. Çalışmam boyunca merakla, hiç sıkılmadan beni yönlendiren ve benimle çalışmayı kabul eden danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Yetiş Bayraktar'a teşekkürü bir borç bilirim. Son olarak arkamdaki desteğini hiç esirgemeyen ablam Elif Üçüncüoğlu'na minnettar olduğumu belirtmek isterim.

Esra YAPAR

İstanbul, 2023

İÇİNDEKİLER

ÖZET i
ABSTRACT ii
ÖNSÖZ iii
İÇİNDEKİLER iv
KISALTMALAR vi
TABLOLAR LİSTESİ ix
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ x

1 GİRİŞ 1
1.1 Çalışmanın Hipotezi, Amacı ve Problemleri 2
1.2 Çalışmanın Yöntemi 3

2 (DİJİTAL) OYUN 4
2.1 Dijital Oyun Tanımı 4
2.2 Oyundan Dijital Oyuna 4
2.3 Dijital Oyuna Bakış Tartışmaları 6
2.4 Boş Zaman Aktivitesi Olarak Dijital Oyun 7
2.5 E-sporda Dijital Oyun 8
2.6 Yayıncılıkta Dijital Oyun 8

3 TÜRKİYE'DE E-SPOR 10
3.1 E-sporun Tanımı ve Genel Özellikleri 10
3.2 E-sporun Başlangıcı ve Gelişimi 10
3.3 E-spor Turnuvaları 12
3.4 E-sporcular, Takımlar ve E-spor Kulüpleri 13
3.5 Türkiye Espor Federasyonu (TESFED) 14
3.6 E-spordan Teknospora: HADO 15
3.6.1 Türkiye'de HADO 16
3.6.2 Sporcuların HADO ile Tanışması 17
3.6.3 HADO Sporcularının Dijital Oyuna Bakışı 17
3.6.4 HADO Sporcularının E-spor Görüşleri 18
3.6.5 E-spor-Teknospor Ayrımı 19
3.6.6 HADO Sporcusu Olarak Çalışma Hayatı 20
3.6.7 HADO Sporcularının Boş Zamanı 21
3.6.8 E-sporcu ve Yayıncıların HADO Bilgisi 22

4 TÜRKİYE'DE DİJİTAL YAYINCILIK 24
4.1 Yayıncılık Nedir? 24
4.2 E-spor Yayıncılığı 24
4.3 Dijital Oyun Yayıncılığı 25
4.4 Yayıncılar 26
4.5 İzleyiciler 27
4.6 Twitch ve Diğer Yayın Platformları 27

5 E-SPOR VE YAYINCI GÖRÜŞMELERİNE İLİŞKİN YORUMLAR 28
5.1 Görüşmelerin Yapılma Amacı 28
5.2 Görüşmeler Hakkında Bilgilendirme 28
5.3 Görüşme Sınırlılıkları 29
5.4 Katılımcılar Hakkında Bilgilendirme 29
5.5 Katılımcı Cevapları 31
5.5.1 Düşledikleri İş 31
5.5.2 Mesleğe Başlangıç ve Meslek Tanımlaması 33
5.5.3 Yayıncılık ve E-spor Sektöründe Farkındalık 39

5.5.4 E-spor Kulüpleri ve Yaş 41
5.5.5 Çalışma Hayatının Getirdiği Yükümlülük Duygusu 46
5.5.6 Katılımcılar Mesleklerini Öneriyorlar Mı? 49
5.5.7 Boş Vakit ve Dijital Oyun Oynama 50
5.5.8 Dijital Oyun Oynamanın Dönüşümü 51
5.5.9 Türkiye'de E-spor, Yayın ve Dijital Oyun Kültürü 52
5.5.10 E-spor Sektörü Destekleniyor Mu? 55
5.5.11 Katılımcıların TESFED Hakkındaki Görüşleri 58
6 ÜSKÜDAR ESPOR MERKEZİ GÖZLEM NOTLARI 61
6.1 Gözlemin Amacı 61
6.2 Üsküdar Belediyesi Espor Merkezi Hakkında 61
6.3 Gözlemin Sınırlılıkları 61
6.4 Üsküdar Espor Merkezi'ndeki Eğitimin Amacı 62
6.5 Üsküdar Espor Merkezi'ndeki Eğitim Hakkında 62
6.6 Gözlem Hakkında Bilgilendirme 63
6.7 Espor Merkezi'ndeki Eğitim İçeriği ve İçeriğin Yorumlanması 63
6.7.1 Birinci Sunum 63
6.7.2 İkinci Sunum 64
6.7.3 Üçüncü Sunum 65
6.7.4 Dördüncü Sunum 66
6.7.5 Beşinci Sunum 66
6.7.6 Altıncı Sunum 67
6.7.7 Yedinci Sunum 67
6.7.8 Sekizinci Sunum 68
6.7.9 Dokuzuncu Sunum 68
6.8 Üsküdar Espor Merkezi'nde Gözlem Boyunca Ders Alan Öğrenciler 69
6.9 Gözlem İle İlgili Yorumlar 70
7 ANKET ARAŞTIRMASININ GENEL BULGULARI 73
7.1 Anket Araştırması Hakkında Genel Bilgilendirme 73
7.2 Katılımcıların Tanıtımı 73
7.3 Çoktan Seçmeli Soruların Yorumlanması 73
7.4 Ki-Kare Testlerinin Değerlendirilmesi 78
7.5 Likert Tipi İfadelerin Güvenilirlik Analizi 81
7.6 Likert Tipi İfadelerin Yorumlanması 82
7.7 KMO ve Bartlett Testi 88
7.8 Likert Tipi İfadelerin Faktör Analizi 88
SONUÇ 91
KAYNAKÇA 94
TERİMLER SÖZLÜĞÜ 106
EKLER 109

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR	Augmented Reality
ARPG	Action Role-Playing Game
AYBU	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
BAL	Bornova Anadolu Lisesi
BAU	Bahçeşehir Üniversitesi
BAUN	Balıkesir Üniversitesi
BBL	BigBossLayf
BTU	Bursa Teknik Üniversitesi
CD	Compact Disc
CPL	Cyberathlete Professional League
CS:GO	Counter Strike: Global Offensive
DEU	Dokuz Eylül Üniversitesi
DOTA	Defense of the Ancients
DOU	Doğuş Üniversitesi
ERU	Erciyes Üniversitesi
ESL	Electronic Sports League
E-spor	Elektronik Spor
E-sporcu	Elektronik Sporcu
EVO	Evolution Championship Series
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FPS	Frame Per Second/ First-Person Shooter
FUT	Futbolist
GEG	Global Esport Games
GTA V	Grand Theft Auto V

HBV	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
IESF	International Esports Federation
IGL	In Game Leader
IOC	International Olympic Committee
İAU	İstanbul Aydın Üniversitesi
İDU	İstanbul Demokrasi Üniversitesi
İKU	İstanbul Kültür Üniversitesi
İTU	İstanbul Teknik Üniversitesi
İÜ	İstanbul Üniversitesi
JRYO	Japon Rol Yapma Oyunu
GEF	Global Esports Federation
GEFCON	Global Esports Federation Convention
GEG	Global Esports Games
KeSPA	Korea e-Sports Association
LoL	League of Legends
MAU	Maltepe Üniversitesi
METU	Middle East Technical University
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MMO	Massive Multiplayer Online
MMORPG	Massive Multiplayer Online Role-Playing Game
MOBA	Multiplayer Online Battle Arena
Mod	Modifikasyon
M.Ö.	Milattan Önce
NES	Nintendo Entertainment System
NBA	National Basketball Association
Unilig	Üniversiteler Spor Ligi
PUBG	PlayerUnknown's Battlegrounds

PUBG Mobile	PlayerUnknown's Battlegrounds Mobile
Pro	Profesyonel
TESFED	Türkiye Espor Federasyonu
TFT	Teamfight Tactics
TUSF	Türkiye Üniversite Sporları Federasyonu
TÜDOF	Türkiye Oyunlar Federasyonu
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri
vs.	Vesaire
vol.	Volume

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Ankete Katılanların Genel Sınıflandırılması ve "Dijital Oyun Oynuyorlar Mı?" Sorusuna Verdikleri Cevaplar 74

Tablo 2. Çoktan Seçmeli Sorulara Gelen Cevaplar I 75

Tablo 3. Çoktan Seçmeli Sorulara Gelen Cevaplar II 76

Tablo 4. Katılımcıların Oynadıkları Dijital Oyunlar 77

Tablo 5. Katılımcı Cinsiyeti ile Çoktan Seçmeli Soruların Ki-Kare Testleri 78

Tablo 6. Dijital Oyun Oynama ve E-spor Kavramına Aşinalık Sorularının Ki-Kare Testi 78

Tablo 7. Likert Tipi İfadelerin Ki-Kare Testleri 79

Tablo 8. Katılımcı Yaş Aralığı ile Çoktan Seçmeli Soruların Ki-Kare Testleri 81

Tablo 9. Güvenilirlik İstatistikleri 81

Tablo 10. Likert Tipi İfadelerin Yüzdelik Sonuçları 87

Tablo 11. KMO ve Bartlett Testi 88

Tablo 12. Likert Tipi İfadelerin Faktör Analizi Sonuçları 90

Tablo 13. Türkiye'de Bulunan Üniversite Takımları 114

Tablo 14. Türkiye'de Bulunun Profesyonel E-spor Takımları/Kulüpleri 114

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ[1]

Fotoğraf 1. Akhilleus ile Aias Masa Oyunu Oynarken Resmedilmiş Siyah Figürlü Amfora 5

Fotoğraf 2. Space Invaders Şampiyonası (1981) 11

Fotoğraf 3. Street Fighter Oyunundan Hadōken Hareketi 15

Fotoğraf 4. HADO'nun Oynanışı 16

Fotoğraf 5. ESLCS Twitch Kanalında Yayınlanan Counter Strike Turnuvası 25

Fotoğraf 6. Dost Kayaoğlu Youtube Kanalından Bir Dijital Oyun Canlı Yayın Kesiti 26

Fotoğraf 7. Osiloskopta Oynatılan Tennis For Two Oyunu 117

Fotoğraf 8. PDP-1 Bilgisayarındaki Spacewar! Oyununun Bilgisayar Ekranındaki Görüntüsü 117

Fotoğraf 9. Pong Oyununun Ekran Görüntüsü 117

Fotoğraf 10. FIFA Pro Clubs İçin Milli Takım Seçme Şampiyonası (TESFED Türkiye Kupası) 118

Fotoğraf 11. 2022 GEG-DOTA 2 Şampiyonası Oyuncu Ekranı Simültane Görüntüsü 118

Fotoğraf 12. 2022 GEFCON Panelleri 119

Fotoğraf 13. 2022 GEG-DOTA 2 İlk Üçe Girmeye Hak Kazanan Milli Takımlar 119

Fotoğraf 14. AXIS AVM HADO Sahası 120

Fotoğraf 15. Bahçeşehir Üniversitesi HADO Takımı Antrenman Yaparken 120

Fotoğraf 16. HADO Milli Takımı Antrenman Yaparken 120

Fotoğraf 17. Üsküdar Espor Merkezi'nde Koç Sunumu Hazırlarken 121

Fotoğraf 18. Üsküdar Espor Merkezi 121

Fotoğraf 19. Koç Öğrencinin Oynayışını Değerlendirirken 121

[1] Fotoğraf 1, 2, 3, 7, 8 ve 9 hariç geri kalan fotoğrafların hepsi tarafımca çekilmiştir.

1 GİRİŞ

Uzun bir süredir devam eden ve severek yapılan boş zaman aktivitelerini mesleğe çevirmek insanoğlunun asırlardır devam eden bir hayalidir. Severek yapılan bir hobiden veya aktiviteden para kazanabilecek olma düşüncesi sayesinde artık boş zaman aktiviteleri ciddileşmeye ve birer iş alanına dönüşmeye başlamıştır. Geleneksel spor branşlarından, plastik sanatlara, resime, müziğe, vb. aktivitelerin parasallaşmasına (monetizasyon) sürekli şahit olmaktayız. Dünya üzerinde oluşan ve sürekli dönüşerek gelişen kapitalizm, teknoloji gibi olguların varlığı yeni meslek oluşumlarına izin vermektedir. Özellikle hayatlara giren internet ve sosyal medya kavramları izlenebilir, görülebilir, dinlenebilir bütün içerikleri insanlar tarafından tüketilebilir bir hale getirmiştir. Tüketimin gerçekleşmesi için ilk önce bir üretim alanı haline gelmesi gereken bu içerikler insanlar tarafından meslek olarak edinilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada bahsedilecek olan iş dönüşümü ise aslında 1950'li yıllardan itibaren süregelen dijital oyun çalışmalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan e-sporcu ve dijital oyun yayıncılığı meslek gruplarıdır. (Seiffert, Szymski, Krutsch 2020: 741).

Gorz (2019) çalışmalarında, boş zaman kullanımlarının iktisadi faaliyetler oluşturamayacağı fikrini öne sürmüştür fakat boş zaman kullanımlarının sadece baştan çıkarıcı olmadığı aynı zamanda iktisadi hayata da katılabilecek değerler üretebildiği gerçeği yayıncılık ve e-spor (elektronik spor) faaliyetleriyle tekrar vurgulanmaktadır. Dijital oyun, tüketicisine gelene kadar üretim, yayımlama, dağıtma ve sonunda müşteriye ulaşmak için perakende satış aşamalarından geçer (Zackariasson, Wilson 2012: 3). Dijital oyun, müşterisine yani son olarak tüketicisine ulaştığında ticari faaliyeti bitmiş olur. Fakat bir nevi geri dönüşümle, son sahnesine varmış olan dijital oyun, tüketicisinin oynayışını göstermek istemesiyle birlikte kendisini ara üretici pozisyona konumlandırır. E-sporcu (elektronik sporcu) da yayıncı da bu ara üretici (veya geri dönüştürücü üretici) konumunda oyunlarını sergiler ve belirli bir izleyici kitlesine sunmaya başlar. İki meslek kolu da kendi içinde ayrı bir ekonomik dinamizm barındırmaktadır. E-spor maaşlı bir çalışma hayatına dönerken, yayıncılık ise kendi işinin sahibi olma şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

İki mesleğin de ortak noktası kısa bir ifadeyle dijital oyun oynanışını seyircilere sunmaktır. Burada, seyircilerin seyir zevki yani eğlenme ihtiyaçları devreye girmektedir. Özellikle e-sporcular açısından düşünecek olursak, dijital oyun oynama eylemi dışarıdan gözlemlendiğinde, stresli, zorlayıcı, tam konsantrasyon oyuna odaklı ve eğlenceden uzak görünmektedir (Fincham 2018: 35). Fakat dijital oyunu oynayan kişi için bu durum tersine eğlenceli ve zevklidir. Aynı şekilde oyun oynayışını ve oynayan kişinin davranışlarını izleyen kitle de bu gösteriden eğlenmektedir. Fark edileceği üzere kültür endüstrisi içinde kendine arz talep yaratmış olan dijital oyun sektörü gibi dijital oyun yayınları da kültür

endüstrisi içinde kendine yer bulmuştur. *Adorno'nun* (2020) da bahsettiği üzere tüketim toplumu içinde sunulan metalar ve aktiviteler bir süre sonra insanların evlerine kadar girerek tekdüzeleşmektedir. Yayıncılıkta da aynı problem görülmektedir. Dijital oyun yayıncılığının sanatsal ve estetik olma kaygısından ziyade tüketime sunulmuş yayın şekline göre tek kişilik veya daha kalabalık kitleli şov dünyası haline gelmesi onu da kültür endüstrisi içinde yer edinmiş bir olgu haline getirmiştir.

E-sporun, spor olup olmadığı tartışmalarına hiç girmeyerek, Türkiye'de ve çoğu dünya ülkesinde spor olarak kabul edildiği varsayıldığında; her yaştan kişinin özellikle de genç olarak adlandırılan yaş grubunun e-sporu yakından takip ettiği bilinmektedir. Geleneksel sporlarda da görülen unsurlar gibi e-spor içinde de milli takım, yerli takımlar-oyuncular bulunmakta ve e-spor üzerinden kariyerini oluşturmak isteyen birçok genç yetenek mevcuttur. Burada önemli olan sporun, tüm dünya coğrafyasındaki farklı kültürleri aynı ortamda buluşturan bir kurum oluşudur. Bu kadar değişkeni aynı anda, aynı yerde bulundurmayı başarabilen sporun, e-spor branşı ile hem aynı kalarak hem de farklılaşarak yeni bir fenomen haline geldiği aşikardır.

Görüldüğü üzere dijital oyunlar, yayıncılık ve e-spor, sosyolojinin ilgilendiği her konuyla ve toplumun kendisiyle birebir bağ kurmuş; insanların telefonlarına, bilgisayarlarına, gündelik yaşamda buldukları her boşluklarında kendine bir yer edinmiştir. Tartışmaya sunulan üç kavramın spor sosyolojisi, boş zaman sosyolojisi, eğlence sosyolojisi (Fincham 2018), iktisat sosyolojisi, vd. içinde incelenebileceği gibi *Kepenek'in* (2020) de önerdiği üzere "Dijital Oyunlar Sosyolojisi" adı altında kendi devasa ekosistemine ait yeni bir alt başlıkta incelenmesi en mantıklısı olacaktır.

1.1 Çalışmanın Hipotezi, Amacı ve Problemleri

Taylor'ın (2012, 2018) yapmış olduğu çalışmalarda dijital oyun yayıncılığı, e-spor sektörlerinin profesyonelleştiği ve kariyer olarak imkanlar sağladığı, gelişen dünya standartlarında boş zaman ve iş zamanı kavramlarının iç içe geçtiği tartışılmaktadır. Türkiye anlamında bakıldığında aynı durumun etkileri görülmektedir. Bu nedenle Türkiye'de, e-sporcu, dijital oyun yayıncılığı meslek gruplarına ait boş zamanın iş zamanını dönüşümünü ve dijital oyun ile verilen iki meslek grubuna karşı bakışı anlamak tezin amacı olarak belirlenmiştir.

Tezin ilerleyen bölümlerinde de anlaşılacağı üzere bu çalışma keşifsel bir araştırmadır. Yapılan araştırmada öncelikli problem olarak boş zaman aktivitelerinin meslek haline dönüşmesinin gerçekleşmesi için gereken olgular ve dönüşüm sürecinde verilen meslek gruplarında çalışan kişilerin karşılaştıkları sorunlar ortaya konulmaya çalışılacaktır. Dijital oyunlar, eğlenceli boş zaman aktivitesi olarak tercih edilirken, meslek haline dönüşümü ile birlikte eğlencenin ortadan kalkıp kalkmadığı sorunu ise ortaya çıkan diğer bir problem olarak incelenecektir. Eğlencenin varlığı hakkında araştırma

yapılırken e-sporcu ve dijital oyun yayıncılığı yapan kişilerin boş zamanlarında bir değişiklik olup olmadığı da gözlemlenecektir. Çalışma genelince sonuca ulaştırılmak istenilen problemlerin yanı sıra araştırma boyunca karşılaşılabilecek yeni problemlerin anlaşılmasına da yer verilmeye özen gösterilmiştir.

1.2 Çalışmanın Yöntemi

Tez çalışma alanı gereği dijital oyun, e-spor ve dijital oyun yayıncılığının, Türkiye'de nasıl algılandığını anlayabilmek adına karma yöntem kullanılmıştır. Devlet genelinde, e-spor üzerine yapılan yatırımların anlaşılabilmesi ve açılan e-spor merkezlerinin niteliğini anlamak için gözlem metoduyla bir belediyeye ait e-spor merkezi incelenmiştir. Türkiye'de dijital oyuna, e-spora ve dijital oyun yayıncılığına dair veri elde edebilmek adına rassal örnekleme kullanılarak çevrimiçi anket oluşturulmuştur. Boş zamandan iş zamanına dönüşümü hakkındaki problemlere cevap bulabilmek adına e-sporcu ve yayıncılarla yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Son olarak da spor ile dijital oyunun yeni bir birleşimi olan HADO'yu tanımak ve e-sporla ilişkisini anlayabilmek için HADO sporcularıyla yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Αἰὼν παῖς ἐστι παίζων πεσσεύων· παιδὸς ἡ βασιληίη.

(Yaşam, taşları ileri geri sürerek oynayan çocuktur. Krallık çocuğundur.)[2]

Herakleitos

2 (DİJİTAL) OYUN

2.1 Dijital Oyun Tanımı

Dijital oyunlar, temelde elektronik ortamda oynanabilen, fiziksel oyunların yarattığı hayal dünyasını, dijital çizimlerle, özel ses ve konuşma efektleriyle, türüne göre kendine has hikayesiyle ortaya koymaya çalışan kodlama yardımıyla dijitale aktarılmış birer yapıdır.

Kendi ekosistemi içinde birçok dijital oyun türü bulunmaktadır. Rol yapma, strateji, simülasyon, aksiyon vs. gibi ana sınıflandırmaların dışında sıra tabanlı, JRYO (Japon Rol Yapma Oyunu), *Hack&Slash*[3] gibi alt türlere de ayrılabilmektedir. Aynı zamanda dijital oyunlar, temasına ve oyuncu tipine göre de sınıflandırılabilmektedir. Tema olarak hayatta kalma, korku, bilim kurgu, vb.; oyuncu tipine göre ise MMO (Massive Multiplayer Online, Devasa Çok Oyunculu Çevrim içi Oyun), tek oyunculu, eşli gibi örnekler verilebilir.[4]

2.2 Oyundan Dijital Oyuna

Oyun, tarihte küçükten büyüğe herkesin bir şekilde kendisini içinde bulduğu bir alandır. Oyunun yaratmış olduğu alana *Huizinga* (2021) *Magic Circle* (Sihirli Daire) demeyi uygun bulmuştur. Bu dairenin içinde oyunun sunduğu yeni evrenleri insanlar görmeye başlar. Düşünme ve hayal edebilme ile başlayan bu alanda var olabilmek, *Huizinga'nın* da dediği gibi, oyunu kültürden daha eski kılar. Fakat günümüzde erişilen bilgiye göre bakıldığında en eski oyun etkileşimi M.Ö. (Milattan Önce) 2600 yılında Sümer oyun tahtasının kral mezarlarında bulunmasıdır. M.Ö. 1600 yılına ait zarlar ve oyun tahtaları yine kral mezarlarında bulunurken; tapınakların, meydanların olduğu alanlarda mermerlere çizilmiş üçtaş, mankala gibi oyunların eskizleri bulunmaktadır. Mermere kazınmış oyun tahtalarının yanı sıra,

[2] Fragmanın çevirisi, "Herakleitos. (2018), *Fragmanlar*, (Çev. C. Çakmak), İstanbul: Alfa." kitabından alıntılanmıştır.

[3] Hack&Slash, oyuncunun oyundaki hikayeye çok takılmadan, düşünmeden sürekli ve çokça gelen düşmanları kesip biçtiği bir nevi katliam yaratılan oyun türüdür.

[4] Ana dijital oyun kategorilerinin anlamlarının paylaşılmış hali için "Terimler Sözlüğü" bölümünü inceleyebilirsiniz.

duvarlara resmedilmiş oyun oynayan insanlar yine mezar kazılarında bulunmuştur. Eski Yunanda yapılan olimpiyatlarda masa oyunlarının da kendilerine yer bulduğu diğer bilgiler arasındadır (Selvi Bener 2016; And 2007: 42; Egenfeldt-Nielsen, Heide Smith, Pajares Tosca 2020: 62). En bilinen örneklerden bir diğeri ise Eski Yunanlılara ait olan siyah figürlü vazoda resmedilen, *Homeros'un İlias'ında* bahsedilen *Akhilleus* ile *Aias'ın* oynadığı tavla benzeri masa oyunudur (Fotoğraf 1).



Fotoğraf 1. Akhilleus ile Aias Masa Oyunu Oynarken Resmedilmiş Siyah Figürlü Amfora (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Akhilleus_Aias_MGEt_16757.jpg adresinden alındı. Son Erişim 18.08.2023)

Oyun kelimesi dilimizde spor, tiyatro gibi farklı anlamlara da hizmet eder. İfade edebildiğimiz her sözcük kültürün, toplumun bir parçasını oluşturur. Oyun da teknoloji gibi, toplumun, kültürün, tarihin her alanında kendine yer bulmaktadır. Teknolojiyle bağlantılı olarak oyun oynama şekilleri de değişmiştir. İlk dijital oyun 1958'te bir osiloskopta iki kontrolcüyle oynanabilen *Tennis For Two* adlı oyun olarak sayılırken; ilk bilgisayarın ortaya çıkışı oyunun dijital oyuna geçişini sağlayacak ilk düğmeye basmıştır (Fotoğraf 7). Fakat ilk bilgisayarın ev kullanımına uygun olmayacak kadar geniş yer kaplaması nedeniyle üniversiteler gibi büyük kurumlarda kullanılmaya başlanmıştır. Akademik çaba da etkili olmuş ki *Massachusetts Institute of Technology'de* (MIT) 1962 yılında ilk bilgisayarda oynanabilen *Spacewar!* oyunu hayata gelmiştir (Juul 2001) (Fotoğraf 8). İkinci etki ise *Pong* (1972) ile yapılmıştır (Fotoğraf 9). Geniş bir yelpazeyeye yayılmadan önce oyunun, dijital oyuna dönüşebilmesinin arkasında yatan sebep pazarlama hamlesi olarak görülebilir. *Atari'nin* bu oyunu topluma pazarlaması ile dijital oyun sektörü yeni bir hale evrilmeye başlamıştır. *Arcade* (Oyun Makinesi) oyunları git gide artmaya başlamış *Space Invaders* (1978), *Pac-Man* (1980), *Donkey Kong* (1981), *Mario Bros.* (1983), *Tetris* (1985) gibi klasik oyunlar yavaş yavaş kendilerine yer edinmeye başlamışlardır (O'Hagan, Mangiron 2013: 47-48).

Dijital oyunların bir süre sonra simülasyona dönüştürülmesi ve oyun konsollarının evlere girebilmesi yönündeki hız ise askeri teknolojilerdeki gelişmelere bağlandırılmaktadır. Uzaktan kumandalı aygıtlar, savaş sahnesi canlandırma simülasyonları için Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Savunma Bakanlığı, dijital oyun endüstrisi ile koordineli çalışmıştır. Bu alanda çalışan kişiler sayesinde radar sistemi yapımından, oyun konsolu üretmeye kadar uzanan farklı fikirler oluşmuştur (Brookey 2010: 134-135).

Dijital oyunlar ilk başlarda halka açık ortamlarda bulunan *arcade* makinelerinde oynanabilirken, televizyona bağlanabilen oyun konsolları evlerde yerini almaya başlamıştır. Bilgisayarların eve girmesi ise dijital oyun dünyasını tamamen yeni bir evreye getirmiştir. Günümüz koşullarına bakıldığında cep telefonları sayesinde istediğimiz anda dijital oyun oynayabilmekteyiz. Bu da gösteriyor ki; oyun, tarihten günümüze teknolojiyle birlikte farklı boyutlara taşınmış olsa da hala bizi kendi sihirli dairesinde tutabilmektedir.

2.3 Dijital Oyuna Bakış Tartışmaları

Günümüzden çok da uzak bir tarihe dayanmayan, iki ana dijital oyun tartışması vardır. Bu iki ana grup kendi aralarında *Ludolojistler*[5] (Oyun Çalışmacıları) ve *Narotolojistler* (Anlatıbilimciler) olarak ayrılmıştır. Ludolojistler, dijital oyunu oynanış biçimi göre sınıflandırmaya çalışırken; narotolojistler, dijital oyundaki hikayeye veya anlatıya göre analizlerini yapmaya çalışmaktadırlar.

Ludolojistler, dijital oyunu amaçları, uyulması gereken kuralları ve gidilmesi gereken bir hedef doğrultusunda görmeye çalışıp oyunun oynanma şekline dikkat çekmişlerdir. Tarihsel olarak bakıldığında dijital oyunu, geleneksel oyun ve sporlardan geldiğine inanan bir yapıda yorumlamaya çalışmaktadırlar. Fakat narotolojistler dijital oyunu uzun metrajlı bir film, tiyatro ya da yazılı bir metin edasında, edebiyat kuramları doğrultusunda eleştirmektedirler (Brookey 2010: 25; Dyer-Witheford, De Peuter 2009: XXVI).

Dijital oyunların herhangi bir araçtan özgün olarak kendi türünü oluşturduğu ve edebiyat ya da oynanış biçimi dışında kendine ait yeni özellikleri, farklı bir yapısı olduğu ortaya atılmıştır (Halaçoğlu 2020: 5). Dijital oyunların kendi içinde oluşturduğu her alt türde bir anlatı olduğunu savunmak çok doğru olmamakla birlikte, bir oyunu sadece senaryosu ya da oynanış şekli olarak da ayırmak yanlış olacaktır. Hikayenin tahta oturduğu *Persona* (1996) serisi yanında, hikayenin arka planda olduğu hatta hiç olmadığı rekabetçi oyunlar gibi dijital oyunlar da mevcuttur. Dijital oyunları kendi çatısı altında

[5] Ludoloji, Latince bir sözcük olan "lūd/us" kelimesinden türemiştir. Tekil olarak kullanıldığında "lūdus" oyun, eğlence, spor anlamına gelirken; çoğul olarak çekimlendiğinse ise "lūd/ī"; gösteri, oyunlar, okul anlamına gelmektedir. (Alova 2017:351)

sanat biçimi, teknik detayları, anlatısı, oynanışı gibi birçok alt koldan inceleyip bir bütüne varmak en gerçekçi yaklaşım olacaktır.

2.4 Boş Zaman Aktivitesi Olarak Dijital Oyun

Geleneksel oyunları ve dijital oyunları gerçekten bir boş zaman aktivitesi yapan yegane özellik *Caillois* (2001) ve *Huizinga'nın* da bahsettiği gibi oyuncunun oyunu istediğin zaman bırakabiliyor olmasıdır (Caillois 2001: 6; Huizinga 2021: 26-27). Bir şeyi yapmayı bırakamamak, zorunluluğun göstergesidir. Zorunluluk ortaya çıktığı anda dijital oyun boş zaman aktivitesi, eğlence olgusu, kafa dağıtma nesnesi olmaktan çıkıp emek verilen bir hale dönüşür.

Belli tip oyunlarda eğlence ve tatmin duyguları dışında getirisi olmadan çok uzun süreler emek verilebilmektedir. *Lost Ark* (2022) ve *Silkroad Online* (2004) gibi *MMORPG* (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game/Devasa Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu)-*ARPG* (Action Role-Playing Game/Aksiyon Rol Yapma Oyunu) sayılan rol yapma oyunlarında karakter gelişimi için yüzlerce saat harcanabilmektedir. Dijital oyun içi karakterlerini geliştirmek isteyen oyuncular ne kadar çok saatini buna harcasa da gün sonunda istedikleri zaman oyunları kaydedip çıkabilmektedirler. Diğer bir yandan gerçek yaşantınız içine bir yaşam daha kurabileceğiniz istediğiniz kişiye bürünebileceğiniz dijital oyunlar da mevcuttur. Yaşamda yeni bir dijital oyun kültürü yaratılmasının dışında aynı zamanda *Second Life* (2003), *Animal Crossing: New Horizons* (2020) gibi oyunlarda sosyal ortam ve insanların kendilerini daha farklı tanımlayabildikleri oyun içi kültürler oluşmaktadır. İkinci bir hayatı vaat eden bu oyunların içinde toplumsal kimlikler, örgütler, din, ekonomi, siyaset vd. gibi gerçek yaşamda karşımıza çıkan olgular oluşmaktadır. İnsanlar gerçek hayatlarında yapmak istemeyecekleri görevleri dijital oyunlarda yerine getirip oyun içinde kendine uğraşlar bulmaktadır.

Yaşamda şu an her birey bir şekilde üretim zincirine katılmaktadır. Çalışma kavramı, boş zamanla iç içe girmiş ve aslında yeni bir misyon kazanmıştır. Günümüz tüketim toplumunda, boş zaman insanlar tarafından talep edilen bir gereksinim haline gelirken; boş zamanı değerlendirmek adına insanlar "çalışma"ya başlamıştır (Baudrillard 2021: 47-48). Bu çalışma hali sosyal medya tarafından ne kadar şeffaf bir halde karşımıza çıksa da insanların ilgisini kazanmak veyahut diğer boş zamanını değerlendirmeye çalışan insanlara merak duygusu uyandırmak adına türlü mecralarda videolar, ses kayıtları, fotoğraflar, vb. içerikler paylaşılmaktadır. Dijital oyunların özellikle mobil kolunda büyük oranda insanların zaman öldürmesi, oyalanması kendi içinde oyalanma endüstrisi de oluşturmuştur (Yiğitoğlu 2019: 173-174). Bu oyalanma aktivitelerine sosyal medya mecraları, internet siteleri gibi hemen ulaşılabilecek konumdaki diğer uygulamalar da eklenebilmektedir.

2.5 E-sporda Dijital Oyun

E-spor, her dijital oyun kategorisine uygulanması mümkün olmayan bir sektördür. Bu sektörün en çok kullandığı dijital oyun türü ise *FPS*[6] (First Person Shooter)-nişancı olarak sayabileceğimiz, rekabet içerikli oyunlardır. Hayatta kalma, dövüş, spor yarışları dışında *Hearthstone* (2014) gibi dijital kart oyunlarının[7] da e-sporu yapılabilmektedir. Birden fazla oyuncunun aynı anda oynayabilmesi e-sporda kullanılan dijital oyunların türlerinin bir diğer özelliğidir. Takım olarak mücadele edilebilen dijital oyunların yanı sıra teke tek yarışılan dijital oyunlar da mevcuttur.

E-spora giriş yapabilecek türde bir dijital oyunun her zaman e-sporu olduğu söylenemez. Oyuncuların kendi aralarında düzenledikleri veya aracı kuruluşların istekleri doğrultusunda büyük ya da küçük ölçekli turnuvalar olabilmektedir. Bir dijital oyunun e-sporunun olup olmaması genellikle dijital oyunun yapımcı/geliştirici şirketine ait bir karardır. Örnek olarak, *League of Legends* (2009) (LoL) dijital oyununun geliştiricisi olan Riot Games, bütün dijital oyunlarına ait dünya geneli şampiyonaları kendileri düzenlemektedir. Şampiyonalar sonunda kazanılan ödül paraları ise yine Riot Games tarafından e-sporculara ve e-spor takımlarına iletilmektedir.

2.6 Yayıncılıkta Dijital Oyun

Yayıncılık sektöründe istenilen türdeki dijital oyun oynanabilmektedir. Yayıncılıkta dijital oyun konusunda ortaya çıkabilecek iki sorun mevcuttur. İlk sorun, yayıncının, yayın sırasında oynadığı dijital oyunun izleyicileri tarafından beğenilmeyip; izlenme sayısının düşüşüyle ortaya çıkacaktır. Burada yayını yapan kişi izleyicilerine kulak verip oynadığı dijital oyunu değiştirebileceği gibi, hür iradesiyle istediği dijital oyunu oynamaya devam edebilmektedir. Çünkü yayın yaptığı kanalın sahibi konumunda olduğu için karar verme hakkını elinde tutmaktadır.

İkinci sorun ise telif hakkı konusudur. Bir dijital oyunun telife girebilecek içerikleri; oynanış şekli, oyun içi kullanılan sesleri, müzikleri, karakterleri, görsel tasarımları ve program kodları olarak açıklanmaktadır (Sinha 2021). Dünya genelinde, dijital oyun telif hakkı ile ilgili belli düzenlemeler olsa da Türkiye'de dijital oyuna yönelik bir hukuksal düzenleme şu anda mevcut değildir. Gelgelelim bulunduğumuz kapitalist düzende dijital oyun üreticileri telif hakkı konusunu çok önemsememektedirler. Piyasaya sürdükleri dijital oyunların, yayıncılar tarafından oynanıyor olması, oyunları için reklam oluşturmaktadır. Bu nedenle çoğu dijital oyun üreticileri, geliştirdikleri dijital oyunu piyasaya çıkarmadan önce erken erişimde yayıncılara oynatmakta ve onlardan görüşlerini içeren

[6] Birinci şahıs gözüyle dijital oyunda karakterin yönetildiği nişancı tipi oyunlardır.

[7] Board games olarak bilinen, masaüstü oynanan kart oyunlarının dijitalleştirilmiş haline dijital kart oyunları denilmektedir.

yayınlar istemektedirler. Böylece hem yayıncılar yeni çıkacak oyunları ücretsiz bir şekilde edinip oynarken hem de izleyicilerine farklı içerikler sunmuş olmaktadır. Yayıncı da yayın izleyicileri de dijital oyun üreticileri de yapılan alış-veriş durumundan kazançlı çıkmaktadır.

Yayın kültüründe popüler ve yeni dijital oyunlar çok hızlı tüketilmektedir. Son dönemde çok fazla dijital oyun, tüketicilerin beğenisine sunulmaktadır. Bütün oyunların oynanabilmesi mümkün olamayacağı için yayıncılar yayınlarında oynamak üzere en çok izlenme kapasitesine sahip dijital oyunları seçmektedirler. Bunun dışında *Triple-A* (AAA) olarak adlandırılan çok çalışanlı büyük dijital oyun firmaları tarafından üretilmiş yüksek bütçeli dijital oyunlar, yayıncıların yayınlarda tercih ettikleri oyun türlerinden biridir. *Grand Theft Auto V* (GTA V) (2013), *Red Dead Redemption 2* (2018), *Assassin's Creed Valhalla* (2020) gibi AAA oyunlar üzerinden kaç ne kadar zaman geçerse geçsin belli bir izleyici kitlesine sahip oldukları için yayıncılar tarafından kullanılmaktadır.

3 TÜRKİYE'DE E-SPOR

3.1 E-sporun Tanımı ve Genel Özellikleri

Dijital oyunların rekabetçi ortamda, kendine has kuralları doğrultusunda, belli bir ödül ve kazanç beklentisiyle oynanılmasına e-spor denilmektedir. E-sporu olan dijital oyun nezdinde yapılan turnuvalar, e-sporcular ve takımlar sektörü oluşturan üç temel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Geleneksel spor branşı olarak bildiğimiz futbol, tenis, voleybol yerine; e-sporda spor, dövüş, FPS, *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA/Çok Oyunculu Çevrim içi Savaş Arenası) gibi farklı dijital oyun türleri branş olarak sayılmaktadır.

Dijital oyunlar ekosistemi ilerlerken e-spor sektörü de büyümeye devam etmektedir. Tüm dünyada e-spor sektörünün elde ettiği gelir 2021 yılında 1 milyar 84 milyon olarak görülmekteyken yine aynı yıl sonunda e-spor turnuvalarını takip eden izleyici sayısı 474 milyon olarak açıklanmıştır (Statista 2021c: 2-3). E-spor sektörünün gelir elde ettiği alanlar ise sırasıyla sponsorluklar, medya hakları, yayıncı ücretleri, satılan ürünler ve biletler, dijital ve internet yayınlardır (streaming). E-spor sektörü, 2021 yılında sadece sponsorluklardan 641 milyon dolar gelir elde etmiştir. İkinci sırada ise medya hakları gelirleri, 192,6 milyon dolarla sponsorluk gelirlerini takip etmektedir (Statista 2021c: 7). *Statista'nın* raporlarında geçen e-spor gelirlerine eklenmeyen bir diğer gelir kolu ise bahislerdir. Geleneksel sporda olduğu gibi e-sporda da bahis getirileri bir hayli yüksek bir gelir kapısı oluşturmaktadır.

3.2 E-sporun Başlangıcı ve Gelişimi

E-spor tarihçesine değinmek gerekirse 1960'lı yılların başında ortaya çıkan *Spacewar!* adlı dijital oyun için 1972'de yapılan turnuva, ilk dijital oyun turnuvası olarak bilinmektedir. İkinci büyük kapsamlı turnuva ise on bin oyuncu ile *Space Invaders Şampiyonası* olarak bilinmektedir (Fotoğraf 2). Halka açık alanlardaki *arcade* makinelerinin çoğalmasıyla, oyuncular kendi aralarında, sıralamada başa geçebilmek için yarışmaya başlamışlardır (Larch 2023). Rekabetin artması küçük ölçekli de olsa dijital oyunlar arasında turnuva yapılmasına ön ayak olmuştur. *Nintendo* firmasının çıkarttığı televizyona bağlanabilir oyun konsollarıyla e-spor için yeni bir devir başlamıştır. *Street Fighter II* (1991) dijital oyununun *Nintendo Entertainment System* (NES/Nintendo Eğlence Sistemi) ile oynanmaya başlanması iki kişinin rekabet edebilmesine olanak sağlamıştır. *Street Fighter II* dijital oyunu için 1996 *Evolution Championship Series* (EVO/Evrim Şampiyonası Serisi) adı altında bir turnuva yapılmıştır. Turnuva günümüzde halen devam etmekte olup sadece dövüş türü oyunlar üzerinden şampiyonalarını sürdürmektedir.



Fotoğraf 2. Space Invaders Şampiyonası (1981) (https://en.wikipedia.org/wiki/Esports#/media/File:Space_Invaders_Championship.jpg adresinden alındı. Son Erişim 22.08.2023)

2000'li yıllar ise e-spor sektörünün gelişmesinin hızlandığı yıllar olarak görülmektedir. Özellikle *Counter-Strike* (2000) dijital oyununun 2000 yılında çıkması ile çok oyunculu rekabetçi oyunlara olan ilgi artmaya başlamıştır. İnsanlar tanımadıkları insanlarla yazışma odalarında anlaşıp birlikte dijital oyun oynamaya, turnuvalar düzenlemeye başlamışlardır.

Dünya çapında turnuvalar düzenleyen iki organizasyon olan, 1997'de kurulan *Cyberathlete Professional League* (CPL/Siber-Atlet Profesyonel Ligi) ve 2000'de kurulan *Electronic Sports League* (ESL/Elektronik Spor Ligi) e-spor sektörünün hızla gelişmesini sağlamıştır. *World Cyber Games'in* (WCG/Dünya Siber Oyunları) 2000 yılında dünya genelinde başlaması ile e-spor daha da ivme kazanmıştır (Gürçay, Kepenek, Tekin 2019: 57-59).

E-sporun gelişim süreci anlatılırken Güney Kore'nin etkisi görmezden gelinemez. Güney Kore'de e-sporun organize bir şekilde devamlılığı için devlet duruma el koymuş ve 2000 yılında ilk e-spor federasyonu olan Kore E-spor Birliği (KeSPA/Korea e-Sports Association) kurulmuştur. Dünya genelinde de e-sporun legal olarak tanınması için 2008 yılında Güney Kore menşeili *International Esports Federation* [8] (IESF/ Uluslararası Espor Federasyonu) kurulmuştur. Anlık olarak Türkiye'nin de arasında bulunduğu 140 ülke IESF'ye bağlı şekilde e-sporu tanıdığını beyan etmiştir ve düzenlenen turnuvalara katılmaktadır. 2019'da yine IESF'nin amacını paylaşan Singapur menşeili bir diğer

[8] IESF hakkında detaylı bilgi için bkz. https://iesf.org/ Son Erişim 22.08.2023

federasyon olan *Global Esports Federation*[9] (GEF/Global Espor Federasyonu) kurulmuştur. GEF dünya geneli 130 üye ülkenin federasyonlarıyla çalışıp milli takımların, gerçekleştirdikleri şampiyonalara katılmalarını sağlamaktadır. GEF tarafından hayata geçirilen *Global Esport Games* (GEG/Global Espor Oyunları) turnuvası ülkelerin milli takımlarının birbirleri ile mücadele etmesini sağlamaktadır. 2022'de ikincisi düzenlenen GEG'e Türkiye ev sahipliği yapmıştır. *Defense of the Ancients 2* (DOTA 2) dijital oyununda Türk milli takımımız dünya geneli ikincilik kazanmıştır (Fotoğraf 11, 13). Ayrıca iki gün süren şampiyoların açılışından önce GEF, e-spor konusunda bilinçlendirme gerçekleştirebilmek adına *Global Esports Federation Convention* (GEFCON/Global Espor Federasyonu Kongresi) adı altında akademik paneller düzenlemiştir (Fotoğraf 12).

Son olarak *International Olympic Committee* (IOC/Uluslararası Olimpiyat Komitesi) tarafından alınan kararla 2023 yılında Singapur'da ilk E-spor Olimpiyatları gerçekleştirilmiştir. Bisiklet, okçuluk, yelken, dans, beyzbol, satranç, tenis, atış, motor sporları, tekvando, masa tenisi, duatlon branşları ilgili simülasyon oyunları ile gerçekleştirilirken; *Street Fighter 6* (2023), *Rocket League* (2015), *NBA*[10] *2K23* (2022) dijital oyunlarının da müsabakaları gerçekleştirilmiştir. *NBA 2K23* müsabakalarının birincisi Türkiye Milli Takımı olmuştur.[11]

3.3 E-spor Turnuvaları

Hem uluslararası hem de ülke içinde birçok e-spor turnuvası düzenlenmektedir. E-spor organizasyon kuruluşları tarafından düzenlenen turnuvalar olduğu gibi ülke federasyonlarının yapmış olduğu turnuvalar da bulunmaktadır (Fotoğraf 10). Üniversiteler, kulüpler, yayıncılar da çok daha küçük ölçekli turnuvalar düzenleyebilmektedir. Her düzenlenen turnuvanın sonunda para ödülü bulunmayabilmektedir. Bazı turnuvalar ön elemeler, e-sporcu seçebilmek, milli takım seçmeleri gibi farklı sebeplerle yapılabilir. Dijital oyun türüne göre değişmekle birlikte, takımla yarışılması gereken turnuvalara takımla, teke tek mücadele edilebilen turnuvalara ise bireysel katılım sağlanabilir.

En büyük ödül havuzlu turnuvaları hayata geçirenler ise e-spor turnuvasını gerçekleştiren dijital oyunun sahibi firmalardır. Bunlara örnek olarak 2021'in birinci yarısında; *Counter-Strike: Global Offensive'in* (CS:GO) 7.98 milyon dolar, *PUBG'nin* (PlayerUnknown`s Battlegrounds) 7.8 milyon dolar, *Fortnite'ın* 6.12 milyon dolar, *PUBG Mobile'ın* (PlayerUnknown`s Battlegrounds Mobile) 5.97

[9] GEF hakkında detaylı bilgi için bkz. https://www.globalesports.org/ Son Erişim 22.08.2023

[10] Kısaca NBA (National Basketball Association) olarak bilinen Ulusal Basketbol Birleşimi adı aynı zamanda Visual Concepts oyun firmasının geliştirdiği basketbol dijital oyununun da adıdır.

[11] E-spor Olimpiyat Serisi detayları için bkz. https://olympics.com/en/esports/ Son Erişim 23.08.2023

milyon dolar, *DOTA 2'nin* 5.42 milyon dolarlık dağıtılmak üzere birikmiş ödül havuzu paraları bulunmaktadır (Statista 2021c: 15).

Telif hakları gibi hukuki süreçler nedeniyle büyük ölçekli, ödül paralı turnuvaların, kullanacakları dijital oyunun geliştiricisinden izin alması durumu ortaya çıkmaktadır. Fakat küçük ölçekli yapılan turnuvalar için geliştirici firmalar problem çıkartıyor gibi görünmemektedir. Tam olarak yasal bir sürecin oturmamasından olabileceği gibi; aslında bu tür turnuvaların ücretsiz reklam getirisi yaratması, dijital oyun geliştiricisi firmanın görmezden gelmesine yol açmaktadır.

3.4 E-sporcular, Takımlar ve E-spor Kulüpleri

E-sporcuları, genel dijital oyun kitlesinden ayıran özellik sadece yetenekli olmaları değildir. Oyuncuların asıl amacı dijital oyundan para kazanmak değildir. E-sporcular ise ödül havuzundaki meblağların, kulüplerle yapabilecekleri sözleşmelerin peşinden giden ücretli işçilerdir (Jin 2010: 84). Tabii ki her e-sporcu olmak isteyen, profesyonel olarak sektöre giriş yapmamaktadır. E-sporcular aralarında amatörler ve profesyoneller olarak ayrılmaktadırlar. Amatörden profesyonele geçiş için Güney Kore'de iki resmi yarışma kazanmaları, KeSPA tarafından düzenlenen genel bir eğitim almaları ve eğitimden sonra KeSPA'ya profesyonel oyuncu olarak kaydolmaları gerekmektedir (Jin 2010: 90). Türkiye'de ise işler tam olarak bu şekilde yürümemektedir. Amatör e-sporcular turnuvalarda yerlerini alırken, kulüplerin menajerleri, yetenek avcıları tarafından fark edilirse kulüplere geçişi sağlanıp adını profesyonel olarak yazdırabilmektedir.

Türkiye'de takımlar konusuna gelince ise, TESFED'den sonraki en büyük hamlelerden biri *Beşiktaş Jimnastik Kulübü'nün*, LoL dijital oyunu için e-spor kolunu oluşturmasıdır. Böylece spor kulüpleri arasından ilk e-spor kolu bulunan kulüp unvanını kazanmıştır (Özenç, Yörük 2021: 77). E-spor sektörünün piyasa hacmi göz önüne alındığında, yatırımcıların gözlerini bu sektöre çevirmeleri normal karşılanmaktadır. Bu sebeple Türkiye ve dünya genelinde birçok e-spor kulübü kurulmakta, amatör takımlar da kendi kulüplerini kurmaya çalışmaktadırlar.

Amatör e-sporcular veya amatör takımlar girdikleri turnuvalarda başarılarını ortaya koyup bir kulüp himayesinde çalışmaya uğraşmaktadırlar. Çünkü sektörde e-sporcular amatör sınıfında iken düzenli bir maaşı olmamakla birlikte girdikleri turnuvalardan başarılı oldukları takdirde ödül parası alabilmektedirler. Yetenekli birçok e-sporcu kendi başarılarını sergileyip, e-spor kulüplerinin dikkatini çekmeye çalışırken; yetersiz sayılabilecek kadar oyuncu profesyonel anlamda sözleşmeli olarak çalışmaktadır.

Günümüz koşullarında bakıldığında resmi ve gayri resmi turnuvalarda birçok e-sporcu bulunmakta olsa bile asıl e-spor sektörü, profesyonelleşmeye açık olan diğer tarafta yani sözleşmeli e-

sporcuların, turnuva organizatörlerinin, takım sahiplerinin, alanda kendine tam zamanlı meslek edinebilmiş menajerlerin, spikerlerin, oyun yorumcularının olduğu alanda işlemektedir (Taylor 2012: 246). Türkiye bazında konuşmak gerekirse denetimdeki sıkıntılar, sistemin kendi başına oturmaya çalışması, aşırı amatör e-sporcu fazlalığı gibi türlü türlü sebeplerden dolayı sektör sıkıntılı bir şekilde büyümektedir. Birçok yatırımcı e-spor getirilerini fark edip sektöre girip kulüp açmakta istediği karı elde edemeyince kulübü hemen kapatıp gitmektedir. Bu yüzden de e-sporcular da ortada kalmaktadırlar.

3.5 Türkiye Espor Federasyonu (TESFED)

Türkiye'de e-spor ve dijital oyunlar hakkında ilk kurulan federasyon 2011 yılında çalışma hayatına başlayan Türkiye Oyunlar Federasyonu'dur (TÜDOF). Fakat 2013 yılında TÜDOF lav edilmiş ve Gelişmekte Olan Spor Branşları Federasyonu'na bağlanmıştır.[12]

2018 yılında ise Türkiye Espor Federasyonu (TESFED) kurulmuştur. 2018 yılından beri TESFED Başkanı olarak Alper Afşin Özdemir görev almaktadır.[13] TESFED'in görev ve yetkileri Resmi Gazete'de paylaşılan "Türkiye E-Spor Federasyonu Ana Statüsü"nün ikinci bölümünün 6. maddesinde yirmi dört kalem şeklinde sıralanmıştır.[14] Kısaca bahsetmek gerekirse ülke içi ve dışı elektronik ortamda düzenlenecek bütün müsabakalardan sorumlu olma, e-sporcular-takımlar-teknik elemanların (antrenör, hakem, menajer, doktor vb.) müsabakalara hazırlanmaları ve katılmalarını sağlamak, sporcu sağlığı konusunda önlemler almak, başarılı e-sporcuların takibe alınması, kulüplerin devlet kurumları arasındaki oluşabilecek anlaşmazlıklarını çözümlemek, e-spor ile ilgili gerekli verilerin sağlanıp ülkemizi bu konuda geliştirmek için uğraşmak, gerekli eğitimler-paneller-spor organizasyonları düzenlemek, e-spor merkezleri denetlemeleri yapmak ve genel olarak e-spor konusunda olanı biteni izleyip gerekli uygulamaları ülkemize getirmek TESFED'in görevlerinden bazılarıdır.

TESFED, e-sporculara lisans, e-spor merkezlerine de yeterlilik belgesi (sertifikası) vermektedir. [15] Türkiye'de bulunan e-sporcuların ve e-spor merkezlerinin TESFED tarafından verilen belgeleri alması mecburidir. On sekiz yaşındaki çocuklar da e-sporcu olabildiği için e-sporcu lisans belgesinde, çocuğun velisinin onayı da alınmaktadır.

[12]TÜDOF'un kapatılmasına ve başka bir federasyon altında çalışmasına yönelik kamuoyu duyurusu için bkz. http://gosbf.gov.tr/Duyuru/43598/dijital-oyunlar-as-baskanligi-yeni-yonetimi-hk.aspx Son Erişim 23.08.2023

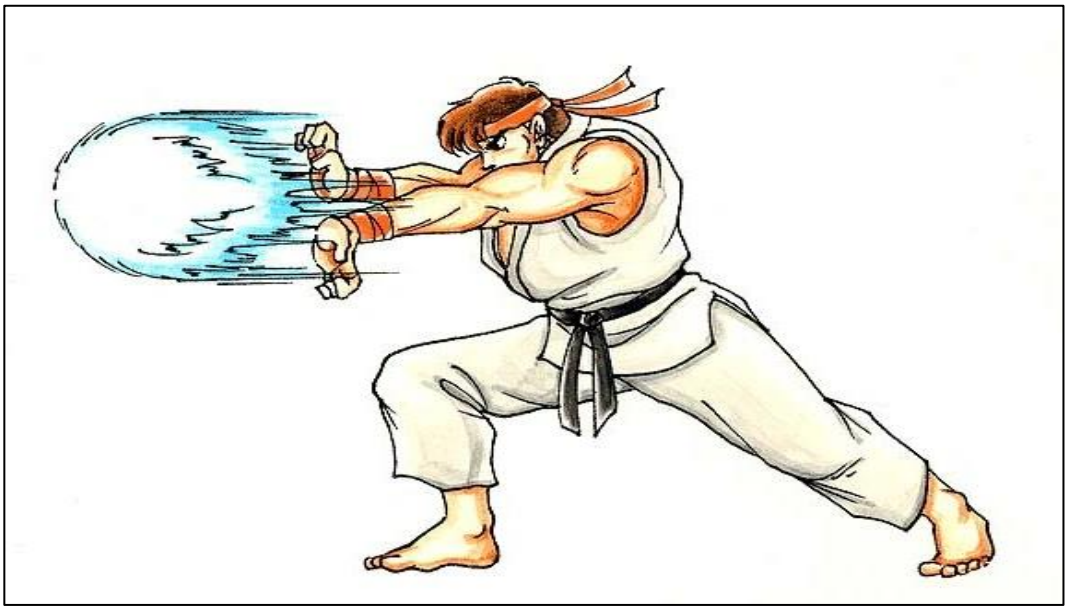
[13]TESFED'in kuruluşu hakkındaki bilgi sitesinden http://tesfed.gov.tr/hakkimizda temin edilmiştir. Son Erişim 23.08.2023

[14]Resmi Gazete'de yayınlanmış "Türkiye E-spor Federasyonu Ana Statüsü" için bkz. https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/11/20221118-3.htm Son Erişim 23.08.2023

[15]TESFED tarafından verilen "E-spor Federasyonu Sporcu, Lisans, Tescil, Vize ve Transfer Belgesi" ile "Özel E-spor Salonu Yeterlilik Belgesi"ne ulaşmak için bkz. http://tesfed.gov.tr/bilgi-bankasi Son Erişim 23.08.2023

3.6 E-spordan Teknospora: HADO

HADO[16], *meleap* (2014)[17] şirketinin kurucusu olan *Hiroshi Fukuda'nın* yarattığı artırılmış gerçeklik (AR/Augmented Reality) spor oyunudur. 2014'te spor olarak tanınan HADO sporunun oynanışı ülkemizde yakar top diye bilinen oyuna benzemektedir (Fotoğraf 4). Fakat oyunun çıkış yeri yakar top değildir, *Hiroshi Fukuda'nın Hadōken* sevgisidir. *Hadōken, Street Fighter* adıyla tanınan dijital oyunda bulunan bir özel harekettir (Fotoğraf 3). HADO ilk olarak Japonya'da oynanmıştır ve turnuvaları git gide ivme kazanmıştır. *Hadōken* hareketini gerçek hayata senkronize eden HADO, şu an otuz beşten fazla ülkede tanınmaktadır.

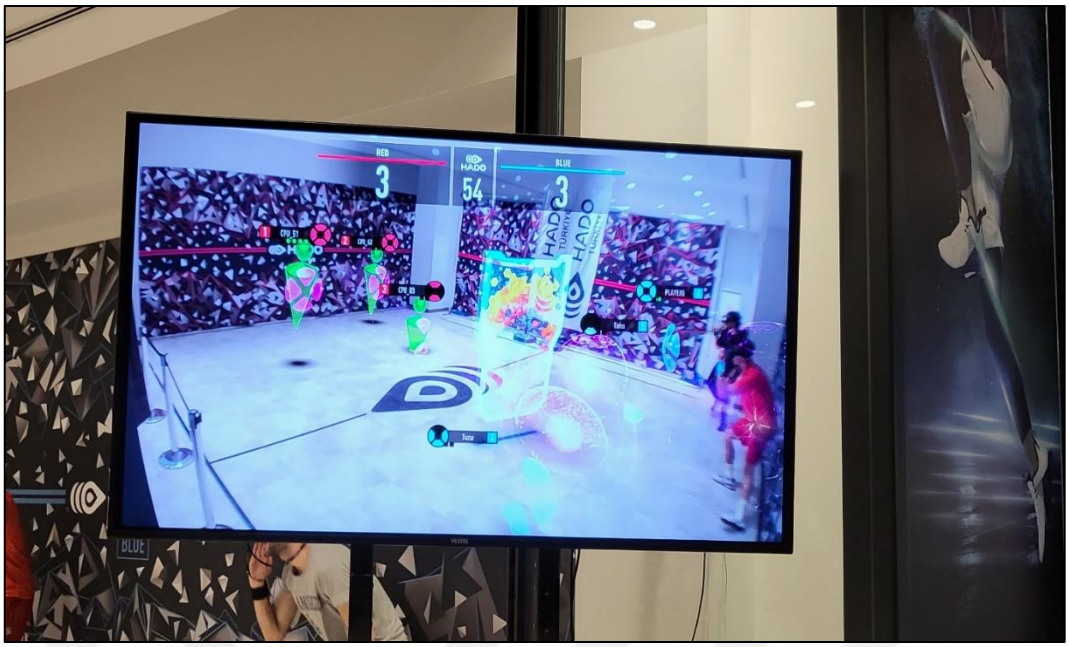


Fotoğraf 3. Street Fighter Oyunundan Hadōken Hareketi (https://streetfighter.fandom.com/wiki/Hadoken adresinden alınmıştır. Son Erişim 25.09.2023)

Seksen saniyelik süre içerisinde, platformun karşısında bulunan rakip oyunculara enerji topları atarak onları koruyan kalkanlarına isabet ettirilmesi oyunun amacıdır. HADO'yu oynayabilmek için başa geçirilen bir telefon ekranına ve kola takılan bir sensöre ihtiyaç duyulmaktadır (Fotoğraf 16). Başa takılan bant sayesinde oyuncular oldukları sahada artırılmış gerçeklik ile oluşturulmuş kalkanları ve enerji toplarını görebilmektedir. Oyun içerisinde oluşturulan enerji toplarının nereye atılacağı ise kola takılan sensör hareketiyle ayarlanmaktadır. Kalkan açmak, farklı türdeki enerji toplarını kullanabilmek ve bunları rakip oyuncuya atabilmek için kolda bulunan sensör kullanılmaktadır.

[16] Bütün bilgiler https://hado-official.com/en/, sitesinden derlenmiştir. Son Erişim 28.05.2023

[17] Meleap şirketinin internet sitesi için bkz. https://meleap.com/meleap/public/index.php/en Son Erişim 28.05.2023



Fotoğraf 4. HADO'nun Oynanışı

Dijital oyunları AR teknolojisiyle harmanlayarak içine fiziksel güç eklenen HADO, e-sporun bir sonraki basamağı olarak görünmektedir. Bu yüzden Türkiye'de ne kadar TESFED altında kendine yer bulsa da hem *meleap* şirketi hem de sporcuları tarafından da e-spor olarak değil teknospor olarak tanımlanmaktadır.

3.6.1 Türkiye'de HADO

Ülkemizde de TESFED tarafından tanınmış olan ve Üniversiteler Spor Ligi (ünilig) içerisinde kendine yer edinen HADO'nun bir arenası da Türkiye'de bulunmaktadır (Fotoğraf 14). İstanbul'da bulunan arenada belli bir ücret karşılığında HADO deneyimini yaşamak mümkündür. Ayrıca kendini HADO alanında geliştirmek isteyen kişilere özel antrenör eşliğinde eğitim de verilmektedir.

Türkiye'ye 2019 yılında gelmiş olan HADO'nun tanıtımı üniversite, lise ve ortaokullarda yapılmaktadır. Türkiye'de gerçekleştirilen 2021 Avrupa Şampiyonası'nda Türkiye milli takımı Avrupa Şampiyonu olmuştur. HADO Türkiye Genel Koordinatörü Koray Erdemir'in verdiği bilgiler doğrultusunda, HADO'ya milli takım oluşturmak amacıyla farklı şehirlerden seçilen, amatör düzeyde oynayan yüz üniversite öğrencisine profesyonel eğitim verilmektedir. Türkiye'de HADO bilinirliğinin artırılması için bu farklı yerlerde yaşayan öğrenciler kendi şehirlerinde HADO temsilcisi konumuna gelmektedir. Böylece hem tanıtım yapılmaktadır hem de yeni profesyonel sporcular kazanılmaktadır. Ayrıca HADO'da kendini ilerletmek isteyen üniversite takımlarına bağlı ya da milli takım için oynayan sporculara özel mental koçlar atanmaktadır. HADO kısa bir süre –seksen saniye- içerisinde en iyi oyunu sergileme yönünde bir strateji izlediği için sporcuların öfke kontrolünü aşmış olması gerekmektedir. Mental koçlar sayesinde sporcular hem yeterli psikolojik eğitimlerini hem de nefes egzersizi, yoga gibi

gerekli sakinlik sağlayan diğer alanlara yönlendirilmiş oluyorlar. Bir diğer verilen İngilizce dili eğitimi ise turnuvalar nedeniyle yurtdışına çıkan sporcuların kolaylıkla iletişim kurmasına yarar sağlamaktadır. Koray Erdemir'den edinilen bir diğer ilginç bilgi ise milli takım içerisinde bulunan sporculara genetik incelemeler yapılmasıdır. Genetik incelemeler sonucunda elde edilen bilgiler ışığında mental koçlar, sporculara özel eğitimler uygulamaktadır (Öfke kontrolü, konsantrasyon, patlayıcı güç kullanımı, vd.).

HADO hakkında biraz daha detaylı bilgi alabilmek adına HADO'yu ülkemize getiren HADO Türkiye Genel Koordinatörü Koray Erdemir ve altı HADO sporcusuyla yüz yüze yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Milli takım sporcularından beş kişi ile İstanbul Üniversitesi HADO takımından bir kişi ile görüşülmüştür. Görüşülen sporcuların söyledikleri aşağıda verilen bölümlerde incelenecektir. Fakat okumada kesinti yaratmaması adına direkt olarak görüşmelerden kesitler gerekli olmadığı sürece kullanılmayacaktır.

3.6.2 Sporcuların HADO ile Tanışması

Türkiye'de HADO'yu tanıtmak amacıyla festivallere, AVM etkinlikleri gibi alanlara sahalar kurulmaktadır. Etkinliklerde HADO'ya gösterilen ilginin fazlasıyla olduğunu bütün sporcular teyit etmiştir. Festival alanlarına saha kurulması daha çok reklam içerikli gibi durmaktadır. Asıl sporcular özellikle lise ve üniversitelere kurulan sahalardan seçilmektedir. Görüşülen altı sporcu da üniversitelerine gelen HADO tanıtımı ile bu teknospordan haberdar olduklarını beyan etmişlerdir. Buradaki bir diğer husus ise tanıtım ve sporcu seçmek için tanıtıma gidilen üniversitelerde özellikle geleneksel sporlarla alakalı bölümler tercih edilmektedir. Görüşülen bütün HADO sporcuları hayatlarının merkezine sporu koymuş ve kariyer hayatını da bu şekilde çizmeye çalışan kişilerdir. Görüşülen altı sporcu da teknolojiyle ve dijital oyunlarla yakın olduğundan bu yüzden HADO'ya yeni bir alan olarak şans vermek istediklerinden bahsetmişlerdir. Görülen odur ki sporcular hem teknolojiyi kullanıp hem de sporu aynı anda yapabildiği için kendi branşları dışında HADO ile de ilgilenmeye başlamışlardır. Oynadıkları dijital oyunun içinde olup kendi bedenleri ile bir sonuç yakalamak sporcuları çeken özelliklerden bir diğeridir.

3.6.3 HADO Sporcularının Dijital Oyuna Bakışı

Bir önceki tanışma bölümde HADO'ya başlamanın bir maddesinin de dijital oyunlarla alakalı olduğu belirtilmiştir. Bu yüzden görüşülen altı sporcuya dijital oyun oynayıp oynamadığı sorulmuştur. Hepsi farklı kategorilere ait dijital oyunları oynadıklarından bahsetmişlerdir.

Milli Takım Sporcusu (Erkek, 23):

"Oynadığım oyunlar var. Aktif olarak da oynadığım oyunlar da var ama ben o oyunun iç dinamiğini, stratejisi bakımdan öğrenmek için oynuyorum. Stratejik rekabet evet, LoL olur, PUBG olur ama burada genelde strateji üzerine hareket ederim. Önce oyunu tanırım. Oyunun ne gerektirdiğini bana ne katması gerektiğini anlarım; sistemi anlarım, öyle bir strateji.

Milli Takım Sporcusu (Erkek, 21):

"Oyunlar… Çok uzun zamandır zaten oyun oynuyorum. Annem şey diyordu bana "Çok oyun oynuyorsun. Oyundan mı para kazanacaksın." diye. Şu an bakınca oyundan para kazanma yolunda ilerliyorum. Oyunları seviyorum ya. Daha çok roguelike[18] oyunları seviyorum. The Binding of Isaac oynuyorum sonra puzzle oyunlarını seviyorum. Rekabetçi çok oynamayı sevmiyorum. En çok oynadığım rekabetçi oyun Rainbow Six Siege ama. E-spor turnuvası yapılıyor. Katılacaktık bir ara, takımımız farklı kıtalarda olduğu için çok fazla bir yere varamadık."

Yukarıda alıntılanan milli sporcu görüşmelerinden kesitlerde kendilerinin de aslında yine e-spora yönelik olan rekabetçi tip dijital oyunları oynadıkları bahsedilmiştir. Altı görüşmeci de özellikle e-sporu yapılan rekabetçi türü dijital oyunları oynadığından bahsetmiştir. Sadece iki sporcu sadece rekabetçi oynamadığını her türlü dijital oyunu oynadığı ama belli türleri daha çok sevdiklerinden bahsetmişlerdir. Buradan da anlaşılıyor ki HADO içindeki geleneksel spor yapan sporcular, boş zamanlarında dijital oyun oynamaktadır ve HADO'ya karşı merak duymalarının birinci sebebi farklı alanı denemek olduğu gibi ikinci sebebi de dijital oyunla olan bağlantısıdır.

3.6.4 HADO Sporcularının E-spor Görüşleri

Aslında AR teknolojileri kullanılarak bir dijital oyun üzerinden oynanan ve spor olarak tanıtılmış olan HADO, aslında e-sporun tanımı gereği e-spor olarak adlandırılmalıdır. Fakat HADO'nun bağlı olduğu şirket sporcularına e-sporcu dememektedir. Bu durumla alakalı iki soru ortaya çıkmaktadır. İlki, HADO sporcularının e-spor hakkındaki düşünceleri nelerdir? İkincisi ise sporcular kendileri e-sporcu olarak saymaktalar mı? Bu iki soruya cevap alabilmek adına görüşmecilere e-spor hakkında ne düşündükleri sorulmuştur. Beş sporcu da e-spor hakkında bilgisi olduğundan bahsetmiştir. Hatta iki milli takım sporcusu zamanında e-spor sektöründe e-sporcu olarak bulunduklarından bahsetmiştir. Biri profesyonel olarak oynadığı diğeri ise amatör olarak uluslararası turnuvalara girmeye çalıştığından söz etmiştir.

[18] Roguelike oyunlar, oyuncunun her baştan başlamasıyla (karakterinin ölmesiyle) haritasının ve içeriğinin değiştiği sıra tabanlı ya da gerçek zamanlı zindan oyunlarıdır.

HADO sporcuları e-spor hakkında kötü düşünceleri bulunmadığından, aslında e-sporun "*sporun güzel bir evrimi"* olduğundan bahsetmişlerdir. E-sporun fazla bir kitleye hitap edebiliyor oluşunun ve dünyaca yüksek meblağlarda yatırım alabilmesinin dijital oyunları daha da iyi bir seviyeye getirebileceğine inanmaktadırlar. E-spor sektörü kendi içinde büyürken aynı zamanda hem dijital oyunun oynandığı mobil, konsol ve bilgisayar donanımlarının da git gide geliştiğinin ve bunun herkese katkı sağladığı sporcular tarafından belirtilmiştir. Güzel yanlarının yanı sıra genel kanının aksine HADO sporcuları da e-sporcuların görünen kalıplardan (oturmak, sabit kalmak) uzak dikkat ve odaklanma isteyen bir spor olduğunun kabulündeler. Ama sabit durarak yapıldığı için e-sporcuların belli başlı hastalıklardan müzdarip olduklarının da altını çizmişlerdir.

Verilen bilgiler doğrultusunda aslında hiçbir HADO sporcusu e-spor hakkında kötü düşünmediğini hatta e-sporun güzel bir süreçte olduğunu belirtmişlerdir. Ama HADO şirketinin sporcularını e-sporcu olarak görmemesine bir yanıt alınamamıştır.

3.6.5 E-spor-Teknospor Ayrımı

Bir önceki bölümde HADO sporcuların e-spor hakkındaki genel düşünceleri paylaşılmıştır. Şimdi ise yine aynı sorunu çözebilmek adına sporculara neden HADO'nun e-spor olarak adlandırılmak istenmediği sorulmuştur. Burada ortaya çıkan sonuç ilgi çekicidir. Sporcular ne kadar dijital oyun ya da e-sporla ilgili olsalar da kendilerinin yapmış oldukları sporun bir e-spor değil teknospor olduğu konusundaki haklılıklarını vurgulamaya çalışmışlardır.

HADO sporcularından alınan bilgi doğrultusunda fiziksel olarak sarf edilen eforun, e-spor ile teknospor arasındaki tek fark olarak algılandığı görülmektedir. İki spor dalında da ortak paydada buluşan tek alanın dijital oyun olduğu fark edilmektedir. HADO sporunu icra edebilmek için vücudun tümünün kullanılması gerekmektedir. E-sporda sadece el, bilek ve göz koordinasyonun kullanılması, sporcuların HADO'yu e-spor olarak görmemesini kolaylaştırmaktadır. Görüşülen sporcular e-sporu ne kadar spor olarak görebilse de kendi yaptıkları sporun, e-spor olamayacağını kesinkes savunmuşlardır. Aslında bu çalışmanın içinde yine bahsedilmiş olan ilk defa yapılan E-spor Olimpiyatları'nda simülasyon dijital oyunları ile geleneksel spor dalları buluşturulmuştur (3.2. E-sporun Başlangıcı ve Gelişimi: 10-12). Bu da demek oluyor ki IOC bile bütün vücudun kullanıldığı fazlasıyla fiziksel güç gerektiren fakat dijital oyun aracılığıyla yapılan sporları e-spor kategorisinde saymaktadır. Ayrıca ülkemizde bu durumu aynı şekilde yorumlanmıştır ki Temmuz 2023'te ise HADO, TESFED' e alt branş olarak bağlanmıştır.[19]

[19] TESFED'in yapmış olduğu duyuru için bkz. http://tesfed.gov.tr/haberler/hado-spor-dali-alt-brans-olarak-e-spor-federasyonuna-baglandi Son Erişim 24.08.2023

HADO sporcularının anlattıklarından anlaşılan şudur ki, bu sporun e-spor adı altında değil de teknospor adı altında yapılması doğru karşılanmaktadır. HADO sporcuları, e-sporcu kavramı altında toplanan kötü yorumlara maruz bırakılmadan (tembel, kilolu, hareketsiz, vb.) sadece sporcu kimlikleriyle ön plana çıkmaya çalışmaktadırlar. Fakat ne kadar teknospor olarak ayrı bir branş oluşturulmaya çalışılsa da HADO, TESFED'e bağlanmış ve bir e-spor branşı olarak görülmektedir. Özünde bir dijital oyunu sayesinde varlığını sürdüren HADO, fiziksel hareketin ve kabiliyetin fazla olması nedeniyle yeni bir sıfata ulaşamamaktadır. Görüşmelerden fark edilen bir diğer husus ise HADO'nun kurucu şirketi olan *meleap* reklamsal bir strateji izlemektedir. E-spor gibi kendine ait teknospor adı altında yeni bir oluşuma imza atmak isteyen *meleap* özellikle Japonya'da kendine ait federasyon kurdurabilme çalışmalarını sürdürmektedir. Aynı durum Türkiye'de de uyarlanmaya çalışılmaktadır.

3.6.6 HADO Sporcusu Olarak Çalışma Hayatı

HADO sporcuları kendilerini e-sporcu olarak tanımlamak istemedikleri için çalışma boyunca görüşülen kişilerin HADO sporcusu ya da sporcu olarak nitelendirilmesine devam edilecektir. Artık e-sporcu ve HADO sporcuları arasında bir ayrım gözetildiğine göre çalışma hayatı konusundaki farklılıkların ortaya konulması gerekmektedir. E-spor sektörü içinde e-sporcular amatör ya da profesyonel sıfatları alarak para kazanmaya devam etmektedirler. Bu durumun HADO sporcuları için de geçerli olup olmadığı sorgulanmak için görüşülen sporculara yaptıkları HADO sporunun bir maddi getirisi olup olmadığı sorulmuştur. Görüşülen sporcular gittikleri turnuvalardan kazanabildikleri ödül paralarını aralarında pay ettiklerini belirtmişlerdir. E-spor sektöründe olduğu gibi bir kulüpleşme daha HADO içinde gözlemlenmediğinden turnuvadan kazanılan meblağların bir kısmı kulüp için kesilmemektedir. Türkiye Genel Koordinatörü de bu bilgiyi doğrulamış ve kulüpleşme çalışmalarına başlamadan önceki ilk adımlarının HADO sahalarını artırmak ve daha çok sporcu yetiştirmek olduğunu vurgulamıştır.

HADO spor olduğu gibi aynı zamanda insanların istedikleri zaman belli bir ücret karşılığında, eğlence dışında bir getirisi olmadan oynayabileceği bir aktivite olması dijital oyun oynayanlar için de geçerlidir. HADO milli takımı kurulmuş olsa bile bir kulüpleşme olmadığı için e-spor ve geleneksel sporlardaki gibi düzenli bir gelir elde etme durumu HADO sporcuları için geçerli değildir. Fakat sporcu olarak değil de HADO şirketine bağlı olarak temsilcilik, antrenörlük yapan sporculara şirket tarafından bir maaş bağlanmıştır. HADO sahalarının bulunduğu yerlere günübirlik boş zaman geçirme ya da eğlenmek için giden kişileri karşılamak adına yine HADO sporcuları işe alınmaktadır. HADO'ya hakim oldukları ve yeni gelen kişilere tanıtım yapmaları için sporcuları kullanmak ve onlara destek sağlıyor olmak şu an için şirket tarafından gerçekleştiren bir durumdur.

Türkiye adına konuştuğumuzda, e-sporculardan alınan bilgi doğrultusunda, milli takım için seçilen e-sporcular da sadece katıldıkları turnuvalardan kazandıklarını kazanç olarak saymaktadırlar. Milli takım içinde bulunuyor olmaları e-sporculara da milli takım sporcusu olma avantajlarından faydalanabilme özelliklerden yararlanıyor anlamına gelmemektedir. E-sporcular gibi HADO sporcularının da bu avantajlardan faydalanamadığı görülmektedir. Bu konu hakkında HADO Genel Koordinatörü Koray Erdemir şu an için böyle bir durumun gerçekleşemediğinden ama yetişecek yeni HADO sporcuları için bu avantajları sağlamak için federasyonla görüşme içinde olmak isteklerinden bahsetmişlerdir. Kısaca tekrar toplamak gerekirse HADO sporcuları turnuvalara gidemediği ve turnuvalardan para kazanamadığı sürece bir gelir elde edememektedirler. Sadece Türkiye HADO Ofisi çalışanı olarak işe girebilen sporcular HADO üzerinden para kazanabilmektedir.

3.6.7 HADO Sporcularının Boş Zamanı

Görüşülen sporcularla bazı konular aydınlatıldığına göre geriye sadece çalışmanın da aslında ana yapısını oluşturan problem cümlesi kalmaktadır. Sporcular hem bir spor sever olarak hem de dijital oyun oynamayı seven kişiler olarak ciddi anlamda hayatlarına HADO'yu aldıktan sonra boş zamanlarında bir değişme gerçekleşmiş midir? Bu soruya cevap bulabilmek adına sporculara boş zamanlarını nasıl değerlendirildikleri sorulmuştur. Ama e-spor sektöründe e-sporcuların aylık olarak düzenli gelir elde etmelerini sağlayan ana yapı kulüpler olduğu için bir önceki cümlede yer alan soruya net cevaplar alınamayacağı bilinmektedir. Çünkü ana çerçevede çalışma hayatı sonrasında dijital oyun oynamanın boş zamandan iş zamanına dönüşmesi konusunda bir bilgi edinilmeye çalışılmaktadır. Fakat görüldüğü üzere HADO sporcuları için bahsi geçen durum söz konusu değildir. Yine de bu hususta görüşmeciler boş zamanlarının büyük bir kısmında spor yapmaya devam ettiklerinden bahsetmişlerdir. Spora ek olarak dijital oyun oynayarak da zamanlarını geçiren sporcuların, eğitim aldıkları spor dalları ve bölümlerle alakalı antrenmanları boş zamanlarının çoğunluğunu kapsamaktadır. Buradan çıkarabilecek sonuç HADO sporcuları, HADO sporunu bir getirisi olmadığı halde zaten yapmaktadırlar. Bilhassa spor, daha sonrasında dijital oyun zaten boş zamanlarını geçirmek için kullandıkları iki olgudur. Hem HADO milli takımına bağlı sporcu olup hem de HADO Ofisi'ne bağlı şekilde yarı zamanlı çalışan sporcular ise iki ayrı gidişatı boş zaman olarak tanımlamaktadır.

Buradan şunu anlıyoruz ki HADO sporcularının çoğu hem eğitim hayatlarında hem de boş zamanlarında yani genel yaşamları içinde sporla sürekli ilgilenmektedir. İleride gelecek olan e-sporcu ve yayıncı görüşmelerinde de bahsedileceği üzere bu iki meslek grubu HADO sporcularının, sporu hayatlarının ortasına koydukları gibi kendi hayatlarının ana merkezine dijital oyunu koymamaktadırlar. Antrenmanları dışında dijital oyun oynasalar bile sürekli hayatlarını dijital oyunlar oluşturmamaktadır. Fakat HADO oyuncuları sporu kendi yaşam tarzları haline getirmiş ve bunun sürekliliğini

sağlamışlardır. HADO'nun bağlı olduğu şirket içinde görevli olarak çalışsalar bile bu boş zaman aktivitesinin yakın zamanda bir meslek kolu olarak görülebilmesi için belli bir zaman zarfının geçmesi gerekmektedir.

3.6.8 E-sporcu ve Yayıncıların HADO Bilgisi

Çalışmanın beşinci bölümünde verilen, toplamda on dört e-sporcu ve/veya yayıncı olan katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde on katılımcıya HADO sporunu bilip bilmedikleri sorulmuştur. Yedi tanesi HADO'yu hiç duymadığını belirtirken, sadece üç tanesi bildiğini söylemiştir. Bildiğini söyleyen katılımcılardan biri TESFED'in sayfasında denk geldiğini ve oradan araştırdığını ifade etmiş, diğer bilen iki katılımcı gibi hiç HADO'yu deneyimlemediğini belirtmiştir. HADO'yu bilen katılımcılardan biri de HADO'nun üstünden olmasa bile AR teknolojilerini "*e-sporun geleceği*" olarak nitelendirmiştir.

HADO dijital oyunların sporla birleşiminde oluşsa bile yeterince dijital oyun severle buluşamamıştır. İnsanları hareket etmeye yönlendirecek, aynı zamanda sevdikleri dijital oyun oynama zamanlarından vazgeçirmeyecek bir etkinlik gibi gözükse de HADO'nun tanıtımı sadece sporculara yapılmaktadır. Bu konu hakkında Koray Erdemir yapılan görüşmede şu cümleleri paylaşmıştır:

"Şimdi bu bir spor. HADO bir oyun değil. Ben bir Twitch yayıncısına ya da işte sizin o fenomen dediğiniz… adamlara yüz bin lira vermek yerine ben o yüz bin lirayı kırk tane okula tek tek HADO seti götürüp kurup oradaki yüzlerce çocuğa tanıştırmayı birebir oynatmayı ve denetmeyi tercih ediyorum. Geçtiğimiz sene yaklaşık yirmi bin kilometrede yaklaşık otuz tane üniversitede, yaklaşık yirmi- yirmi beş tane de okula Türkiye genelinde gittik HADO setini kurduk; oynattık. Ve HADO'yu tüm Türkiye Üniversite Sporları Federasyonu takvimine aldırıp, Muğla'da Türkiye Şampiyonası'nı yaptık… Artık ünilig takviminde ve bakanlık himayesi altında bir spor branşı haline de geldi. Şimdi bu noktada benim hedef kitlem bilgisayar başından kalkmayıp kendine oyuncu deyip asosyal bir şekilde kimseyle iletişim kurmayıp saat dörtten gecenin üçüne kadar oyun oynayan tipler değil. Benim hedefim spor akademileri, spor akademilerindeki spor yapan insanlar, liselerdeki ortaokuldaki spor yapan çocuklar. Bunlar da benim oradaki Twitch'ten gelecek olan insanlarla marka bilinirliği açısından değil, sporun oyuncusunu yaygınlaştırmak açısından benim stratejim bu yönde gelişiyor."

Koray Erdemir'in yapmış olduğu açıklama kendi içinde tutarlı gözükse bile bazı pürüzleri barındırmaktadır. Dijital oyunların belli bir kitleye- *"bilgisayar başından kalkmayıp kendine oyuncu deyip asosyal bir şekilde kimseyle iletişim kurmayıp saat dörtten gecenin üçüne kadar oyun oynayan tipler"*- hitap ettiği doğru olsa bile bu kişilerin HADO'yu oynamak isteyip istemediği de önemli bir konu olarak karşımıza çıkmalıdır. Eğer asosyal, bilgisayar başından kalkmayan, sağlıksız insanların bir

şekilde “insan içine karışması” gerekiyor ise HADO bunun kapısını çok kolayca aralayabilecektir. Ki keza genel kanının aksine, Köln Spor Akademisi’nde *Profesör Froböse* tarafından yürütülen çalışmaya göre e-sporcuların motor becerilerinin ve stres hormonu olan kortizol seviyelerinin geleneksel sporcu olarak tanımlanan atletlerle benzer seviyelere sahip olduğu anlaşılmıştır (Schütz 2016). E-sporcuların da bir sporcu olduğu düşüncesiyle yaklaşmak gerekirse daha çok e-sporcunun ve dijital oyun severin HADO ile buluşması HADO’nun Türkiye’deki bilinirliğini daha çok artırabilecektir.

4 TÜRKİYE'DE DİJİTAL YAYINCILIK

4.1 Yayıncılık Nedir?

Yayıncılık, internet bağlantısı üzerinden belli yayın platformları yardımıyla, konuşarak, ürün tanıtımı yaparak, dijital oyun oynayarak, kişinin istediği gibi kurgulanan, kamera açık ya da kapalı fark etmeden yayınlanan canlı (naklen) anlık bir nevi mini gösterilerdir. Genellikle kamera önünde belli konular hakkında beyan bildirerek, konuşarak ve kendisini izleyen kişilere cevap vererek sürdürülen bir formattır.

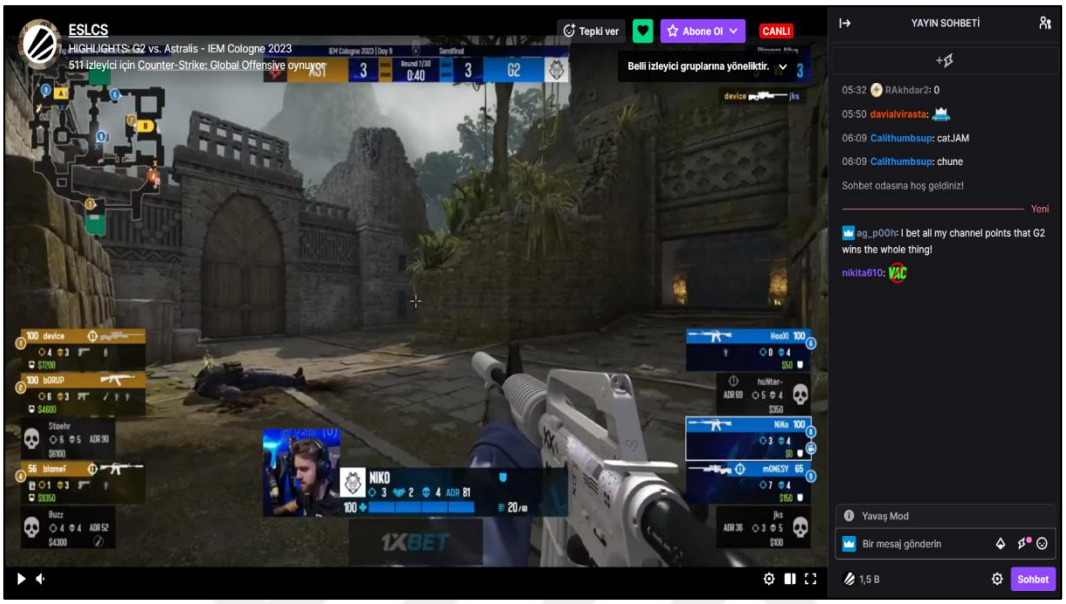
Canlı yayında kendine yer bulanlar sadece e-spor yayıncıları ya da dijital oyun yayıncıları değildir. Müzik yapanlar, sohbet edenler, resim çizenler, kumar oynayanlar, makyaj yapanlar, ders çalışanlar gibi farklı farklı türden canlı yayınlar bulmak mümkündür. *Adorno* (2020) Kültür Endüstrisini anlattığı bir anekdotunda, Berlin'de tiyatroya giden bir taşralının "insanlar para için neler yapıyor." cümlesine yer vermiş ve bunun kültür endüstrisinde üretimin içinde benimsendiğinden bahsetmiştir (Adorno 2020:94). Belki bu anekdotta *Adorno'nun* bahsettiği sanat ile ilgili olsa da bu durumun aynısı dijital kültürde yayıncılık yapan insanlar içinde fazlasıyla söylenmeye başlamıştır. Çünkü sohbet yapılan yayınlarda teşhircilik ve dilencilik ön plana çıkmaya başlamıştır. İzleyicilerinden sürekli para isteyen ve para kazanmak için farklı yollara başvuran yayıncılar mevcuttur. Özellikle genç kitlenin yoğun olarak vakit geçirdiği yayın sitelerindeki bu tarz içerikler iyi birer örnek olmamakla birlikte, düzgün bir şekilde yayıncılık mesleğini sürdürmek isteyen insanların da adının kirlenmesine neden olmaktadır.

4.2 E-spor Yayıncılığı

E-spor yayıncılığının iki kolu bulunmaktadır. İlki, e-spor turnuvalarının yayınının yapılması; ikincisi ise e-sporcuların sadece uzmanı oldukları dijital oyunu oynayarak yaptıkları yayınlardır. E-spor turnuvaları yaygın olarak dijital oyunun sahip olduğu kanalda ya da turnuvayı düzenleyen organizasyon şirketinin kanallarında yayınlamaktadır (Fotoğraf 5). Turnuvayı gidip yerinde izleyemeyenler için geleneksel sporlarda olduğu gibi müsabaka canlı yayınlanmaktadır. Ek olarak her e-spor turnuvası izleyiciye açık bir ortamda yapılmamaktadır. Şampiyonalardan önceki eleme turları genellikle takımları bir araya toplamadan, kendi evlerinden ya da kulüplerin *gaming house'larından* (*gaming house*, bu çalışmanın 6.7.1. bölümünde detaylıca anlatılmıştır: 63-64) katılınarak gerçekleştirilmektedir.

E-sporcuların yayın açmalarıysa, yeteneklerini sergilemeleri, yetenek avcılarının dikkatini çekmek anlamında yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda kendi hayran kitlelerini oluşturmalarını sağlamakta ve kişisel markalarını ortaya koymalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca meslekleri gereği yaptıkları günlük

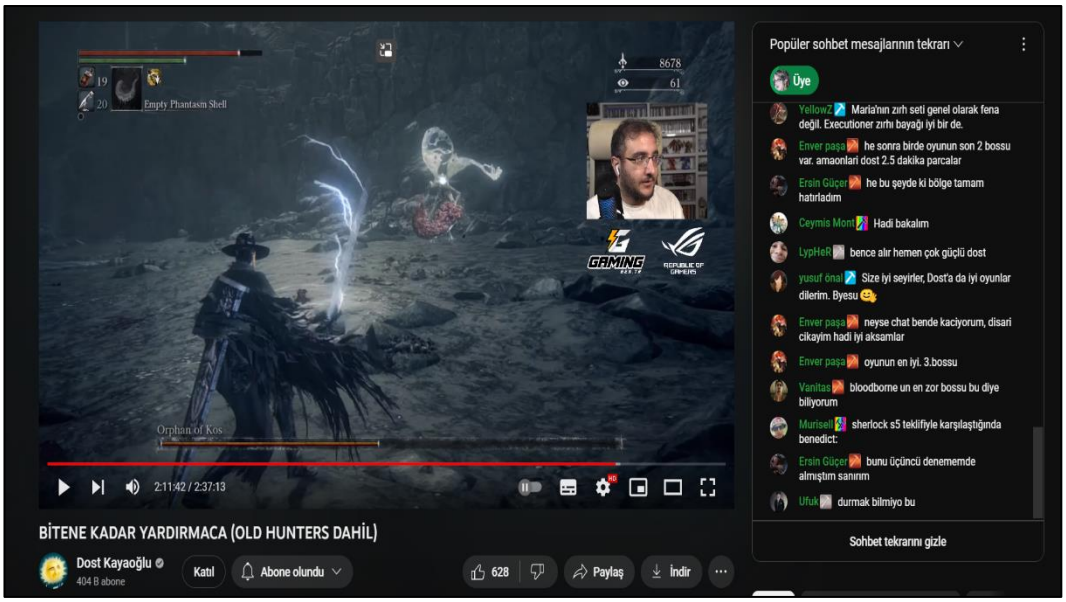
antrenmanları izleyiciyle buluşturup, e-sporcu olmak isteyenlere ya da e-sporu öğrenmeye çalışan kişiler için bir nevi eğitim alanı oluşturmaktadırlar. Türkiye bazında baktığımızda ise yeteri kadar para kazanamayan e-sporcular yayın açarak kendilerine ek gelir kapısı oluşturmaya çalışmaktadır.



Fotoğraf 5. ESLCS Twitch Kanalında Yayınlanan Counter Strike Turnuvası

4.3 Dijital Oyun Yayıncılığı

Dijital oyun yayıncılığı ortaya çıkmadan önce aslında böyle bir olgunun hayatımıza girebileceğini kestirmemiz mümkündü. Küçükken misafir evlerinde, varsa kendi evinizde birilerinin oynadığı dijital oyunları izleyerek büyümek hali hazırda bir talebin varlığının en büyük kanıtıdır. Şu an, adına dijital oyun yayıncılığı dediğimiz meslek biçimi zamanla oluşmuş ve birikmiş talebi karşılamaktadır. İşin esprisi bir yana dijital oyun yayıncılığı, canlı yayın esnasında dijital oyun oynanan yayın formatıdır. Yayıncının istediği, izleyicinin seçtiği veya o dönemde popüler olan oyunlar yayın boyunca yayıncı tarafından oynanır. E-spor yayıncılığından farklı olan yanı da sadece bir dijital oyuna odaklı değil istenilen oyunların oynanabilmesidir (Fotoğraf 6). Aslında e-spor yayıncılığı, dijital oyun yayıncılığının bir alt kademesi olarak görülebilir. İki yayıncılık türünde de ana vurgu dijital oyunlar üzerinden yapılmaktadır. Pandemi döneminde dijital oyun yayıncısı olmayan yayıncılar bile arkadaşlarıyla oynayabildikleri dijital oyunları canlı yayınlarında arkadaşlarıyla oynamış ve izleyicileriyle sohbet etmişlerdir. Bu yüzden dijital oyun yayıncılığı, yayıncılık sektörü içinde en geniş yere sahip olan yayıncılık türü olarak sayılabilmektedir.



Fotoğraf 6. Dost Kayaoğlu Youtube Kanalından Bir Dijital Oyun Canlı Yayın Kesiti

4.4 Yayıncılar

Taylor (2018) canlı yayınlara "tek kişilik şov" adını vermiştir. Tek kişilik şovun, şovmenleri olan yayıncılar ise yayıncılık mesleği ile uğraşan kişiler olarak birer içerik üreticisiyken, izlenme oranlarının artması ve marka anlaşmalarıyla birlikte marka ve topluluk yöneticisi konumuna gelmektedirler. (Taylor 2018: 20). Ancak yayıncılık sıfırdan başlanılan bir meslek olduğu için önce yayıncıların kendi izleyici portföyünü oturtması gerekmektedir. Yeterli izlenme oranlarına ulaştıktan sonra ilgili firmalardan sponsorluk teklifleri almaya başlamaktadırlar. İlk başlarda yayıncılığa başlamak için profesyonel donanımlar gerekmediği için canlı yayınlardan gelir elde edemeyen yayıncıların çok kolay bir şekilde yayıncılığı bıraktıkları görülmektedir. Güzel tarafından bakacak olursak yayıncılar, kendi mesleklerinin yanında boş zamanlarında yayın açmaya başlamaktadırlar. Tabii ki de aile desteğiyle ya da farklı bir mesleğe sahip olmadan yayıncı olmaya çalışan kişiler de mevcuttur.

Yayıncılar, yayından kazandıkları gelir, hayatlarını idame edebilecekleri bir noktaya gelince, asıl mesleklerini yayıncılık olarak değiştirmektedirler. Yayıncılar gerekli teçhizatları olduğu takdirde istedikleri yerde ve zamanda yapmaya başlayabilirler. Bu yüzden kendi işlerinin patronu olmaları, isteklerine göre hareket edebiliyor olmaları, onları bu mesleğe daha da çeken bir etkendir.

Yayıncıların genel kazançları firmalardan aldıkları reklam, sponsorluklar yanında, izleyicilerinden aldıkları bağışlarla ve kullandıkları platformların abonelik ücretlendirmelerinden gelmektedir. Yayıncılık, ne kadar tatmin edici bir iş olarak gözükse de ekonomik açıdan bakıldığında da bir o kadar istikrarsız ve zorlu bir yoldur (Taylor 2018: 68-69).

4.5 İzleyiciler

Canlı yayınların olmazsa olmazı izleyicilerdir. Yayıncının başarılı olup olmadığını gösteren en önemli gösterge izleyicilerin takibi ve izlenme oranlarıdır. İzleyicilerin, canlı yayın izleme nedenleri eğlenme, boş zaman geçirme, diğer izleyicilerle sohbet etme, birlikte deneyim yaşama-bir topluluğun parçası olma, arkadaş edinme, kendini geliştirme, yayına ve yayıncıya karşı merak giderme gibi birçok maddeyle açıklanabilir (Yıldızgörür 2019: 203). Özellikle izleyicilerin izlemek istediği içerik ne olursa olsun; ilk olarak etkileşimi yayıncıdan almaktadırlar. Yayıncıların hal ve hareketleri, kişiliği, eğer dijital oyun yayını yapıyorsa nasıl oynadığı, izleyicinin ilk tükettiği şey olmaktadır (Taylor 2018: 81). Bu nedenle izleyiciler, izledikleri yayıncıyla etkileşim sağlayabilmek için canlı sohbeti kullanmaktadırlar.

İzleyiciler de kendi içlerinden farklı türlere ayrılmaktadırlar. Sadece izleyenlerin yanında, yayını takip etmeyip canlı sohbette takılanlar, yayıncıya kendini göstermeye çalışanlar, hem izleyip hem de sohbeti takip etmeyenlere çalışanlar olarak izleyicileri sınıflandırabiliriz.

İzleyicilerden kaynaklanan *trolleme*, nefret söylemleri gibi zararlı davranışlar yayın akışlarına zarar verebilmektedir. İstediği ilgiyi yayıncıdan göremeyince bu tarz davranışları gösteren izleyiciler olduğu gibi bir sebep olmaksızın da kötücül sözleri sohbette sarf eden izleyiciler de bulunmaktadır.

4.6 Twitch ve Diğer Yayın Platformları

Dijital oyun ve e-spor yayıncılığı deyince ilk akla gelen *Twitch* ve *YouTube* plaformları olmaktadır. Bu çalışmanın anket kısmında ortaya çıkan sonuçlarda Türkiye'de kullanılan diğer yayın platformları ise *Facebook*, *Dlive*, *Nonolive*, *Nimo TV*, *İnstagram* olarak belirlenmiştir.

Twitch'ten kısaca bahsetmek gerekirse, zamanında *Justin.tv* olarak bilinen sitenin dijital oyun kolu, 2011'de *Twitch.tv* adıyla ayrılmıştır (Taylor 2018: 3). 2023 Haziran ayındaki verilere göre toplamda yedi milyon beş yüz binden fazla yayıncı *Twitch'te* yer almaktadır. Dünya geneli günlük aktif olan yayıncı sayısı ise bir milyondan fazladır. Günlük ortalama iki milyon izleyicinin, günlük elli altı milyon saatten fazla yayın izlediği görülmektedir.[20]

Canlı yayın yapan platformların kazançları ise reklam ücretlerinden, yayıncılarından yaptıkları yüzdelik kesintilerden gelmektedir. Bu nedenle yayıncıların yaptıkları yayınların belli bir getirisi olabilmesi adına sürekli ve izleyicilerin dikkatini çeken yayınlar yapmak zorundadırlar. Böylece daha fazla takipçi/abone kazanacak ve canlı yayın yaptıkları platforma daha çok izleyici çekeceklerdir.

[20] Twitch verileri https://twitchtracker.com/statistics/active-streamers adresinden alınmıştır. Son Erişim 23.08.2023

5 E-SPOR VE YAYINCI GÖRÜŞMELERİNE İLİŞKİN YORUMLAR

Zamanın değiştirilemez olması, biz insanları onu daha iyi kullanmamız konusunda bir isteğe itmektedir. İnsanlar sürekli çalışmak yerine günün belli sürelerini kendilerini mutlu etmek ya da eğlendirmek gibi durumlara harcarlar. Bu, bir kişi için kendine bakım yapmak olabilirken, diğer bir kişi için hobileriyle uğraşmak ya da dijital oyun oynamak olabilir. Sevilerek yapılan bir boş zaman aktivitesinin git gide kişisel çaba, azim ve kendi cebinden harcamalar yaparak ciddi bir boş zaman aktivitesine dönüştürmek şu an yaşadığımız dönemde sıklıkla önümüze çıkan bir olgudur. *Stebbins'in* (2007) ciddi boş zaman olarak tanımladığı hobi işleri, amatörce ilgilenilen alanlar; yayıncılık ve e-spor ikilisinde ciddi boş zamandan da çıkıp kendine bir iş kolu olarak yer bulmuştur. Tezin ana odağı olan e-sporcu ve yayıncılarla bu konuda görüşmeler sağlanmıştır.

5.1 Görüşmelerin Yapılma Amacı

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde bu kişilerin işe nasıl başladıkları, ne gibi zorluklarla karşılaştıkları, geldikleri noktalarda işlerine nasıl baktıklarına yönelik sorular sorulmuştur. Çalışmanın problem cümlesine binaen günlük hayatlarında eğlenmek, rahatlamak ya da farklı amaçlarla yaptıkları oyun oynama faaliyetine, meslek olarak baktıklarında değişim olup olmadığını anlamak bu görüşmelerin esas amacı olarak ortaya konulmuştur.

5.2 Görüşmeler Hakkında Bilgilendirme

Toplam on dört katılımcı ile görüşülmüştür ve yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Görüşmeler genelde yarım saat ila bir saat arası sürmüştür. Discord (özellikle oyuncuların kullandığı sohbet uygulaması) üzerinden sesli bir şekilde katılım sağlanılmıştır. Görüşmeler boyunca görüşmeciden izin alınarak ses kaydı alınmış ve söyleyip çalışmada yer almasını istemediği cümleler görüşme kayıtlarından çıkarılmıştır. Cevap vermek istemedikleri sorular ise geçilmiştir. Görüşmecilerin hepsi anonim olarak düşüncelerini beyan etmiştir. Bu yüzden kişilerin görüşme boyunca verdikleri e-spor kulübü, kişi adları ve kişileri belli edebilecek spesifik olaylar çalışmada yer almamaktadır. Katılımcıların söylemlerinde geçen çalıştıkları dijital oyun adları ise "**dijital oyun**" kelimeleri ile değiştirilmiştir. Sadece üç katılımcının anlattığı üç spesifik olay, onların izinleri doğrultusunda çalışmada yer almıştır.

Görüşmecilerin üçü kadın, on bir tanesi erkektir. Görüşülen yayıncıların tamamı aynı zamanda e-spor sektörü içinde farklı alanlarda çalışmış ve e-spor sektörü alanında da bilgi sahibi kişilerdir. E-sporcuların sadece dördü yayın açmadığını ifade etmiştir. Geri kalan e-sporcular düzensiz de olsa yayın

açtıklarını beyan etmiştir. Fakat görüşülen dört yayıncı gibi buradan bir gelir etmek yerine, canları istediğinde bu eylemi gerçekleştirdiklerini söylemişlerdir.

5.3 Görüşme Sınırlılıkları

Görüşmelerin yapılabilmesi adına kişilere *Discord* ve e-posta yoluyla ulaşılmaya çalışılmıştır. Yayıncılık ve e-spor sektörü *Discord* iletişimini çok kullansa bile iki yoldan da iletişime geçilen elliden fazla e-sporcu ve yayıncı geri dönüş yapmamıştır. E-sporcu görüşmelerinin yapılması için aynı takımda bulunmayan e-sporcular tercih edilmiştir. Her takımdan bir kişi seçilip tarafına görüşme isteği bildirilmiştir. Bu da ulaşılabilecek e-sporcu görüşmeci sayısını azaltmıştır. Özellikle e-sporcularda belli bir çalışmışlık seviyesi ve turnuvalarda yer alma gibi koşullar sağlanmaya çalışılmıştır. Bu nedenle deneyimli, profesyonel e-sporculara görüşme isteği gönderilmiştir. Yayıncılarla görüşmelerde ise genelde kişisel asistanlar tarafından beklemeye alınıp bir daha tarafıma geri dönüş sağlanmamıştır.

İlk başta beş kişi, görüşme isteğine olumlu yanıt verip sonradan görüşme için zaman alınmaya çalışıldığında bir daha geri dönüş yapmamıştır. Bir e-sporcu, görüşmelerin süresini öğrendiğinde sürenin çok uzun olduğunu söyleyip görüşmeyi reddetmiştir. Bir başka e-sporcu ise üç farklı kez görüşme zamanı verip hiçbir görüşme zamanında cevap vermemiş sonrasında farklı bir zamana yeni görüşme oluşturtmuştur. Üçüncü görüşme için zamanında da cevap vermeyince bir daha tarafına geri dönüş sağlanmamıştır. Son olarak görüşmecilerden yeterli bilgi edinilemediği için ailelerinin toplumsal ve sosyal yapılarına göre bir çıkarım yapılamamıştır. Bu sayılanlar dışında görüşmeler boyunca bir sorun yaşanmamıştır. Görüşmecilerin birkaç tanesi görüşme dışında da bildiklerini paylaşmayı teklif edip, yardımcı olmuşlardır.

5.4 Katılımcılar Hakkında Bilgilendirme

1. Katılımcı: Erkek, 22 yaşında, e-sporcu olarak çalışmakta ve aktif olarak bir e-spor kulübünde yer almaktadır. Aynı zamanda yayın açtığını da belirtmiştir. Üniversite mezunu ve farklı bir lisans bölümünde öğrenciliğini sürdürmektedir.

2. Katılımcı: Kadın, 26 yaşında, yayıncılık yapmakta ve onunla birlikte bir e-spor sektöründe çalışmaktadır. E-spor sektörüne profesyonel e-sporcu olabilmek için atılmış fakat e-sporcu olmamış, sektör içinde farklı bir rolde kendine yer bulmuştur. Üniversite mezunu, yayıncı olmadan ve e-spor sektörüne yönelmeden önce farklı kurumsal firmalarda çalıştığını beyan etmiştir.

3. Katılımcı: Erkek, 26 yaşında, yayıncılık yapmakta ve e-spor sektöründe çalışmaya devam etmektedir. Üniversite mezunu, iki alandan da (e-spor ve yayın) istediği kadar gelir elde edemezse okuduğu bölümle alakalı bir işe devam etmeyi düşünmektedir.

4. Katılımcı: Erkek, 26 yaşında, eski e-sporcu, şu an e-spor sektöründe gönüllü olarak çalışmaktadır. Tamamen yayın ve e-spor sektörüne yönelmek istediğini belirtse de kendi lisans bölümüyle alakalı bir özel bir firmada da çalıştığını bildirmiştir. Üniversite mezunu ve yükseköğretimine devam ediyor.

5. Katılımcı: Erkek, 26 yaşında, asıl mesleği e-sporculuk, görüşmeyi yaptıktan kısa bir süre sonra bir e-spor kulübüyle çalışmaya başlamıştır. Aktif olarak e-sporcu olarak meslek hayatına devam etmektedir. Arada sırada yayın açtığını belirtmiştir. Üniversitede öğrenciliğine devam etmektedir ve mezun olmak istediğini belirtmiştir.

6. Katılımcı: Erkek, 24 yaşında, bir e-spor kulübüne bağlı e-sporcu olarak çalışmaktadır. Arada yayın da açmaktadır. Lise mezunudur.

7. Katılımcı: Erkek, 30 yaşında, eskiden e-sporcu olarak çalışmış, sektörde hala devam etmektedir fakat asıl geçim kaynağı yayıncılıktır. Lise mezunudur.

8. Katılımcı: Erkek, 25 yaşında, asıl mesleğinin ve geçim kaynağının e-sporculuk olduğunu söylemekle birlikte, kendisine ait bir dükkânı bulunduğunu belirtmiştir. Bir e-spor kulübüne bağlı olarak mesleğini sürdürmektedir. Üniversite mezunudur.

9. Katılımcı: Kadın, 21 yaşında, asıl geçimini bir e-spor kulübünde e-sporcu olarak çalışarak sağlamaktadır. Düzenli bir şekilde yayın açmaya çalıştığını da söylemiştir. Üniversite öğrencisi ve mezun olmak istediğini belirtmiştir.

10. Katılımcı: Erkek, 26 yaşında, eski e-sporcu, bir süre e-spor sektörüne ara verdikten sonra yeniden e-spor sektöründe çalışmaya başlamıştır. E-sporculuk yıllarında Türkiye dışında ülkelerde de e-sporcu olarak çalışmıştır. Lise yıllarında çalışmaya başladığı için liseyi bırakma kararı almış, sonra eğitim hayatına kaldığı yerden devam edip üniversite mezunu olmuştur. İstediği geliri sağlayamazsa lisansıyla alakalı bir işte çalışmak istediğini belirtmiştir.

11. Katılımcı: Erkek, 24 yaşında, bir e-spor kulübünde e-sporcu olarak çalışmakta, düzensiz bir şekilde yayın da açmaktadır. E-sporculuk kariyeri için üniversite okumamış, e-sporcu olmak dışında da bir meslekle uğraşmadığını söylemiştir.

12. Katılımcı: Kadın, 22 yaşında, bir süre yayıncılık hayatına devam etmiş, e-sporcu olmak istemiş fakat ailesinde bir e-sporcu olduğu ve öğrencilik hayatında başarılı olduğu için ailesi desteklememiştir. E-spor sektöründe gönüllü olarak çalışmalarda bulunmuştur ve üniversite mezunudur. Kendi lisans alanında devam edeceğini belirtirken bunun dijital oyun kodlamasıyla alakalı olduğunu da söylemiştir.

13. Katılımcı: Erkek, 25 yaşında, meslek hayatını e-sporcu olarak tanımlamaktadır ve aktif olarak bir e-spor kulübüne bağlı olarak çalışmaktadır. Bir üniversite lisans programında öğrenci olduğunu fakat hiç gitmediğini ve bölümü bitirmeyi düşünmediğini belirtmiştir.

14. Katılımcı: Erkek, 26 yaşında, e-sporcu ama şu an bir e-spor kulübüne bağlı olarak çalışmamaktadır. Yakın bir zamanda kendi e-spor kulübünü kuracağını belirtmiştir. Kendisi üniversite mezunudur ve e-spor kariyeri için uzun zamandır kendi lisansıyla alakalı iş yapmadığını söylemiştir.

5.5 Katılımcı Cevapları

5.5.1 Düşledikleri İş

E-sporcu ve yayıncılık kariyerleri bildiğimiz geleneksel meslek kollarına göre daha yeni sayılmaktadır. Bu yüzden katılımcılara, düşledikleri işin ne olduğu sorulmuştur. Soruyla anlamlandırılmaya çalışılan ise dijital oyun dünyasına katılma istekliliğinin e-sporcu ve yayıncı mesleklerinin oluşumuna katkı sağlayıp sağlamadığıdır. Dijital oyun dünyasında meslek edinmeden önce böyle iş kollarının varlığından haberdar olup olmadıkları da anlaşılmaya çalışılmıştır. Ayrıca düşledikleri iş ile çalıştıkları alanın farklı olması durumunda işi yine de severek yapıp yapmadıkları öğrenilmiştir. Katılımcılara yaptıkları iş ile düşledikleri işin aynı olup olmadığı hakkında soru sorulduğunda hepsinin düşlediği iş ile şu an yaptığı iş farklı çıkmış olsa da işi severek yaptıklarını beyan etmişlerdir. Düşlediği işin farklı olması hakkında *13. Katılımcı (Erkek, 25)* şunları söylemiştir:

"Elektronik sporculuktan önce düşlediğim meslek öğretmenlikti. İnsanlara bir şeyler öğretmekten çok keyif alırım. Çocukları çok severim. İleride bir gün ben bu işte yani aktif olarak oyunculuğu bıraktığım zaman illaki koçluk yapabileceğim. Koçluk yapabildiğim zaman da bir noktada insanlara öğretmenlik yapıyor olacağım. Yine o içimdeki öğretmenlik mesleğini icra edebileceğimi düşünüyorum. Ama tabii ki hayalimde kalan bir sınıf öğretmenliği olmayacak."

13. Katılımcının verdiği cevaba bakıldığında, düşlenilen işin şu an yapılan işten farklı olmasının aslında en başta neden onu düşlediği hakkında ortaya konan nedenin tamamlanmaması yönünde bir gereklilik getirmediğini anlamaktayız. Yani aslında insanın bir işi ilk başta neden istediği daha önemli bir konudur. *13. Katılımcı* üzerinden yorum yapıldığında öğretmenlik mesleğini düşlemesinin nedeni olarak çocuk sevgisi ve öğretme isteği göze çarpmaktadır. Sektör içinde öğretmen olamasa bile yine kendisinden daha küçük yaştaki çocuklara e-spor koçluğu yapıp, kendi alanındaki dijital oyunun taktiklerini öğretebileceğini fark etmiştir. Bir farklı cevap ise *8. Katılımcıdan (Erkek, 25)* gelmiştir:

"... Tabii ki de çocukluk hayalim değildi. Hani ben oyun oynamayı sadece hobi olarak seviyordum. İşte boş zamanımda oyun oynayayım, arkadaşlarımı çağırayım falan. Sonra arkadaşlarımla oynadıkça daha da iyi oyuncularla oynamaya başladım. Daha iyi oyuncularla oynadım. Ve bu şekilde ilerledi. Adım adım aslında... Hani ben tamamen bir şeylerin farkına vardıktan sonra neden olmasın dedim. Yaklaşık 2018'den beridir bu işin içerisindeyim. Aslında hobi olarak başladım.

Daha sonra para kazanmaya başladıkça biraz daha buraya doğru ilgim ve odağım daha fazla burada olduğu için buraya yönlendim yani."

8. Katılımcı sorunun sorulduğu niyet dışında çalışmanın da anlamaya çalıştığı dönüşüm süreci hakkında bilgi vermiştir. Esasen dijital oyun oynamayı bir boş zaman olarak tanımlarken, git gide gelişen yeteneklerini fark etmiş ve dijital oyun oynamayı bir boş zamandan, hobi zamanına dönüştürmüştür. Kazancından memnun olduğu için ve e-spor konusunda yetenekli olduğunu fark ettikten sonra hobisini işe döndürme kararı aldığından bahsetmiştir. *8. Katılımcının* da teyit ettiği gibi dijital oyun oynama ilk önce bir boş zaman aktivitesi olarak başlayıp kendini kariyere doğru dönüştürmektedir. Fakat arada bahsedilen boş zamandan hobi zamanına geçiş herkes için aynı olmamaktadır. Yeni gelen küçük yaştaki çocuklar özellikle e-sporun para kazandırabilen bir iş olduğunun farkında olduğu için boş zamanını sadece antrenmanlarla doldurup amatör e-sporcu olmaya çalışmaktadır. Hobi zamanı dediğimiz alan ile boş zaman arasındaki ayrım şudur: Hobi zamanında yapılan dijital oyun oynama işleminde, kişiler kendilerinin alanda iyi olduklarını fark edip, küçük ölçekli turnuvalardan para kazanmaya başlamışlardır. Türkiye'de ilk e-sporcu kariyerine başlayan kişilerde aslında hobi zamanının oluşmasının sebebi böyle bir mesleğinin en başta farkında olunamamasıdır. Ama artık e-spor konusunda yeni yetişen bilinçli nesil hobi zamanına gerek kalmadan ne istediğini bilerek boş zamanında yapmayı sevdiği alanı kendi kariyeri olarak pekiştirmek istemektedir.

Ne kadar dijital oyun oynamanın boş zamandan iş zamanına dönüşümü hakkındaki ilk bilgiler edinilmiş olsa da hala insanların neden düşledikleri işi değil de şu an içinde oldukları işi yaptıklarına dair bir cevap alınması gerekmektedir. *6. Katılımcı (Erkek, 24)* aranılan cevaba karşılık şunları söylemiştir:

"Her zaman bilgisayar oyunlarını çok seven birisi olmuşumdur, lise ikiye kadar basketbol oynadım, içerisinde bulunmak istediğim dünya aslında basketbol dünyasıydı. Bırakmak zorunda kaldıktan sonra kendimi daha çok bilgisayar oyunları oynarken buldum ve zamanla özel bir çabam olmamasına rağmen kendimi turnuvalara katılırken buldum ve her şey bu şekilde devam etti."

6. Katılımcı da diğer katılımcılar da aslında dijital oyun yayıncılığı ve e-spora yönelmelerinin asıl sebebinin dijital oyunlara karşı olan sevgileri olduklarından bahsetmişlerdir. Katılımcıların genel olarak verdiği bilgiye ek olarak *6. Katılımcı* ilerlediği asıl sektörün bu olmadığını fakat dijital oyun sevgisinden dolayı e-spor sektörüne kaymaktan sorun duymadığını söylemiştir. *6. Katılımcının* vermiş olduğu yanıt aslında bizi bu çalışmadaki HADO bölümünde söylenenlere götürmektedir (3.6.8 E-sporcu ve Yayıncıların HADO Bilgisi: 22-23). Kendisi söylemek istemediği belli nedenler yüzünden sevdiği geleneksel spor dünyasını bırakıp e-spor dünyasına adım atmıştır. Belki de *6. Katılımcı,* içinde bulunduğu dijital oyun sektörü içerisinde aktif olarak bütün vücudunu çalıştırabileceği ve aynı zamanda

sevdiği dijital oyun dünyasından geri kalmadan da devam edebileceğini bilseydi, HADO alanında da devam edebilirdi. Fakat HADO Türkiye'nin genel pazarlama anlayışı nedeniyle -yapmış olduğu reklamların sadece geleneksel sporculara ulaştırılması- dijital oyundan uzaklaşmadan kendine spor kariyeri çizmek isteyen kişilere ulaştırılmamaktadır.

Fark edileceği üzere burada konuşmalarından kesitler verilen katılımcıların düşledikleri iş, tam olarak yayıncı ve e-sporcu olmak yönünde şekillenmemiştir. Hiçbir katılımcı aslında düşledikleri işin bu olacağını en başta tahmin etmemiştir. Fakat aile, okul, çevre yönlendirmesi olarak da bahsedebileceğimiz ilk başta düşledikleri iş, hayat yolunda ilerlerken karşılarına çıkan dijital oyunlarla değişmiş ve onlara yeni bir kariyer imkanı sunmuştur. Direkt olarak katılımcıların cevaplarından e-sporcu ve yayıncılık mesleğinin oluşması için dijital oyunla alakalı bir iş yapma istekliliği konusunda bir veri elde edilmese de arada gerçekleşen dönüşüm hakkında fikir sahibi olunmuştur. Yapılan kariyer tercihlerinin bahsi geçen iki mesleğe katkı sağladığı göz ardı edilemez. Ek parantez olarak katılımcılar e-sporu yapılan dijital oyunlarla tanıştıktan sonra bu dijital oyunlar sayesinde turnuvalara katılmış ve e-sporcu olabileceklerini anlamışlardır. Yani düşledikleri iş sorusu bize, ne kadar fazla kişi bu alanlarda çalışmaya başlarsa o kadar çabuk sektörün gelişeceğini ve yeni gelen neslin düşledikleri işler arasında e-sporcu/yayıncı kelimelerini duyabileceğimizi göstermiştir.

5.5.2 Mesleğe Başlangıç ve Meslek Tanımlaması

Ne kadar katılımcılar yaptıkları işi sevdiklerini belirtseler de ilk başta yaşadıkları zorluklar olduğunun altını çizmişlerdir. Özellikle hem yayıncı hem de e-sporcu olmadan önce para kazanabilecek bir seviyeye gelene kadar kişilerin harcamalarını kendi cebinden yapmaları gerekmektedir. Bu tarz sorunların daha iyi anlaşılabilmesi ve mesleğe başlangıçta karşılaşılabilecek sorunların sıralanabilmesi adına katılımcılara mesleğe nasıl başladıkları sorulmuştur. Bu soru sayesinde, bir diğer sorun olan mesleğin çevre ve aile tarafından meslek olarak görülüp görülmemesi konusuna açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Bu yüzden katılımcılara yakınlarındaki insanların yaptıkları mesleklerini, meslek olarak tanımlayıp tanımlamadıkları sorulmuştur. Böylece e-spor ve yayıncılığa adım atmak isteyen kişilerin asıl problemleri ortaya çıkmıştır. Aşağıda verilen örneklerin sonunda katılımcılardan öğrenilen problemler sıralanacaktır.

1. Katılımcı (Erkek, 22):

"…Tabii başlangıçta sıkıntılar çektim maddi konularda. Ama daha sonrasında kendime inandım ve başarı elde edebileceğimi düşündüğüm için buraya devam ettim… Orada maddi bir duruma gelmeden hiçbir şey kazanamıyorsunuz. Belli bir seviyeye gelmeden ücret ya da bir şey kazanamıyorsunuz. Onun için de belirli ekipmanlara ihtiyacınız var. Karşı rakiplerinizle aynı seviyeye

gelebilmeniz için aynı ekipmanları ya da aynı seviyede, aynı güçte ekipmanları kullanarak ya da donanıma sahip olarak onlarla karşılıklı olarak çatışabilirsiniz. Bu sayede zaten bir şeyler kazanmaya başladım. Ailem de bunu gördü. Ben bir şeyler kazanıyorum; kendi ekipmanlarımı geliştiriyorum, donanımlarımı geliştiriyorum. Ayrıyeten kendimi geçindirebildiğimi gördükleri zamandan itibaren artık dediler "Bu çocuk burada bir iş yapıyor.". Ona göre onlar da artık rahat bırakmaya başladı bir süreden sonra."

Genelde e-spor sektörüne girebilmek için lise çağlarında başlamak gerektiğinden maddi desteğin ilk geleceği yer aile olmaktadır. Mesleğe devam edebilmek için aile desteğinin hem maddi hem de manevi düzeyde önemli olduğu aşikardır. İstedikleri işi yapma yolunda ilk zorluk maddi yetersizlikten, ikinci zorluk ise aileden kaynaklanmaktadır. Ailesi tarafından desteklenenlerin sayısı genele vurulduğunda azınlıkta kalmaktadır. Aşağıda verilen örneklerde ilk göze çarpan unsur ise mesleklerini icra eden katılımcıların para kazanması ile birlikte ailelerinin bu durumu kabul etmesidir. Bütün katılımcılar ilk kez para kazanmaya başladıktan sonra ailelerinin, yaptıkları mesleğe bakış açılarının rahatladığını ifade etmişlerdir. E-spor ve yayın kariyerlerine başlangıçta *7 ve 8. Katılımcıların* bu konu hakkında söyledikleri yukarıda sunulan savı doğrulaması için aşağıda verilmiştir.

7. Katılımcı (Erkek, 30):

"İlk başlarda çıkıyordu sorun… O dönem para da kazanılmadığı için hayali bir işmiş gibi geliyor ve o ilk başta ailemi rahatsız etmişti. "Ne yapıyorsunuz bunun önünde halen daha?" vs. diye. Ama para gelmeye başladıkça hiç kimse için bir problem olmadı."

8. Katılımcı (Erkek, 25):

"Evet, (ailem) tanımlıyor ama bundan bir sene evvel tanımlamıyordu. Biraz kabul ettirmek zor oldu yani. Para kazanınca direkt değişti. Direkt para, tamamen para. Ben ne zaman ki kazandığım parayı geldim masanın üstüne koydum, o zaman dediler ki "A, evet. Burada bir şey varmış." algısı oldu… Yani benim ailemin tepkisi biraz zor koşullardan geçti. Evet, üniversite okudum ama "Neden üniversite okuyup aynı zamanda çalışmıyorsun?" soruları soruldu. Veyahut da işte "Hani bilgisayarda geçirdiğin vakti farklı şeylerde geçir. Ne bileyim bir yerde çalışabilirsin. Başka bir şey yapabilirsin." gibisinden."

Katılımcıların verdikleri bilgi doğrultusunda aslında temel problem, aile desteği olarak karşımıza çıkmaktadır. İkinci problem ise ilk başta da söylenildiği gibi kariyerde belli bir noktaya gelene kadar bu meslekleri icra eden kişiler ellerinde olan paradan harcamasından dolayı oluşmaktadır. Başarıya ulaşmak konusunda da emin olunmadığı ve daha yeni öğrenilen iki kavram oldukları için aileler, e-spor ve yayın meslek gruplarına mesafeli durmaktadır. Her ebeveyn, evladı için en iyisini isteyeceği için daha çok kazandıracak ve kesin bir getirisi olacak meslek gruplarına çocuklarını

yönlendirmek istemektedirler. E-spor ve yayın sektörüne adım atan kişilerin boş bir heves uğruna eğitimlerini ve gençlik yıllarını heba etmesini istemeyen aileleri, sabit kararlarından döndüren en büyük güç ise paradır. Para kazanmaya başlayan ve belli bir istikrarda işini yürütebilen katılımcıların aileleri konuya artık sıcak bakmakta, durumu kabul etmektedir. Üstte verilen görüşme kesitleri de bunları doğrulamaktadır. Tabii ki de görüşülen katılımcıların arasında ailesi tarafından desteklenen ve yaptıkları işleri "meslek" olarak tanımlayan ailelerde yetişmiş katılımcılar da bulunmaktadır. Görüşme yapılan katılımcıların verdikleri ifade doğrultusunda da anlaşılacağı üzere her aile – ne kadar az da olsa- çocuklarının dijital oyun sektörüne girmesine karşı çıkmamıştır. Aşağıda söylemleri verilen *11 ve 13. Katılımcıların* aileleri kariyer için girdikleri sektöre karşı çıkmamıştır.

11. Katılımcı (Erkek, 24):

"...Benim ailem bana karşı saygılı ve beni bir birey olarak görüyorlar. Ben on dokuz yaşımdan yirmi dört yaşıma kadar, şu an yirmi dört yaşındayım, bu işi yaptım. Bu işi yapmaya çalıştım ve beni o zamanda bir insan, bir yetişkin gibi gördüler ve "Sen neyi kovalamak istiyorsan onun peşinden git çünkü bu senin hayatın." dediler ve bana destek oldular. O zamanda ben maaş almazken, bana izin veriyorlardı. Bana olanak tanıyorlardı ve öyle olmasaydı zaten buralara gelmem belki de bu kadar kolay olmayacaktı. Ve bu konuda açıkçası sıkıntım olmadı ama biliyorum ki herkes benim kadar şanslı değil."

13. Katılımcı (Erkek, 25):

"Tabii ki tanımlıyor. Benim ailem on üç- on dört yaşımdan beri bana destek çıkıyorlar. Ailemin desteği olmasa kesinlikle zaten yapamazdım. On üç-on dört yaşındayken ben şehir dışına -o zaman başka oyun vardı- onun için turnuvalara gidebiliyordum. Ve beni hiç garipsemiyorlardı. Her zaman oynadığım turnuvaları izlediler. Her zaman destek çıktılar. Hala öyleler. Çok benim babam fanatik Fenerbahçe taraftarıdır. Artık fanatik bir şekilde benim maçlarımı izliyor. Baya maç izler gibi izliyor. Hatta annem bana şey der: "Artık ben babanla izlemiyorum. Çok bağırıyor; çağırıyor.""

13. Katılımcı kendi ailesine ek olarak akrabalarına da e-sporcu olduğunu açıkladığından bahsetmiştir. Mesleğini anlattığı kişilerin sadece, e-sporcu olarak adlandırılan mesleği bilmediğini fakat kendisi anlattıktan sonra herkesin kabullendiğini söylemiştir. Ama yine öncü faktörün sektörden kazandığı paraların olduğunu belirtmiştir. Özellikle iyi bir konumda olan e-sporcuların turnuvalardan kazandıkları meblağlar bazı internet sitelerinde[21] bulunabilmektedir. Turnuva parası yanında e-sporcu olarak aldıkları maaş da düşünülünce hakkı sayılır bir miktarda para getirisi olan e-sporculuğun bir meslek olarak görülmesi kolaylaşmaktadır. Kazanılan meblağların bu iki meslek için bir öncü olduğu anlaşıldığına göre asıl soru ortaya çıkmaktadır. *11 ve 13. Katılımcıların* ailelerinde farklı olan özellik

[21]Örnek olarak bkz. https://www.esportsearnings.com/, https://escharts.com/players Son Erişim 09.09.2023

nedir ki, çocuklarının bu meslek kollarına yönelmeleri konusunda arkalarında durmuşlardır? Burada akla ilk gelen soru ise aslında çok basittir. Bir kişiyi düşlediği işten e-sporculuğa ya da yayıncılığa iten şeyin o alana girip, konu hakkında bilgi sahibi olması ile başladığını bir önceki bölümde anlamıştık. O zaman aileler de eğer dijital oyun sektörü hakkında bilgi sahibi ya da hayatlarında dijital oyun oynayan kişilerse, çocuklarının bu meslek koluna yönelmelerine karışmayacak ya da bu iki meslek grubunu iş olarak tanımlayacaklardır. Bu konuyu anlayabilmek adına *11 ve 13. Katılımcılara* ailelerinin dijital oyun hakkında bilgilerinin olup olmadığı ve dijital oyun oynayıp oynamadıkları sorulmuştur. Katılımcıların ikisi de ailelerinin dijital oyunlarla içli dışlı olduğunu ve dijital oyun oynadıklarını belirtmişlerdir. Ailelerin dijital oyunun ne olduğunu biliyor olması ve hayatlarında bu oyunların yer alması, çocuklarının çalıştıkları alanların kabulünü kolaylaştırıcı bir etki yarattığı böylece desteklenmiştir. Keza diğer katılımcılar ise ailelerinin dijital oyunla alakaları olmadığını, olsa bile mobil oyunlardan öteye geçmediğini ve ailelerinin gözünde dijital oyun oynamanın boş iş olarak değerlendirildiğini belirtmişlerdir. Ne kadar mesleğe başlangıçta zorluk çıkartan ebeveynler olsa da maddi bir getiri onları rahatlatmıştır. Burada savı güçlendirmek adına *2. Katılımcının (Kadın, 26)* söyledikleri aşağıda verilmiştir:

"Bizim yaşımızdakiler yani en azından bizim kuşağımızdakiler evet biliyorlar. Çünkü bilgisayarla büyüdüler, oyunlarla büyüdüler. Sektörü biliyorlar. Twitch'in ne olduğunu biliyorlar. Aileye anlatmak kısmında ilk başta zordu. Yani yıllardır benim oyun oynadığımı yayın açtığımı zaten annem biliyordu ama bunun bir paraya dönüşme durumu ve bunun bir gerçek sigortalı normal bir iş olduğunu anlatma süreci biraz uzun sürdü… Benim annem değil ama en azından annemin bir kesim akrabaları diyeyim mesela. Anlatamıyorum çok fazla izahı yok çünkü onların sosyal medya kulvarları bizimle aynı değil. Yani onlar bizim gibi Tiktok izlemiyorlar ya da bizim gibi Twitch izlemiyorlar. Televizyon izliyorlar ya da işte Facebook'ta geziyorlar. Ve zaten televizyonda böyle şeyler verilmiyor. Bu tarafın farkında değil belli bir kesim."

2. Katılımcı ise ailelerin, çevrenin e-sporculuk ve yayıncılık kariyerlerini meslek olarak görmemesinin sebebini farklı bir şekilde yorumlamıştır. *2. Katılımcının* da bahsettiği üzere X kuşağı ve daha yaşlı kesim dijital oyunlara Z kuşağı kadar hakim gözükmemektedir. Özellikle sosyal medya ve dünyamızın git gide dijitalleşmesi Y, Z ve Alfa kuşağı için dijital oyunu hayatlarında bulunan bir olgu haline getirmiştir. Esasen kuşak da fark etmeksizin aslında dijital oyunla iç içe olabilen kişiler çocuklarına bu konuda daha ılımlı yaklaşabilmektedir.

Her şey yerine oturmuş olarak gözükse de *12. Katılımcı (Kadın, 22)* ve *4. Katılımcı (Erkek, 26)* bu tabloda bir aykırılık yaratmaktadır. Çünkü *12. Katılımcı*, e-sporcu olması konusunda ailesinin, abisinin arkasında durduğunu fakat kendisi de e-sporcu olmak istediğinde, ailesinin, ona destek çıkmadığını belirtmiştir. *4. Katılımcı* ise e-sporculuk yaptığı dönemleri ailesinden sakladığını ifade

etmiştir. Şu an sektör dışında farklı meslek kolunda para kazanıyor olsa da e-spor sektörü içinde gönüllü olarak işler yapmakta ve zaman buldukça yayın açtığını belirtmiştir. Şu an çalıştığı mesleği bırakıp e-spor sektöründe çalışmak istemesi durumda ailesiyle alakalı şunları paylaşmıştır:

"Benim ailem yani anlamazlar muhtemelen. Şöyle bir noktaya gelirsek karşı çıkarlar diye düşünüyorum. Bunun güvenilir bir sektör olduğuna inanmaları zor olacak. Çünkü sektörün varlığından bile haberleri yok. Ya da her şeyi bırakacağım buraya gireceğim dediğimde muhtemelen anlamayacaklardır ama şu anlık daha böyle bir tartışmaya girmedim… Şöyle ilk parayı, ilk büyük parayı getirdikten sonra çözülür yani tahminimce. Ben ilk zamanlar saklamıştım ***dijital oyun****da profesyonel oynadığım zamanlar. Mesela günde on saatlik antrenmanım oluyordu. Ben hani normal oyun oynuyormuşum gibi davranıyordum. O konu hakkında bilgi vermemiştim birazcık kabul edilmeyeceği korkusundan dolayı."*

Aslında *4. Katılımcı* tarafından belirtilen problem yine ana problemimiz olan aileye bağlanmaktadır. İlk zamanlarında düşlediği iş, *4. Katılımcının* da diğer katılımcılar gibi dijital oyun sektörü ile alakalı olmasa da şu an içinde bulunduğu hayat koşullarında geçmek istediği meslek, e-sporcu olarak anlaşılmaktadır. Ailesine durumu açıklayamıyor oluşu ise diğer ailelere göre kendi ailesinin baskıcı olmasıyla alakalı değildir. Burada *4. Katılımcı* durumu ailesine açıklayamıyor; *12. Katılımcı* ise abisi gibi ailesinden yeterince destek alamadığı söyleyip iki ayrı düzlem oluşturuyor gibi gözükse bile arkada yatan ana sebep eğitim durumu olarak karşımıza çıkmaktadır. İki katılımcı da hayatlarında iyi birer üniversite kazanmış ve başarılı bir eğitim hayatına sahip olmuşlardır. Anonim bir çalışma olduğu için katılımcıların üniversite eğitimlerini aldıkları yerler açıklayamadığımız bir durum olsa da *4 ve 12. Katılımcılar* kadar üniversite sıralamasında başarılı yerlere girebilen başka katılımcı yoktur. Burada denilmeye çalışılan diğer katılımcıların başarısız, tembel olduğu sonucu değildir. Tam tersine *4 ve 12. Katılımcılar* dışındaki katılımcılar kesin olarak lise hayatlarında e-spor ve yayın kariyerlerine başlamak konusunda emin adımlarla ilerlemiş ve aile desteklerini bir şekilde arkalarında hissetmişlerdir. Bu yüzden görüşülen katılımcılar arasında üniversite okuyanlar bunu ailelerini memnun edebilmek için ya da "Üniversite de okudum." diyebilmek için yapmışlardır. Bir kısmı ise kariyere adım attığı için liseyi bile bir dönem bırakmış kendi imkanlarıyla sonradan bitirmişlerdir. Buradan çıkarılacak sonuç ise ailesinden destek göremeyen *12. Katılımcı* ve ailesinden destek göremeyeceğini düşünen *4. Katılımcı* sektöre değil, eğitim hayatına yönelmiştir. Şu an istedikleri mesleklerin onlara bir getiri sağlayamayacak olma korkusu da sektöre girişin önünde bir engel yaratmaktadır ve üniversite eğitimi sonunda kesin aylık bir getirisi olacak işe girmenin ferahlığını yaşamak istemektedirler.

Hem e-sporculuk hem de dijital oyun yayıncılığı mesleklerine başlangıcın ana problemi aile desteği gibi görünmektedir. Fakat bu demek değil ki sektöre girmiş ve sektörde devam eden kişiler

ailelerine karşı gelmektedirler. Tam tersine katılımcılar ailelerin endişe ve söyledikleri mazeretlere hak vermektedirler. *6. Katılımcı (Erkek, 24)* kuşak farkına hak vererek şöyle söylemiştir:

"Yaptığımız işi meslek olarak tanımlamayanların oranının tanımlayanlara göre çok yüksek olduğu kesin. Özellikle Türkiye'de insanların yeni ve farklı dünyalara çok kapalı olduğunu düşünüyorum. Yaptığımız işin yaş ortalaması da diğer birçok mesleğe göre düşük, daha genç yaşlarda başlıyoruz. Doğal olarak ebeveynlerin bu kadar erken atılabildiğimiz ve gerçekten bu kadar büyük bir dünya mı var diyebilecekleri bir mesleği ilk etapta kabul etmiyor olmaları bana normal geliyor."

Doğal olarak aradaki yaş ve düşünce farkı, dünyayı algılamadaki değişkenler değiştikçe kişilerin verdikleri kararlar da değişmektedir. 1950'lerde dijital oyun duyulmaya başladığında kimse bu kadar gelişeceğini ve insanların hayatına etki edebileceğini bilemezdi. Şu an bulunduğumuz konumdaki teknolojiye alışkın kişilerin değişime ayak uydurabilmesi fakat teknolojiye çok da yakın olmayan kişilerin durumu takip edememesi kaçınılmazdır. Bu bölümü sonlandırmadan önce içtenlikle her şeyi açık açık söyleyen *14. Katılımcıya (Erkek, 26)* da değinmem gerekmektedir. *14. Katılımcı* ne kadar ailesine hak verse de ailesinin kuşağının düşünce yapısına ve gelenek motifine uymak istememektedir. Geleceğini e-spor ile kurmak isterken ailesinden destek alamamasının psikolojik olarak onu zorladığını dile getirmiştir:

"Kesinlikle yani çevremde benim yaptığım işi görebilenler, neye ulaşmışım görebilenler var ama ailem hiçbir şekilde bunu şey yapmıyor. Düşün en sevdiğin insanlar ne bileyim sana güvenmiyor. Şimdi yayın açıyorum diyelim örnek veriyorum. Mesela diyelim bilgisayar ayarlarım falan var, şu an açsam direkt iki yüz kişi izler. Orada bana insanlar diyor ki işte "Yapabilirsin, inanıyoruz sana.". Düşün oradaki insanlar bana bunu söylüyor, hani aynı evde yaşadığın insanlar ne bileyim "Bunu yapma artık. Şunu yapma.". Aslında çok zor bir mental süreç yani bu en azından benim açımdan… Yani kaç yaşındasın? İşte senin yaşındakilerin ne bileyim evlenip, çocuğu oldu. Sen burada gelmişsin hala bilgisayarda şeylerle uğraşıyorsun falan filan. Yani onlar büyük resmi göremiyor. Küçük resimden bakıyorlar ama yani onların geldiği kültür ve çağdan da haklılar yani bir nevi. Aslında onlara hak veriyorum yani de bana şey yapmıyor, bana hitap etmiyor. Ben öyle düşünce yapısında olan insanları da izlemek istemiyorum."

14. Katılımcı söyledikleri içinde aynı zamanda ailesinin yapmış olduğu baskının sadece yaptığı işle değil genel hayat düzeniyle alakalı da olduğunu belirtmiştir. Burada *4 ve 12. Katılımcılar* gibi bir aykırılık göze çarpmasa bile insanların seçmek istedikleri meslek bağlamında özgür oldukları ne kadar genel geçer düzlemde kabul edilse de yine de aileden destek görmenin mental açıdan kolaylık sağladığı kanısına rahatlıkla varılabilmektedir.

5.5.3 Yayıncılık ve E-spor Sektöründe Farkındalık

Mesleğe başlarken yaşanılan sıkıntılar, atlatılan süreçler ortaya çıktığına göre katılımcılar yaşadıkları sıkıntıların başkaları tarafından yaşanmaması adına bir farkındalık oluşturmaktalar mıdır? Katılımcılara, görüşmelerde yaptıkları iş sayesinde, insanlara farkındalık oluşturduklarını düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Buradaki amaç kişilerin mesleğe başlamalarının, sektöre yeni girecek kişiler için bir yol gösterici kılavuz şeklinde sirayet edip edemediğini anlamaktır. Sektöre ne kadar genç dimağ katılırsa, sektörde çalışan havuzu ne kadar çok genişlerse, e-sporcu ve yayıncılığın tanınırlığı o ölçüde artacaktır. Aynı zamanda sektöre giren kişiler domino etkisi yaratıp çevrelerini yavaş yavaş konu hakkında bilgilendirecek ve daha çok kişinin yayıncı ve e-sporcu meslek gruplarını tanımasını sağlayacaktır. Bu savı güçlendirmek adına aşağıda *1 ve 10. Katılımcıların* konuşmalarından belli kesitler paylaşılmıştır.

1. Katılımcı (Erkek, 22):

"... Her gün farklı farklı insanlar bana, ben turnuvaya giderken bile destek çıkıyor. Mesaj atıyorlar, destek çıkıyorlar. Chatime gelip bana soruyorlar, "Nasıl böyle olabiliriz? Nasıl daha gelişebiliriz? Nasıl senin gibi olabiliriz?" tarzı sorular yöneltiyorlar. Onlara yardımcı olmak, onlara bu şekilde bir şeyler öğretebilmek... Bence farkındalık yarattığımı düşünüyorum bu konuda. Ki bazı insanların, bazı kişilerin gelip bana bu soruları sormasının amacı da bu olsa gerek. Farkındalık yaratabiliyorum ki gelip bana bu soruları soruyorlar..."

10. Katılımcı (Erkek, 26):

"Anneler babalar şey olarak görüyor: Benim çocuğum okumaz, etmez. Her şey okumak değil ki. Yani tabii ki okumak gerekiyor. Ben de okumalarını istiyorum. Buraya gelenler aileleriyle konuşturuyor beni ve hani kesinlikle okumaya yönlendireceğimi söylüyorum onları. İnsanın içinde yoksa maalesef zorla okutsanız da yapacak hiçbir şey yok. Türkiye'de o yüzden e-spor sektörüne dışarıdan bakıldığında aslında şey diyor insanlar "serseri". Sonuçta insanlar şey olarak düşünüyor "Bu nereden çıktı? İnternetten kafeden. İnternet kafede kim takılır? Serseriler.". İnsanlar bu şekilde düşünüyorlar. Bu algı bilmiyorum ne zaman kırılır. Umarım kırılır."

1. Katılımcı, yaptığı iş sayesinde farkındalık oluşturduğunu düşünmektedir. *10. Katılımcı* ise konuya çok farklı bir yerden daha kapı aralayıp ailelerin endişelerinin kaynağı olabilecek durumlardan bahsederken aynı zamanda eski profesyonel e-sporcu, şu an ise aktif olarak yerine getirdiği koçluk görevi ile aileleri bilgilendirmeye çalıştığından bahsetmiştir. Genel olarak katılımcılar kendi mesleklerini seçmek isteyen insanlara yardımcı olduklarını anlatırken, aynı zamanda akrabalarında ya da çevrelerindeki insanlara sektörlerini açıklamaya çalıştıklarından bahsetmiştir. Bu da demek oluyor ki

cidden sektörde çalışan insan sayısının artması bir o kadar kişinin bu meslek gruplarını tanımasını sağlamaktadır. Aksine e-sporcu ya da yayıncı olarak çalışmanın aslında farkındalık oluşturmada bir katkısı olmadığını düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. "Neden farkındalık oluşturmadığınızı düşünüyorsunuz?" sorusu bu katılımcılara sorulduğunda yine aynı konu sürekli önümüze gelmektedir: aile desteği. Ne kadar insana anlatılsa da mesleği icra eden bir kişi anlatmaya çalışsa da, aile kabul etmediği sürece bu mesleklere yönelmek isteyen erken yaştaki çocukların hevesleri kırılmaktadır. Buradaki en önemli örnek bir önceki bölümde de bahsi geçen *12. Katılımcı'dır (Kadın, 22).* Çünkü farkındalık oluşturmak için bir kişinin o mesleğe adım atmış olması aileler için yeterli bir etken olarak görülmemektedir. *12. Katılımcı,* abisinin iyi bir konumda bulunan bir e-sporcu olduğunu ve ailesinin, abisinin turnuvalarını izleyip, takip ettiğini belirtmiştir. Ama ailede abisinin oluşturduğu farkındalık kız kardeşi için etkili olamamıştır. Artık sadece eğitimine odaklanmasını isteyen annesinin dileğine hak veren *12. Katılımcı* yine üniversite hayatı boyunca e-spor sektörüne destek olmak amacıyla gönüllü bütün işlere atıldığını anlatmıştır. Hobi olarak sürdürdüğünü söylerken aynı zamanda e-spor sektörüne girebileceği bütün işlere atladığını ve lisansı gereği dijital oyun yazılımı alanından devam edeceğini belirtmiştir. Ailesinden, kardeşinin aldığı desteği alamasa bile yine de dijital oyun sektörü içinde kalabilmek için kendine bir yol bulmuştur.

Aslında mesleğe başlamış olmanın sektör dışı dünyaya bir farkındalık oluşturup oluşturmadığı muallakta kalmaktadır. Mesleğe atılanların çoğalması farkındalık olarak okunabilse de aynı zamanda kariyere başlamanın en önemli basamağı olarak fark edilen aile, her zaman ikna edilememektedir. Fakat burada anlatılmaya çalışılan farkındalık seviyesi sadece ailelerden ibaret değildir. Aynı zamanda sektöre yönelmek isteyen kişilerin aklında bir yol oluşturmasıyla da alakalıdır. *9. Katılımcı (Kadın, 21)* zamanında e-sporcu olmasının yolunun yayınlardan geçtiğinden bahsetmiştir. Açtığı dijital oyun yayınları sonrasında e-sporcu olması için kendisine bir kulüpten teklif geldiği bilinmektedir. Dijital oyun yayıncılığının, sektörde yetenekli e-sporcu bulmaya çalışan kişiler için çok önemli bir kaynak olduğu görülmektedir ve *9. Katılımcı* aslında kendisi için bir farkındalık oluşturmuştur. Yayınların ikinci katkısı ise aşağıda *13. Katılımcı (Erkek, 25)* tarafından ifade edilmiştir:

"Tabii ki e-spor tarafından izleyen insanlar beni izleyip: "A ben de orada olabilirim." diyebilir. Zaten benim e-sporculuk kariyerim de böyle başladı. İzlediğim ***dijital oyun*** *turnuvasında neden ben bilgisayar başında bunları izliyorum da orada ben oynamıyorum diyerekten başladı. Bir farkındalık oluşturup bir oyun oynayan kişi için orada hani o turnuvada neden ben oynamıyorum hissiyatı oluşturabilir."*

13. Katılımcı e-spor turnuvalarını izleyip bu şekilde kendisine sektör içinde yer bulmaya çalıştığını anlatmıştır. Fakat kendi gözlemlerini aktaran *13. Katılımcı,* sürekli aile desteğinin gerekliliğini görüşme boyunca vurgulamıştır. Farkındalık konusu ne kadar yayıncı ve e-sporcu olmak

isteyen kişiler için belli bir öneme sahip olsa bile katılımcıların ortak noktası aileye bir farkındalık kazandırmaktır. *11. Katılımcı (Erkek, 24)* sektörün cazibesine, göz önünde bulunmasına kapılmadan insanların bilinçli bir şekilde karar vermesi için onlarla konuştuğunu söylemiştir ve gerektiğinde ailelerle de iletişime geçebileceğini vurgulamıştır. Buradaki ana sorun, küçük yaşlarda sektöre atılması gereken çocukların ebeveyn iznine ihtiyacı olmasından kaynaklanmaktadır. Yani durum ailede bitmektedir. En önemli farkındalık kazanması gereken kişiler sektöre atılmak isteyen çocuklarla birlikte ebeveynlerdir.

5.5.4 E-spor Kulüpleri ve Yaş

Ailenin ana problem olmasının asıl sebebi, sektöre atılımdaki yaşın küçüklüğü olarak okunmaktadır. Çocuklarına bağlı bir gelenek içinden gelmiş olsak bile on sekiz yaşından küçük girilen bir meslek kolu aileleri haliyle korkutmakta ve ayrıca endişelendirmektedir. Burada iki meslek grubu için yaş aynı şekilde işlemeyecektir. Yayıncılık, istenilen yaşta girebilecek bir meslek olduğu için kişinin belli bir yaşa gelmeden bu mesleğe bürünmesi belli başlı sorunları, tabii ki de beraberinde getirecektir. İlaveten yayıncılığın ek bir iş olarak da kolay bir şekilde ikinci planda yürütülebilmesi yaşça büyük bireyler tarafından çok sorun oluşturmayacaktır. Ama yayıncılık kendi işine sahip olmakla eş değer statüdedir. İstenilen zamanda yayın açılıp istenmediği anda bırakılması çok sorun arz etmeyecektir ya da bir sözleşmeye bağlı olunmadığı için sektör içinden çıkmak kolaylaşacaktır. E-spor kısmında ise belli bir yaşın üstünde olmak çok talep edilen bir şey değildir. E-sporcular, geleneksel sporlardan farklı olmaksızın çok uzun süreli çalışma yaşlarına sahip değildir. Bu yüzden mensubu oldukları işe erken yaşlarda başlayıp ona bağlı şekilde yine genç sayılabilecek yaşlarda bırakmaktadırlar. Erken yaşta e-sporculuğu bırakma sebepleri arasında yaş ilerledikçe el-göz koordinasyonunda zayıflama, el reaksiyonlarında düşme sayılmaktadır. On dokuz, yirmi, yirmi bir yaşındaki e-sporcuların üst ekstremite el becerisi, el reaksiyon zamanı ve el kavrama kuvveti üzerine yapılan bir çalışmada on dokuz yaş grubundaki e-sporcuların yirmi ve yirmi bir yaşındakilere göre daha iyi sonuçlar elde ettiği ortaya çıkmıştır. Yaş ilerledikçe el becerileri eskisi kadar iyi olamamaktadır (Çalışkan, 2020:72, 73). İşe ne kadar erken başlanırsa o kadar avantajlı durumunda olmak mantığıyla yetenekli, yaşı küçük oyuncular kulüplere seçilmektedir. Yaşın küçüklüğü aynı zamanda meslek içi sömürülmeye, yanlış sözleşmelere vb. birçok konuya zemin hazırlamaktadır. E-spor kulüpleri konusunda bu düşünceleri destekleyen *3. Katılımcının (Erkek,26)* söyledikleri aşağıda yer almaktadır:

"…Takımlar neden genç çocuk istiyor biliyor musun? İmza attırması daha kolay. Kontratlarını okumuyorlar. Çok heyecanlılar. Koçlarına, analizcilerine abi, abi diyorlar. Bey yerine veya şöyle ismi yerine. ... (Kulüpler) sokuyorlar akademiye genç oyuncuları. Akademi takımımız var diyorlar. Oynatıyorlar, sekiz yüz dokuz yüz liraya. Gaming house açarlarsa şanslılar. Açmıyorlar genelde. Ondan

sonra çocuk zaten pro (profesyonel) ise alıyorlar ana takıma koyuyorlar. Yani yetiştirme bu. O adamlar o takıma almasaydı da e-sporcu olabilecekti o çocuk. Bir şey katmıyor. Sadece beş kişilik oynadığı beş yüz, altı yüz, sekiz yüz lira aldığı bir yer yani. He ben bir takım biliyorum sadece oyuncularına yüz lira veriyor."

E-spor kulüpleri Türkiye'de yeni sayılabilecek bir yapılanmaya sahip olmakla birlikte, e-sporcu kadroları genellikle on sekiz yaş altı kişilerden oluşmaktadır. Görüşme yapılan katılımcılar da e-spor sektörüne hayatlarının erken yaşlarında atılmışlardır. Birkaç katılımcı ise e-sporcu kariyerinin üstüne, e-spor sektöründe koç ya da yönetim pozisyonları gibi farklı alanlarda meslek yaşamlarını sürdürmektedir. Katılımcıların hepsinin e-spor kulüpleri hakkında bilgisi mevcuttur. *3. Katılımcı* görüşme sırasında e-spor kulüpleri ve sözleşmeli çalışanları olan e-sporcular ile yaştan kaynaklı mesleki bir dil kullanamadıklarını belirtmiştir. Böyle bir durumda yaşça küçük olan e-sporcuların yaptıkları işin ciddiyetini anlamaları gecikmektedir. Bu söylenenlere arka çıkacak bir diğer görüşmeci ise *7. Katılımcıdır (Erkek, 30)*:

"...Şimdi öncelikle Türkiye'deki maalesef, neredeyse her kulüp ticari olarak bakıyor, e-spor kulübü kurmaya ve oyuncuları sömürmeye çalışıyor. İnanılmaz sert kontratlarla oyuncuların önleri kapatılıyor. Tek dertleri ya büyük ödül kazanırlarsa oyuncular üzerinden kulübe para girsin veyahut da iyi oynuyorlarsa yabancı bir kulübe satarken elli bin dolara, yüz bin dolara ben bu oyuncuyu satayım. Ve bu şekilde olduğu için haliyle çok fazla engel oluyor Türkiye'de e-sporun gelişmesi için... E-spor kulüpleri daha yeni yeni olduğu için birazcık hal hatır, abi kardeş ilişkisi devam ediyor. İnsan olarak kendini sevdirebilmişsen, kimse "Kardeşim, hadi bizim senle oyuncu olarak işimiz bitti. Yoluna bak." demiyor eğer ki sen gelip işin bir tarafından tutmak istiyorsan ilişkin iyiyse o güne kadar."

E-sporcuların yaşının küçük olması yüzünden sömürüye açık olmaları dışında *7. Katılımcı*, e-spor kulüplerin farklı bir kötü yönünü vurgulamıştır. Kontratlar yoluyla e-sporcuların önünün kapatıldığından bahsetmiştir. Söylediği kötü duruma ek olarak ilk başta kötü sayılamayacak olan, e-sporcu ve çalıştığı kulüp arasındaki hal hatır ilişkisi yüzünden, e-sporcu kariyerini bitirmek istediğinde bile kulübün hemen bağları koparmadığını ifade etmiştir. Buna binaen e-sporcular, çalıştıkları kulüpler içerisinde koç veyahut kulübün yönetim kısmında kendilerine yer bulabilmektedirler. Bu durum dışarıdan hoş olarak karşılanabilecek olsa bile profesyonel olarak bakıldığında hatır gönül ilişkisi ile kariyer hayatında ilerlemeye başlayan erken yaştaki bir e-sporcu için ileride yaşayabileceği zorluklara kendini hazırlayamaması durumu ortaya çıkmaktadır. Yaşı ilerledikçe sektör içinde abi/abla-kardeş ilişkisinin aslında doğru bir durum olmadığını fark etmesi, e-sporcuyu kendi meslektaşlarından geri bir duruma itecektir.

Kulüpler sadece maddi olarak çalışanlarını sömürmekle kalmayıp hem de manevi düzeyde de sıkıntılı şekilde davranmaktadırlar. Genel anlamda kulüplerden yanlış davranış biçimleri hakkında bilgiler edinsek de *8. Katılımcı (Erkek, 25),* Türkiye e-spor sektörü içinde bulunan *Digital Athletics* adlı bir e-spor kulübünden bahsetmiştir. Hem kendi gözlemlerimle hem de katılımcılarla teyit ettiğim kadarıyla *Digital Athletics* e-spor kulübü uzun süredir sektörde adını olumlu bir şekilde duyurmaya devam etmektedir. Sektörde belli bir noktaya gelmiş olmaları neticesiyle sergiledikleri gayret ve çalışanlarına "olması gerektiği" gibi davranmaları, bu kulübün diğer kulüplerden ayrı anılmasına yol açmıştır. Temel problem yine *Digital Athletics'in* doğru yapıp diğer kulüplerin yapamadığı şeyi anlayabilmektir. Bu temel probleme kısaca değinmek gerekirse, her e-spor kulübü aynı istikrarı sağlayamamaktadır. Sektörün büyüyüp geliştiğini gören yeni yatırımcılar, yeni kulüpler direkt sistemin içine atlamaktadır ama nitekim finansal zorluklar yüzünden çekilmek zorunda kalmaktadır. E-spor kulüplerinin en başta ayakta kalmaları için gerekli olan yatırım ise e-sporcularının turnuvalardan kazandıkları ödül parası ile sponsorluklardan gelen gelirlerden oluşmaktadır. Elde edilen gelirin doğru bölünmesi ise katılımcıların da bahsettiği üzere bazı e-spor kulüpleri tarafından sağlanamamaktadır. İstikrar gösteremeyen başarısız kulüplerin ilk hedefi çalışanları olan e-sporculardır. Bahsedilen istikrarsız kulüpler e-sporcular üzerinden toplu bir turnuva parası kazanıp sektörden çekilmektedirler. Kulüplerle alakalı diğer hususlar çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yavaş yavaş ortaya çıkacaktır. O yüzden bu bölümünde yaş mevzusu konusunda daha fazla detay alabilmek adına katılımcılara "İdeal yayıncı, e-sporcu yaşı nedir?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların da doğruladığı şekilde aktarmak gerekirse iki meslek kolu adına da erken yaşların önemli olduğu vurgulanmıştır.

Yayıncılık nezdinde bakıldığında yaş önemli bir faktör olarak gözükmese de katılımcılar aslında erken yaşta başlamanın kendi markalarını oluşturmak ve yeterli izleyiciyi toplamak için ideal olduğunu savunmuşlardır. Yayıncılığı meslek olarak edinmek için bir yaş koşulu olmamakla birlikte erken tanınmaya başlamak, bir o kadar kişiyle erken tanışmak ve hayran kitlesi oluşturmak anlamına geldiği görüşülen katılımcılar tarafından onaylanmıştır. E-spor tarafında ise e-sporcu olmak isteyen kişilerin on dört yaşına kadar çoktan kendini geliştirmiş olmaları ve en geç on beş yaş itibariyle turnuvalarda rekabet etmeleri gerektiği katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Katılımcılar tarafından elde edilen e-sporcu olma yaşı genel anlamda bakıldığında lise çağına ulaşmış gençleri işaret etmektedir. Bu sefer de yaşın küçük olmasıyla alakalı bir diğer problem karşımıza çıkmaktadır. Lise çağındaki kişiler eğitimleri konusunda ne yapmaktadırlar? Bu sorunun yöneltildiği katılımcıların bir kısmı "akıllarında kalmaması" adına üniversite okuduklarını beyan etmişlerdir. Ama genelde bütün katılımcılar lise hayatını bir şekilde e-spor ve yayıncılık kariyeri ile zor da olsa sürdürebildiğini söylemişlerdir. Bir tarafa daha fazla ağırlık vermek durumda kalan katılımcıların çoğunluğu kariyer hayatlarını tercih etmişlerdir. Önceden de bahsi

geçen iki katılımcı ise oyunu eğitim tarafına kullanmıştır. Kariyerini seçmeyi tercih eden *13. Katılımcı (Erkek, 25)* bu durum hakkında pişmanlık duymadığını belirtmiştir:

"Ben üç yıl önce ilk e-spor kulübüne transfer olduğumda kazandığım meblağı gördüğüm zaman, tamam dedim hani bu bana okulu bıraktırabilecek bir miktar dedim kendi kendime. Ve sonra zaten piyasada, sektörde dönen paraları da gördüğüm zaman, okey hani benim okula devam etmeme gerek yok gibisinden bir düşünceye girdim. O düşüncemin de yanlış olmadığını hala düşünüyorum. Okuluma devam etseydim nasıl bir hayatım olurdu; şimdi nasıl bir hayatım var. İkisini teraziye koyduğum zaman, üç- dört sene önce aldığım kararın ne kadar doğru olduğunu görüyorum."

Eğitimi seçmiş ve hayatının ön planına eğitimi koymuş olan *12. Katılımcı (Kadın, 22)* ise eğitimin önemini ve kişilik gelişimi için gerekli olduğunu vurgulamıştır. Eğitimle beraber kariyerin de aynı anda sürdürülebileceğini savunan katılımcıların aksine meslek hayatına atılmış kişiler için eğitimin gereksiz olduğunu da vurgulayan katılımcılar da mevcuttur. Şu an e-sporculara veya yayıncılara yönelik özel bir eğitim alanı olmadığı için kendi kariyerlerine yardımcı olmayacak bir üniversite bölümünü okumanın gereksiz olduğunu düşünmeleri bir ölçüde haklı sayılabilmektedir. Temel eğitim kapsamında lise eğitiminin zorunlu olması nedeniyle günümüzde e-sporcu olmak isteyen adaylar lise eğitimi ile kariyerlerini aynı anda idame ettirmektedir. *10. Katılımcı (Erkek, 26)* ise e-sporculuk kariyeri için liseyi bıraktığını ve Rusya'ya e-sporcu olarak gittiğinden söz etmiştir. Bunun sebebinin parayla alakalı olmadığının, sadece oyun hırsı ve daha büyük yerlere gelebilmek için olduğundan bahsetmiştir. Türkiye'ye geri döndüğünde liseye kaldığı yerden başlayıp, bitirdikten sonra da üniversiteden mezun olmuştur ve eğitim hayatını devam ettirerek kariyer yolunu çizdiğinden bahsetmiştir.

Yaş konusuyla alakalı ilk olarak ebeveynlerin endişeleri, ikinci olarak kulüplerin gerçekleştirdiği sömürü, üçüncü olarak da eğitim ve kariyer arasında kalma detaylıca incelenmiştir. Dördüncü husus ise katılımcılar ile görüşülürken ortaya çıkan yaş ve toyluk ile doğru orantılı olarak verilen çalışma ücretleridir. Aslında bu konu kulüp sömürüleri altında incelenebilecek olsa da çalışma için görüşme yapılan katılımcıların hiçbiri on sekiz yaş altında değildir ve sektörde belli konuma ulaşmış kişilerden oluşmaktadır. Üç katılımcı dışında hiçbir katılımcı kulüplerin çalışanları sömürmesi hakkında açık açık konuşmamıştır. Katılımcıların sömürüldüğünü ya da sömürülmüş olduklarını fark edip etmedikleri anlayabilmek adına sayısal karşılığı söylenmeden kazandıkları meblağların hayatlarını idame etmelerine yetip yetmediği sorulmuştur. *9 ve 14. Katılımcılar* dışındaki bütün katılımcılar sektörlerinden kazandıkları meblağların kendilerine yeterli olduğunu vurgulamışlardır. *9. Katılımcı (Kadın, 21)* ekonomik olarak e-sporcu gelirinin yeterli olmadığını söylemiştir. Kazancın yeterli gelmemesi durumu direkt olarak e-spor kulübünün yetersiz verdiği ücretlerle ne yazık ki açıklanamamaktadır. Asıl mevzu e-spor sektörü içinde yer alan kadın takımlarının azlığı ve katıldıkları turnuvaların getirisine istinaden bu doğrultuda para kazanmaları olarak yorumlanmaktadır ve diğer

katılımcılar da kadın e-sporcuların sektörde zor tutunduğunu belirtmişlerdir. *14. Katılımcı (Erkek, 26)* ise turnuvadan kazandığı gelirin bir kısmını kulüplere vermek istemediği için kulüpsüz olarak kariyerine devam ettiğini bu yüzden sadece turnuvadan turnuvaya eğer kazanırsa belli bir kazanç elde ettiğini belirtmiştir.

Yaş ve verilen ücretler konusunda kesin bir yargıya varmak gerekirse katılımcıların da onayladığı ilk olay kulüplerin yetenekli ve yaşça küçük oyuncularına bilgisizlikleri nedeniyle düşük ücretler vermeleridir. İkinci olay, yaşın küçük olması ve sektör içinde daha gelişmemiş amatör e-sporcu olmaları dolayısıyla profesyonel e-sporculara göre daha düşük meblağların kulüpler tarafından verilmesidir. Kulüpler tarafından az meblağlarla çalıştırılan katılımcılar olduğu gibi şanslı olup yeterli meblağlarla profesyonelliğe ulaşanlar da mevcuttur. Ama hiçbir katılımcının kasten bir kulüp tarafından sömürüldüğü doğrulanamamıştır. Üçüncü olay ise yaş ile alakalı olmasa da e-spor sektöründe erkek-kadın takımlarının genelde aynı turnuvalarda yer almıyor oluşlarının kadın turnuvalarını daha azınlık bir grup oluşturmaya zorladığı ve yapılan kadın turnuvalarının yetersizliği yüzünden, kadınların erkeklere göre e-spor sektöründe daha az kazanıyor olmasıdır. Yaş ile alakalı olarak beşinci husus ise e-sporcuların erken yaşta emekli olma zorunluluğudur. Önceden de bahsedildiği üzere e-sporcu olmanın yaşı ne kadar erkense bir o kadar da genç yaşlarda emeklilik kapısı aralanmaktadır. Bu yüzden e-sporcu olan katılımcılara emeklilik planları sorulmuştur. Kulüplerin içindeki hatır gönül ilişkisi cidden e-sporcuları etkilemiş olmalı ki hepsi kariyerlerine sektör içinde koç olarak devam edebileceklerini/edeceklerini ya da bir e-spor kulübünün yönetim kadrosunda çalışacaklarını söylemişlerdir. Koçluğun ve yönetim kadrolarının yanı sıra yayıncılıktan, sosyal medya fenomenliğine kadar uzanan geniş bir alanda iş bulabileceğini düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. Genel ulaşılan sonuç ise e-spor sektöründe yer alan bütün katılımcılar, aynı sektör içinde bir şekilde yolunu bulup devam edeceklerini düşünmektedirler. *11. Katılımcının (Erkek, 24)* söyledikleri bütün katılımcıların söylediklerinin bir özeti niteliğinde olduğu için onunla yapılan görüşmenin ilgili kesiti aşağıda paylaşılmıştır:

"Yirmi sekiz-yirmi dokuz, otuzlu yaşlara geldiğim zaman bir noktada bırakman gerekiyor. Çünkü artık refleksler yavaşlıyor. Fiziksel bir şey bunu engelleyemiyorsun. O noktada sektörün içinde yeterince kalifiyeysen, yeterince iyi ilişkiler kurduysan ya da yeterince network yaptıysan koçluk yapabilirsin, menajerlik yapabilirsin; takım sahipliğine geçebilirsin doğru yatırımları yaptıysan. Analistlik olabilir, yayıncılık zaten yaptığım iş, oynadığın oyunun yayıncısı olabilirsin ya da content creator (içerik üreticisi), influencer olabilirsin. Ama hani bir yandan da işin mutfağına geçip yayın analisti, oyun analisti, caster'lık (turnuvalarda e-sporcuların yaptıklarını anlatan ve yorumlayan kişiler), işte şov kısmına geçilebilir. Böyle bir sürü seçenek var."

Emeklilik konusunda aynı sektör içinde kalmak dışında bir cevap gelmediğinden dolayı "Farklı bir sektöre geçiş yapar mısınız?" sorusunu katılımcılara yönelttiğimde ise bütün katılımcılar sektörlerini sevdiklerinden ve sevdiği işi yaptıklarından bu yüzden farklı bir alana yönelmeyeceklerinden bahsetmişlerdir. Sadece sektöre ve dijital oyuna karşı duydukları sevgi dışında *10. Katılımcı (Erkek, 26)* neden e-sporcuların başka alana yönelmeyeceği konusunda gözlemlerine dayanarak farklı bir açıklama yapmıştır:

"E-sporcu adam şimdi egoist olur. Egoist olduğu için gidip Burger King'de, küçümsemiyorum ama çalıştıramazsınız. O yüzden şu şekilde kendi kitlesini oluşturan atıyorum LoL'de trol, CS'de trol. Kendi kitlesini oluşturan yayıncılığa geçiyor. Kendi kitlesi de geliyor arkasından. Üç yüz kişi kendi kitlesiyse geliyor bir ay sonra dört yüz oluyor. Ben işte gidiyorum kendi kitleme "(...) diye birisi var, e-sporcuydu yayına geçti. Çok komik. Sana linkini atıyorum.". Sen izlemeye başlıyorsun; takip ediyorsun. Senin hoşuna gidiyor. "A ne kadar komikmiş." diyorsun. Böyle böyle kitleleri büyüyor."

Kısaca değinmek gerekirse *10. Katılımcının* vermiş olduğu bilginin doğruluğu ise bazı katılımcıların bizzat kendilerinin de ilgi odağı olma ve narsisizm konusunda yaşadıklarını anlatması ile kesinleşmiştir. Özellikle küçük yaşlarda e-sporcu olan bir çocuk, hayranlardan ve çevresindeki yaşıtlarından gelen ilgi, bazı durumlarda ailesinden bile fazla para kazanıyor olması gibi nedenler yüzünden sürekli ilgi odağı olmak isteyebilmektedirler. Bu durumun anlaşılması ile yaş ile alakalı altıncı ve son olarak problem de ortaya çıkmıştır.

5.5.5 Çalışma Hayatının Getirdiği Yükümlülük Duygusu

Belli bir zamandır yapılan her meslek, o mesleği icra eden kişi tarafından ne kadar sevilse de bir süre sonra defalarca aynı işin yapılması yüzünden bir bıkkınlık ve sıkılma duygusu uyandırabilmektedir. Bıkkınlık ve sıkılma duygularının yanı sıra e-sporcular ve dijital oyun yayıncıları boş zamanlarında devam ettirdikleri dijital oyun oynama aktivitesini eğlenmek, stres atmak, zaman geçirmek gibi nedenlerle yaparken; bu aktiviteyi mesleklerinin devamlılığını sağlamak adına yapmaya başladıklarındaki süreç içerisinde ortaya çıkan bir yükümlülük duygusu olup olmadığı katılımcılara sorularak sorgulanmak istenmiştir. "Yükümlülük duygusuyla birlikte icra ettikleri meslekten bir gelir elde etmeleri aynı anda bir zorunluluğu da meydana getirmekte midir?" sorusuna da yanıt aranmıştır. Bu iki soru yardımıyla görüşme yapılan katılımcılardan, dijital oyun oynamanın boş zamandan iş zamanına dönüşümü hakkında daha detaylı bilgi alınacağı düşünülmüştür.

Katılımcılar her meslekte olabileceği gibi zaman zaman kendi mesleklerinden bıktıklarını ama bunun geçici bir süre için devam ettiğini ve çok olağan bir durum olduğunu söylemişlerdir. Bütün katılımcılar, icra ettikleri meslekleri severek yaptıklarından bahsetmişlerdir. Bu yüzden oluşabilecek

herhangi bir bıkkınlık ve sıkılma hissiyatının anlık koşullarla ya da çevreyle alakalı olabileceğini savunmuşlardır. Zaten katılımcılar mesleklerine başlangıçta, parasal anlamda zorluk çektikleri halde yine de işe dört elle sarıldıklarından ve vazgeçmediklerinden bahsetmişlerdir. *4. ve 12. Katılımcılar* önceden de belirtildiği üzere ne kadar yayıncı ve e-sporcu kariyerlerinden bir noktada vazgeçmiş olsalar da hala dijital oyun, e-spor ve yayıncılık sektörleri içinde gönüllü olarak ya da dolaylı bir şekilde bulunmaya çalışmaktadırlar. Bu yüzden onları genelden ayrı bir noktada tutmaya gerek görülmemektedir. İki katılımcı da dijital oyunlara olan sevgisinin gayet fazla olduğundan ve para getirisi olmadan da sektör içinde bulunmanın onlara haz verdiğinden bahsetmişlerdir.

İlk olarak bıkkınlık ve sıkılma konularına yanıt aranmaya çalışılırken katılımcıların en çok kullandığı kelimelerden biri olan *"tatmin"* sürekli tekrarlanmıştır. Katılımcılar hem sevdikleri işi yaptıklarını hem de sevdikleri işten para kazanmanın aşırı tatmin verici bir duygu olduğundan bahsetmişlerdir. Burada anlaşılıyor ki normalde dijital oyun, boş zamanda oynanırken seviliyor olsa bile meslek için oynanmaya başlandığında sağlanan maddi kazanç, kişilerin dijital oyuna karşı olan tatmin duygularını daha da perçinlemektedir. Katılımcıların da doğruladığı üzere her halükarda dijital oyun oynayan kişiler para kazansa da kazanmasa da kendilerince bir sebepten oyunları oynamaya devam etmektedirler. Asıl olan ise sevdiği işin yapılması ile kazanılan paranın arasındaki tatmin duygusudur. Burada bahsedilen durum dışında tam olmasa da bir aykırılık oluşturan katılımcı bulunmaktadır. *13. Katılımcı (Erkek, 25)* da yaptığı işi sevdiğinden bahsetmiş fakat e-sporculuktan para kazandığı için dijital oyunu oynamaya devam ettiğini bildirmiştir:

"Ben gündelik hayatta sadece ***dijital oyun*** *oynuyorum. Onun dışında çok az belki bir- iki saat belki iki- üç saat diyeyim yani arkadaş ortamına bağlı böyle tek başına oturup deli gibi oyun oynayan birisi değilim.* ***Dijital oyun*** *bizim için e-sporcular için normalde bir iş. İşinizi gündelik hayatta mecbur yapmak zorundasınız. Nasıl futbolcular gidip günlük beş-altı saat antrenman yapıyor sabah akşam; bu da onun gibi bir şey. Kas hafızasına dayalı olduğu için çoğu şey, hem kendinizi sürekli geliştirmek zorundasınız, yerinize gelebilecek bir sürü insan var. Hem de kendinizi sürekli sıcak tutmanız gerekiyor…2012-2013 senesinden beri ben oyunları sadece para kazanmak amaçlı oynadım. Bu her zaman için böyleydi. Oyun oynamayı seviyorum hani bir e-sporcu olmasaydım veya bu işten para kazanmasaydım günün on saatini, on iki saatini bilgisayara ayırmazdım. Demek istediğim konu bu."*

13. Katılımcı, dijital oyunu sevdiğini fakat dijital oyun oynamak için boş vaktini harcamak istemediğinden bahsetmiştir. *13. Katılımcıya* hak vermek gerekirse e-sporcular kendilerini hazır tutabilmek adına günde en az on saat boyunca ilgili alanlarındaki dijital oyunu antrenman yapmak amacıyla sürekli oynamaktadırlar. Dışarıdan bir göz olarak bakıldığında dijital oyun oynayan ve sevenler için on saat oyun oynamak normal olarak karşılanabilse bile sadece aynı oyunu para kazanmak gayesi, turnuvaları kazanabilmek uğrunda kulüplerin yaptığı baskılar altında devam ettirebilmek büyük

bir çaba olarak okunmalıdır. Fakat iş kanuna göre haftalık kırk beş saat çalışan bir kişi, haftanın beş günü çalıştığında dokuz saat çalışmak durumundadır. [22] Kırk beş saatlik çalışma süresi içinde düşünüldüğünde e-sporcuların işi için yapmak zorunda oldukları antrenman saatleri mantıklı gibi gözükse bile unutulmaması gereken nokta e-sporcuların belirli bir tatil günlerin olmayışıdır. Her gün belli aralıklarla çalışabildikleri gibi saat olarak da on saat üzerinde antrenman yaptığını belirten katılımcılar mevcuttur. Ne kadar antrenman saatlerinin uzunluğu bir sorun gibi gözükse de *6. Katılımcı (Erkek,24)* bu duruma aldırış etmemekte ve gününün tamamını işine ayırmadığını söylemiştir:

"E-sporu bir meslek olarak yapıyor olmak tüm gün oyun oynadığımız anlamına gelmiyor, en azından sıkılma durumuna gelebilecek kadar oynamıyoruz. Yine de severek yapılan bir şeyden insanın sıkılması ne kadar mümkün tartışılır."

13. Katılımcı diğer katılımcılar gibi aslında para kazandığı iş olması bakımından saatlerce dijital oyun oynamayı sürdürdüğünü söylerken işten bıkkınlık ya da sıkılma duygularının süreç içinde oluşabilecek olağan bir koşul ve sonuç olduğunu vurgulamıştır. Ama bölüm başında yer alan ikinci soru olan sorumluluk duygusunun getirdiği yükümlülük ve zorunluluk hali, *13. Katılımcı* ile gözlemlenmiştir. Katılımcılara para kazanmanın ya da birilerinin altında çalışmanın getirdiği sorumluluğun yarattığı yükümlülük ve zorunluluk hali hakkındaki düşünceleri sorulduğunda *4. Katılımcı (Erkek, 26)* bütün katılımcıların verdiği bilgileri özetler şekilde aşağıdakileri söylemiştir:

"Bir oyun oynamanın keyfi farklı bir durum. Rekabet farklı bir durum. Yani profesyonel olduğun zaman birileri sana para ödüyor ki git iyi oyna diye. İyi oynama zorunluluğun oluyor. Ya bu zorunluluk seni ekstra bir sorumluluk, bir strese de sokabilir. Ama o da ayrı bir keyif yani. Hani bir şey kazanmak zorunda olmak, çaba sarf etmek de ayrı bir keyif. Bazı insan bunu sevmeyebilir. Bu oyunu oynamaktan bağımsız bir şey. Genel sporun içerisinde olan bir şey. Futbolcu da olsan ne bileyim basketbolcu da olsan kötü oynuyorsun işte taraftarlar kızıyor; hocan kızıyor. İşte birileri sana para ödediği için işe gittiğinde aynı stres orada da var aslında. Ya bu sporu içeren rekabet içeren her yerde o stres var. O oyundan bağımsız bir şey."

Sonuç olarak e-sporcu kısmında meslek içinde kişilere yüklenmiş olan sorumluluk gayet doğal karşılanmakta ve yükümlülük/zorunluluk oluşturduğu düşünülmektedir. Fakat bıkkınlık ve sıkılma duyguları gibi yükümlülük/zorunluluk kavramları da katılımcılar tarafından olağan karşılanmıştır. Özellikle bir kulübe bağlı çalışan e-sporculardan belli bir bağlılık ve programa uyma beklenmektedir. Bu açıdan e-sporcular istedikleri gibi davranamadıkları, dilediklerinde oyun oynamayı bir kenara

[22] "İş Kanununa İlişkin Çalışma Süreleri Yönetmeliği"nin ikinci bölüm, dördüncü maddesinden bilgi edinilmiştir. Yönetmelik için bkz. https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5447&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5 Son Erişim 11.09.2023

atamadıkları için strese girebilmektedirler. Bu stres yavaş yavaş oynadıkları oyun özelinde bıkkınlığa dönüşmekte ve yaptıkları meslek yükümlülük haline dönüşebilmektedir. Hele ilk e-sporcu olmanın heyecanını üstünden atıp gerçekliğin devamlılığını gören e-sporcular için sorumluluk duyguları daha ağır basmaya başlamaktadır. Bu nedenle de "iş dışında" oynadıkları oyunlar genelde zevk verirken "iş algısına" geçildiğinde işe bağlı yükümlülük hali geri gelmektedir. Fakat katılımcıların da onayladığı üzere bahsi geçen yükümlülük hali negatif olarak algılanmamaktadır.

Yayın tarafı incelendiğinde ise kendi işini istediği zaman yapmak söz konusu olduğu için yükümlülük hissetme yok sayılabilecek kadar az ya da en aza indirgenmiş durumdadır. Ne yapmak istediklerine genelde kendi planlarına göre karar vermekte olan yayıncılar sadece izleyicilerin beklentilerine boşa çıkarma konusunda üzerlerinde bir yükümlülük hissetmektedirler. Fakat bu duygunun da ana kaynağı izleyiciyi kaybetme korkusudur. Genel anlamda yayıncı olan katılımcılar yayın esnasında istedikleri anda oynadıkları oyunu kapatabildiklerini ya da direkt canlı yayını sonlandırabildiklerinden bahsetmişlerdir.

5.5.6 Katılımcılar Mesleklerini Öneriyorlar Mı?

E-spor ve yayıncılık meslekleri ilk bölümlerde ortaya konulduğu gibi belli başlı sorunlara ev sahipliği yapmaktadır. Çalışma hayatı boyunca sürekli oturma, aşırı fare ve klavye kullanımı, ekrana yakın bakma gibi durumlar sağlık problemlerini beraberinde getirmektedir. Erken yaşta atılmanın oluşturduğu problemler dışında, ailenin destek vermemesi ve erken emeklilik de sorun olarak ele alınabilmektedir. Bunların yanı sıra kulüplerin yanlış davranışları sonucu oluşan sömürü durumu da incelenmekte olan meslekler için dezavantajlar oluşturmaktadır. Verilen dezavantajların aksine katılımcıların işlerine olan sevgileri bütün olumsuzluklara rağmen ilerlemelerini engelleyememiş gözükmektedir. Fakat katılımcıların yine de mesleklerini başka kişilere önerip önermeyecekleri sorulmuştur. Sorulan sorudan beklenen cevap yerine katılımcılar mesleklerinde gördükleri eksiklikleri ve güzel yönleri saymaya başlamışlardır. Buradan anlaşılan bilgi ise daha önce katılımcılar bu konu hakkında etraflıca düşünmemişlerdir. Bu nedenle soruya cevap verebilmek adına meslekleri hakkında anlık gelişen fayda/zarar analizini görüşme sırasında paylaşmışlardır.

İşini başkasına önermeyen katılımcı çıkmasa bile bütün katılımcılar önerebileceklerini söyledikleri halde ilk olarak ön koşullarını sıralamışlardır. Örnek vermek gerekirse, *4. Katılımcı (Erkek, 26)* e-spor sektörü içinde kurumsallaşma olmadığını ve kesin çizgilerle ayrılmış iş tanımları olmadığından dolayı işe girecek kişilerin sektör içinde hangi konumda olduğuna bakılmadan her işi yapmak zorunda kalacağı bilinciyle başlaması gerektiğini belirtmiştir. *11. Katılımcı (Erkek, 24)* e-sporcuların istedikleri gibi hareket edemeyeceğini, bir takım ile birlikte çalışmanın oluşturabileceği

iletişim sorunları konusunda dikkatli olunması gerektiğini söylemiştir. *13. Katılımcı (Erkek, 25)* e-sporcu olmak isteyen kişileri doğru gelecek planları yapmaları gerektiğini söylemiş, ileride pişman olmamak ve ortada kalmamak adına eğitim alanında doğru adımları atılması gerektiğini söylemiştir. Katılımcılar, artık günümüzün teknoloji devri olduğunu ve gelecekte daha çok kişinin bu meslek gruplarına yöneleceğini düşünmektedir. Ama ne kadar mesleklerini başkalarına önerseler de katılımcıların hemfikir olduğu konu, verilen emeklerin karşılığının alınamayabileceğidir. Katılımcılara da şahsen katılacağım üzere yetenekli sayılan birçok e-sporcu ya da iyi yayınlar yaptığı düşünülen pek çok kişi sektör içinde tutunamamış; ne kadar emek verseler de sonucunu alamamışlardır.

Yayıncılık konusunu daha detaylı incelemek gerekirse dijital oyun yayıncılığı, e-spordan farklı bir şekilde ilerlemektedir. Birbirlerine ne kadar bağlantılı iki meslek gibi dursa da ikisinin de iç dinamikleri farklı çalışmaktadır. Yayıncılık *şov işi* olarak görülmektedir. Tabii ki de turnuvalara katılan e-sporcuların da bir şov işi yapmadığı düşünülemez. Ama e-spor, her dijital oyun oynayan kişinin dikkatini cezbetmemektedir. Yayın açıldığında ise yayıncının, izleyenlerine bir içerik sunması gerekmektedir ve seçim tek bir dijital oyun üzerinden ilerlememekte, işin içine aynı zamanda yayıncının sohbeti, davranışları gibi faktörler katılmaktadır. Yayıncıların, fazlasıyla geniş bir yayıncı havuzu içinde kendilerini ve yaptıkları şeyi izletebilmeleri gerekmektedir. *7. Katılımcı (Erkek, 30)* yayıncı olmak isteyen kişilere ilk başta yatırım yapmamaları yönünde tavsiye vermiştir. Günümüz şartlarında elinde bulunan imkanların canlı yayın açmaya gayet yeterli olduğunu düşünmektedir. Yayıncı olmak isteyen kişilerin önce canlı yayını açıp denemeleri, canlı yayınlarının izleyiciler tarafından tutup tutmadığı konusunda bir fikir sahibi olduktan sonra, gerekli ekipmanlar için hazırlıklara başlanması gerektiğini söylemiştir. Ama bunların yanı sıra yayıncı olarak para kazanmanın çok kolay olmadığını, dijital oyun yayıncılığından geçimini sağlayabilecek durumda olan yayıncıların Türkiye'de az olduğunu ifade etmiştir.

5.5.7 Boş Vakit ve Dijital Oyun Oynama

Katılımcıların meslekleri gereği gün içinde iş zamanına dahil olarak dijital oyun oynadıkları bilinmektedir. Fakat iş zamanı dışında yani boş zamanlarında katılımcılar ne yapmaktadırlar? Kariyerlerini dijital oyun oynama üzerine kurmadan önce katılımcılar boş zamanlarını dijital oyun oynayarak geçirmekteydiler. Ancak dijital oyunu boş zamanlarında oynarken şimdi meslek olarak oynamanın, katılımcıların gözünde dijital oyuna bakışlarının değişip değişmediğini anlamak için sorular yönetilmiştir. İlk soru katılımcıların boş zamanının olup olmadığını anlamaya yönelikken, ikinci soru ise boş zamanı olduğunu düşünenlerin boş zamanlarında nelerle uğraştıklarını öğrenmek için sorulmuştur. Konuya giriş yapmadan önce e-sporcuların belirli bir saat aralığında antrenmanlarını gerçekleştiriyor oluşu, verisel olarak e-sporcu olan kişilerin günlük dokuz ila on beş saat arasında dijital

oyun oynaması gerektiğinin bilgisini bize sunmaktadır. Fakat yayıncılık kısmında, yayıncı değişken bir şekilde, dilediği zaman aralığı içinde dijital oyun oynadığı için iş süresi boyunca dijital oyunda geçirdikleri zaman hakkında net bir verimiz bulunmamaktadır.

Bir katılımcı hariç bütün katılımcılar boş zamanlarında, iş zamanından henüz çıkmış olsa dahi dijital oyun oynadıklarını belirtmişlerdir. *12. katılımcı (Kadın, 22)* içtenlikle dijital oyun oynamanın kendisi aşırı mutlu ettiğinden ve gün içinde de dijital oyun oynama hayalleri kurduğundan bahsetmiştir. *1. Katılımcı (Erkek, 22)* antrenman sonrasında rekabetçi havadan uzak bir şekilde, işi olan dijital oyunu yine takım arkadaşlarıyla ya da çevresinden farklı kişilerle oynadığını belirtmiştir. *3. Katılımcı (Erkek, 26)* "*Oyun oynamayacaksan ne yapacaksın?*" sorusunu sorup, durmadan kendini bir şeylerle meşgul ettiğini ifade etmiştir. Toplu taşımada, bulduğu küçük boşluklarda telefonundaki mobil oyunları oynadığını söylemiştir. Katılımcıların verdiği demeçler içinde ortaya çıkan örüntüden de anlaşıyor ki dijital oyun oynama katılımcılar için sadece boş zaman geçirme aktivitesi değil, aynı zamanda sosyalleştikleri, eğlendikleri, günün stresini attıkları, kafa dinledikleri bir aktivitedir.

Katılımcılara boş zaman aktivitelerinin ne olduğu sorulduğunda ilk verdikleri cevap dijital oyun oynamak olmuştur. Fakat bu soruya cevap verirken dijital oyun oynamayı en sonlara doğru sayan tek kişi *13. Katılımcıdır (Erkek, 25)*. Küçükken dijital oyun oynadığını ama artık dijital oyun oynamanın eskisi kadar kendisine zevk vermediğini ve bunu sadece işi için yaptığını belirtmiştir. Bir önceki paragrafta belirtilen ifadede bir katılımcı hariç bütün katılımcıların boş zamanlarında dijital oyun oynadığında bahsedilmişti. Orada bahsi geçen *14. Katılımcı (Erkek, 26)* ise boş vaktinin olmadığını ve boş geçirebilecek bir vaktinin olmaması gerektiğini vurgulamıştır. Sadece e-sporcusu olarak çalıştığı dijital oyunu oynadığını bunu da rahatlamak ya da eğlenmek için yapmadığını belirtmiştir. Sürekli oyun oynarken odağının kazanmak olduğunu ve sadece kendini geliştirmek için en iyi şekilde rekabet ettiğini söylemiştir. *14. Katılımcının* aksine *11. Katılımcı (Erkek, 24)* herkesin boş zamanı olduğundan ama insanların boş zamanlarını değerlendirmeyi bilmediğini düşündüğünü söylemiştir. Boş zamanlarını fazlasıyla verimli geçirmeye çalıştığını söyleyen *11. Katılımcı,* çevresine vakit ayırırken, aynı zamanda farklı spor branşlarında dersler aldığını, müzikal enstrüman çalmayı öğrendiğini, hem dijital oyun oynayıp hem de film/dizi izlemeye vakit ayırabildiğinden bahsetmiştir.

5.5.8 Dijital Oyun Oynamanın Dönüşümü

Katılımcılara, dijital oyun oynamanın mesleğe dönüşümü hakkında ne düşündüklerini anlamaya yönelik sorular sorulmuş ve genel bir kanıya varılmaya çalışılmıştır. Dijital oyun oynamanın iş olma yolunda geçirdiği bu dönüşümü kötü yorumlayan katılımcı olmamıştır. Hatta katılımcılar dönüşümün yayıncılık boyutunda çok yararlı olduğunu vurgulamışlardır. Maddi sebeplerden ya da farklı bir

durumdan dolayı alıp oynayamadıkları dijital oyunları yayıncılar sayesinde tadabiliyor olmak birinci fayda olarak görülmüştür. İkinci fayda, aynı tür oyunu seven insanların, bir yayıncının sohbeti altında toplanıp sosyalleşebilmesi olarak ifade edilmiştir. Oynanılan dijital oyunda geçilemeyen bir durum olduğunda yayıncılar sayesinde problem rahatlıkla çözülebilmektedir ve bu da üçüncü faydayı oluşturmaktadır. Yayıncıyla simültane şekilde aynı oyunu oynayan kişiler dijital oyunda akıllarını karıştıran yerleri kolayca bulabilmektedir ve kendilerini oyun oynarken yalnız hissetmemektedir. Bu ifade ise dördüncü faydayı oluşturmaktadır. Özellikle yeni yetişen nesil, sosyal medya içerisinde derya deniz misali kapılabilecekleri kötü içerikleri izlemek yerine, e-spor ve dijital oyun yayınlarını izleyebilmektedir. Yeni gelen nesile daha temiz bir içerik sunabilmek beşinci faydayı oluşturmaktadır. Altıncı fayda ise dijital oyun oynamayı seven ve kendi başına şov programı yapabileceğini bilen kişilere yayıncılık adı altında bir meslek kapısı oluşmuştur.

E-spor konusunda düşünüldüğündeyse, dijital oyunu rekabetçi olarak oynamayı seven bireylere yeni bir meslek alanı açılmıştır. E-spor sektörü içinde yalnızca e-sporcu değil birçok yeni meslek grubu türemiş ve istihdam sağlamaya başlanmıştır. Ayrıca dijital oyunu seven ama geride kalan dünyadan bihaber yaşayan kişiler, e-spor sayesinde insanlarla aynı anda sevinç, üzüntü yaşayabileceği yeni bir spor alanı bulmuşlardır. Genel hatlarıyla katılımcıların belirttikleri maddeler, iki paragrafta toparlanmaya çalışılmıştır. Bütün katılımcıların mutlak olarak düşündüğü şey ise bahsi geçen dönüşümün süregelen sosyal medya gelişiminde normal olduğudur. İzlenebilir olan şeylerin günümüzde kazanç amaçlı sosyal medyada kullanılması kabul edilir bir meslek haline gelmiştir.

5.5.9 Türkiye'de E-spor, Yayın ve Dijital Oyun Kültürü

Çalışmanın yedinci bölümünde verilecek olan, Türkiye'deki vatandaşların dijital oyun hakkındaki görüşlerini ölçmek, değerlendirmek için yapılmış olan anket uygulamasına zemin ve dayanak oluşturmak adına katılımcılara Türkiye'nin bir dijital oyun kültürü olup olmadığı sorulmuştur. Verilen cevaplar nezdinde sektörün içinde bulunan kişiler ile anket sonuçlarından çıkacak olan verilerin birbirine uyumlu sonuç vereceği ya da karşı karşıya gelip gelmeyeceği incelenecektir.

Türkiye'deki dijital oyun kültürü sorusu her katılımcı tarafından farklı şekilde algılanmış ve ortaya çeşitli renklerde cevaplar çıkmıştır. İlk bakışta cevap çeşitliliği karışıklık yaratmış olsa da katılımcıların verdikleri cevaplar içinde yine bir örüntü izlenebilmektedir. İlk olarak durumu tarihsel olarak yorumlayan katılımcılar, çok da geç sayılmayacak 2000'li yılların başında Türkiye'de dijital oyunların rahatlıkla bulunamadığından dert yanmıştır. *4. Katılımcı (Erkek, 26),* Türkiye'de küçük şehirlerde yaşayan kişiler için dijital oyunlara ulaşma yolunun genelde korsan CD'lerden (Compact Disc/Yoğun Disk) geçtiğini söylemiş fakat internetin yaygınlaşması, e-ticaretin artması ile birlikte dijital

oyunların satıldığı *Steam, Epic Games, Origin* vb. birçok alan açıldığından bahsetmiştir. Böylece insanlar istedikleri oyunlara, korsanı tercih etmek zorunda kalmadan ulaşabilmiştir. *4. Katılımcı* Türkiye'de yaşanan bu geçiş ile dijital oyunun bir meta olduğunu, dijital oyunları ortaya koymak için bir ekibin çalıştığını, farklı departmanların da işin içinde yer aldığını ve ortaya konulabilmesi için bir emek verildiğini, karşılığında verilmesi gereken bir tüketim bedeli olduğunu fark ettiğinden söz etmiştir. Bu geçişi yaşayan tek Türk genci doğal olarak sadece *4. Katılımcı* değildir. Demek oluyor ki Türkiye'ye ilk dijital oyun geldiğinde insanlar, oyunların orijinal versiyonlarına erişemedikleri için ikinci seçenek olan korsan satıcılık aracılığıyla çok uygun fiyatlarla dijital oyunlara sahip olmuşlardır. Bu yüzden erken dönemlerde, Türkiye'de dijital oyun oynayan kişiler, dijital oyuna gerektiği önemi verememiştir. Hatta korsan aldıklarının farkında olmadıkları için fiyatının düşüklüğünden dolayı dijital oyunu daha da değersizleştirmişlerdir. Değersiz olarak görülmeyle ilk sorunu fiyat konusunda yaşayan dijital oyun ikinci olarak darbesini yine aynı senelerde evinde gerekli bilgisayar donanımı olmayan çocukların "internet kafeye" gitmeleri ile almıştır. Bu konu hakkında yorum belirten katılımcılar, hem aile hem de belli bir yaşı geçmiş çevrelerindeki insanların internet kafeleri kötü ve negatif bir yer olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Özellikle ipsiz sapsız, serseri kişilerin internet kafeye gittiğini düşünen aileler dijital oyun oynamanın önüne bir set çekmeye ve internet kafeye giden çocuklarını engellemeye çalışmışlardır. Böylece hem internet kafeler hem de dijital oyun kötü bir unvana sahip olmak zorunda kalmıştır.

Dijital oyun üçüncü olumsuz özelliğini, "paranın olduğu yerde ben de varım diyen Türk insanı" için yeni yatırım alanları oluşturarak, aslında iyi olarak gözükmesi gereken bir alandan almıştır. *7. Katılımcı (Erkek, 30)* ve *8. Katılımcı (Erkek, 25)* e-spor sektörü genelinde, yatırımcıların sektörü sömürme gayelerinin olduğunu ve sürekli hızlı para kazanabilme uğrana sektörde kulüp oluşturup parayı alınca kaçtıklarını bu yüzden de çoğu e-sporcunun kariyerlerinin başlamadan bittiğini söylemişlerdir. Türkiye'deki e-spor kulüplerinin sektöre sadece ticari olarak bakmasının önüne geçilememesi, ülkedeki e-spor kültürüne kötü şöhret edindirmektedir. Türkiye'de kısa bir süre içinde birçok e-spor kulübü açılıp kapanmaktadır. Kulüplerin kazanabildikleri kadarını alıp sektörden çekilmeleri ise e-spor sektörü için istikrarsızlık yaratmaktadır. Genel olarak bakıldığında ise e-spor kültürü, dijital oyun kültürünün bir parçası olduğu için bütünlükteki sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Dijital oyun dördüncü darbesini, sürekli aynı spor dalına kendini adayan ülkemizde, tabii ki de tek bir dijital oyuna kendini adayan izleyici kitlesi ile yaşamaktadır. Katılımcıların da belirttiği *hype*[23] furyası içinde yer alan dijital oyunların hem yayınlarda hem de e-spor alanında diğer dijital oyunlara kıyasla daha fazla takip edildiği gözlemlenmektedir. Özellikle her katılımcının bir şekilde bahsetmiş

[23] Hype, bulunduğu dönem içerisinde fazla reklamlanan ve abartılı bir şekilde sürekli tanıtılan oyunlar için kullanılmaktadır.

olduğu *Valorant* (2020) oyunu, pandemi sürecinde çıkmış olup, oyuncular tarafından fazlaca beğenilmiştir. Aynı zamanda oyunu oynamak için bir ücret ödemeye gerek olmaması sadece istenilen oyun içi kıyafet gibi paketlerin satın alınması karşılığında bir ücret ödenmesi durumundan dolayı pek çok genç Türk oyuncu, *Valorant* oyununu oynamaya başlamıştır. Bunlara ek olarak Türk oyuncular için *Valorant* oyununa Türk bir oyun karakteri eklenmiştir ve sayılan diğer sebeplerle birlikte *Valorant* oyunu Türk oyuncular arasında fazlasıyla ünlenmiştir. Tek bir dijital oyunun en fazla izleyici kitlesine ulaşması ise e-sporcuları ve yayıncıları kötü etkilemektedir. Yayıncılar gerekli izlenme sayılarına ulaşmak için sürekli bir dijital oyun üzerinden canlı yayın yapmaya başlamakta, diğer dijital oyunlara bölünmüş e-sporcular ise yeterli ilgiyi toplayamadıkları için sıkıntılar yaşamaktadır. Ayrıca e-sporcu olmak isteyen kişiler diğer oyunlara öncelik vermek yerine, yetenekli olmasalar bile *hype* olan oyuna yönelmekte o alanda yoğunluk oluşturmaktadırlar. Zincirleme etkiyle okunabilecek bir dizi olay ise tek bir dijital oyuna yönelmiş istihdam yüzünden yaşanmaktadır. Yatırımcılar, *hype* olan oyundan para kazanabileceklerini düşünüp orada kulüp açmakta ve başarısız olunca ya da "ne elde ettiysek kardır" mantığıyla sektörden hemen ayrılmaktadırlar. Oyunun popülerleşmesi oyun içi satın alımların artmasına neden olmakta, bu da dijital oyun firmasının *hype* olan oyunu için daha geniş para ödüllü turnuvalar yapmasına sebebiyet vermektedir. Kısır döngü de tam burada başlamaktadır. Turnuvalardan kazanabileceği meblağları gören dijital oyun oynayan kişiler amatör e-sporcu olmaya çalışmaktadırlar ve böylece bir sürü işsiz e-sporcu kadrosuna katılırlar. Turnuva ödül havuzundaki meblağları gören yatırımcılar hemen kulüp açmaya çalışıp sektöre girerek, çok da yetenekli olmayan amatör e-sporcuları iş vaadiyle kandırıp sözleşme yapmaktadırlar. Fakat turnuva bittikten sonra yatırımcılar kazanabildiklerini alıp e-sporcuları ortada bırakmaktadırlar. Katılımcıların asıl üzüldüğü ve problem olarak gördüğü nokta ise *hype* dijital oyunların yaratmış olduğu bu döngü halidir.

Türkiye'deki dijital oyun kültürüne darbe vuran son madde ise *3. Katılımcı (Erkek, 26)* ve *5. Katılımcı (Erkek, 26)* tarafından dile getirilen Türk oyuncuların anonimite maskesi takıp, takımında ya da oyun içinde bulunan diğer kişilere yaptıkları hakaretler olarak yorumlanmıştır. Türk oyuncuların özellikle ilk olarak kendi oyunlarına odaklanmadığı oyun içi yapılan hatalarda genelde karşı tarafı suçladığından bahsedilmiştir. Anonimite maskesinin üstüne Türklerin farklı dil konuşan insanlarla oyun oynamak istememesi durumu da katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bahsedilen iki oyun içi davranış yüzünden Türk oyuncular uluslararası platformlarda sorun yaşamaktadırlar. Toksik olarak nitelendirilen oyun oynama biçimine sahip olan Türk oyuncular yüzünden yabancı oyuncular, oyun içinde karşılaştıkları bütün Türk oyunculara karşı mesafeli durmaktadırlar. *3. Katılımcı* anonimlik maddesinin ortadan kaldırılmadan hiçbir oyuncunun toksiklik davranışından vazgeçeceğine inanmamaktadır.

Türk dijital oyun kültürü altında kötü özelliklerin yanında elbette ki iyi özelliklerimiz olduğunu savunan katılımcılar da bulunmaktadır. Türk oyuncuların sevdikleri dijital oyunları fazlasıyla

sahiplenmesi dijital oyunun yapımcıları tarafından görülmekte ve bu durum karşısında Türk oyuncularına jestler yapmaktadırlar. Ayrıca çoğu dijital oyun firması yayıncılara, kulüplere ve e-sporculara yatırım kaynağı oluşturmaktadır. Türk e-sporcu ve yayıncılara reklam veren firmalar sayesinde karşılıklı kazanç durumu oluşmaktadır. Son olarak bir dijital oyun firması olan Riot Türkiye'de aktif e-spor takımları olan *BBL* (BigBossLayf), *FUT* (Futbolist) takımlarına büyük yatırımlar yapıp onları bünyesine katmıştır. Bu durum ise katılımcıların da onayladığı üzere Türkiye'den çıkan kulüplerin ve e-sporcuların aslında dünya genelinde iyi bir konumda olduğunu göstermektedir.

Ne yazık ki sonuca bakıldığında Türkiye'de dijital oyun kültürü içinde sayılan olumsuz ögeler olumlu ögeleri geçmiştir. Ancak bu duruma rağmen katılımcılar Türkiye'de gelişmiş ya da gelişmekte olan dijital oyun kültürünü varlığından bahsetmektedirler. Son görüş olarak eklemek gerekirse Türkiye'de dijital oyun belli bir yaş grubuna göre sıfatlarını değiştirse de daha iyiye giden bir çizgide ilerlediği kesindir ve ilerlemeye de bütün hızıyla devam edecektir.

5.5.10 E-spor Sektörü Destekleniyor Mu?

Bir önceki bölümde anlaşılacağı üzere katılımcılar Türkiye'nin bir şekilde dijital oyun kültürüne sahip olduğunu, özellikle de e-spor sektörü konusunda yaşanan sorunlardan ve iyi gelişen olayların varlığından bahsetmişlerdir. Akla ilk gelen soru ise e-spor sektöründe yaşanan sorunların çözülebilmesi adına hangi önlemlerin alındığıdır. Sektör içinde bulunan kulüpler kendi başlarına, düşe kalka yeni bilgileri edinmeye çalışıp işleyen bir sistem oturtmaya çalışıyor olsa da gözler önünde olan hal itibariyle bunun çok da iyi başarılamadığı gözlemlenmektedir. Ticari açıdan getirisi yüksek olan e-spor sektörü için düşünürsek Türkiye'de sektörün gelişmesi, denetlenmesi adına neler yapıldığı öğrenilmelidir. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'de e-spor sektörü için neler yapıldığı ya da yapılmadığı katılımcılara sorulmuştur.

10. Katılımcı (Erkek, 26) hariç kimse bu soruya iyimser bir yanıt vermemiştir. *10. Katılımcının* destek olarak bahsettiği durum Üsküdar'da açılmış olan (Fotoğraf 18) ve başka belediyelerde de açılmaya başlanan e-spor merkezleridir. E-spor merkezleri gençlerin e-spor sektörü hakkında bilgi alabildiği, yeterli donanıma sahip bilgisayarlar ile dijital oyun oynayabildikleri ve e-spor koçlarıyla kendilerini geliştirebildikleri yerlerdir. *4. Katılımcı (Erkek, 26)* belediyelerin dışında belli başlı özel üniversitelerin de e-spora katkı sağladığını ve burs verdiğini belirtmiştir. Ancak özel üniversitelerde önü açılmaya çalışılan e-spor sektörünün tam tersine devlet üniversitelerinde bu tarz oluşumlar desteklenmemektedir. Devlet üniversitesinin ana takımı olarak üniversiteler arası turnuvaya gitmek isteyen amatör e-sporcu olan üniversite öğrencilerine destek sağlanmamaktadır. İlaveten *4. Katılımcı* devlet üniversitelerinde e-spor kulüpleri oluşturulabildiğini ama rektörlükten bir destek alamadıklarını

ifade etmiştir. *4. Katılımcı* bir devlet üniversitesinde bulunan e-spor kulübü için gönüllü koç olarak da çalışmakta olduğunu söylemiştir ve en sonunda e-spor kulübünün kapatıldığından bahsetmiştir. Yeterli maddi destek olmaması yüzünden her turnuvaya gidemediklerini ve üniversitenin kendi e-spor takımı olmadığı için çıkan problemleri anlatmıştır. *4. Katılımcı* tarafından da örnek olarak gösterilen Bahçeşehir Üniversitesi çeşitli e-spor dallarında takımları olan ve takımlarına girebilen öğrencilere burs sağlayan bir özel üniversitedir (Fotoğraf 15). Kendi üniversitelerinde e-spor aktiviteleri yapmaya çalıştıklarını belirten iki katılımcı daha vardır. Bunlardan birisi devlet, diğeri ise özel üniversitede eğitim almıştır. Özel üniversitede eğitim alan *12. Katılımcı (Kadın, 22)* üniversitesi tarafından sağlanan desteğin olduğunu belirtmiştir. Fakat *4. Katılımcı* gibi devlet üniversitesinde eğitim almış olan *3. Katılımcı (Erkek, 26)* turnuvalara gidebilmek ve e-spor kulübü kurabilmek adına üniversitesinden destek alamadığını belirtmiştir.

E-spor düzleminde üniversiteler ve belediyeler hakkında bir bilgi birikimi elde edilmiştir. Ancak önceden de belirtildiği gibi katılımcılar, sektörlerine devlet tarafından çok bir destek sağlanmadığını belirtmişlerdir. Olumsuz olarak atfedilen ilk durum TESFED tarafından verilen e-sporcu lisans belgesidir. *1. Katılımcı (Erkek, 22)* e-sporcu lisansına sahip olması hakkındaki düşüncelerini şu şekilde paylaşmıştır:

"E-sporcu sertifikası… lisansım benim var ama şu ana kadar hiçbir işe yaradığını dahi görmedim. Sadece lisans. Zaten bu lisansı çıkarmak çok kolay. Sağlık raporu, bir fotoğraf ve kimlik fotokopisiyle gidip lisansı çıkartabiliyorsunuz. Çıkarıyoruz ama tek faydası turnuvaya katılabilmek, TESFED'in yaptığı bir turnuvaya katılabilmek. Başka hiçbir etkisi olduğunu görmedim daha ya da varsa ben bilmiyorum en azından öyle söyleyeyim."

E-sporcu sertifikası (e-sporcu lisans belgesi), TESFED tarafından e-sporculara verilen bir belge olmakla birlikte katılımcılardan hiçbiri aldıkları bu sertifikanın işe yaradığını düşünmemektedir. *1. Katılımcının* da bahsettiği üzere, sadece TESFED tarafından düzenlenen turnuvalara giriş için istenmektedir. Genellikle e-sporcular, e-spor kulüpleriyle anlaşma yaptıkları için bir sertifikaya ihtiyaç duymamaktadır. Bunun sebebi TESFED tarafından ortaya konulmuş özel bir kulüp düzenlemesi ve denetimi bulunmamasındandır. *8. Katılımcı (Erkek, 25)* TESFED'in kurulması ile Türkiye'nin e-sporu tanımış olmasını bir adım olarak görse bile sektörde yaşadıkları sıkıntıların çözülebilmesi için bir hamle gelmediğinden bahsetmiştir. Çalıştıkları kulüplerden ve TESFED'in düzenlediği turnuvalardan hakkı olan paraları zamanında alamadıklarından bahseden katılımcılar mevcuttur. TESFED'in yaptırımları katılımcılar tarafından yetersiz görülmektedir. TESFED bu bölüme ait son başlık olarak ayrıyeten işlenecektir. Fakat kulüplerin e-sporculara vermiş oldukları sözleşme üzerindeki haklar belli bir kurum tarafından onaylanmadığı için e-sporcular hakları olan paraları talep edememektedirler. E-spor kulüplerinin, e-sporcularla yaptıkları anlaşmaların hukuksal düzeyde bir karşılığı tam olarak

bulunmamaktadır (Doğu 2020: 448). E-sporcu ve kulüp arasında bir anlaşmaya varılsa da bu sözleşmeleri denetlemesi gereken TESFED'den, daha e-sporcu sözleşmelerine yönelik bir düzenleme gelmemiştir. Uluslararası başarıları olan ve e-spor sektörünün en bilindik kulüplerinden biri olan *Digital Athletics* e-spor kulübünün kurucusu Ali Yörenç ile yapılan bir röportajda, TESFED'in kulüp yönetimiyle hiçbir şekilde iletişimde olmadıklarını belirtmiştir.[24]

E-spor sektörüne yeterli desteğin gelmediğini belirten katılımcılar üçüncü madde olarak yine aile konusuna parmak basmıştır. *2. Katılımcı (Kadın, 26)* aile konusu hakkında bütün katılımcıların anlatmaya çalıştığını aşağıdaki cümlelerle özetlemiştir:

"…eğer birazcık öncelik verilebilirse e-spora, Türkiye'de öncelik vermekten ziyade, biraz destek alabilirse, aileler bu işe olumlu bakmaya başlarlar. Çünkü gerçekten sırf ailesinden destek alamadığı için ya da ailesine bu durumu izah edemediği için çok büyük yetenekler kaybolabiliyor. Çoğu kulüp ellerinden tutmaya çalışıyor; ailelerle görüşüyor. Ailelere bu durumu izah etmeye çalışıyor ama günün sonunda onlar, onların çocukları ve "Oyun oynayarak para mı kazanılır?" ya da "Oyun oynayarak nereye gelebilirsin ki?" oluyor. Örnek gösteriyorsunuz. Çok büyük yayıncılar var mesela, gerçekten bu işten çok fazla para kazanan oyunculuktan yayıncılığa geçen insanlar var Türkiye'de, EU/NA'de… Televizyonda bunlar gösterilmiyor ya da televizyonlarda bununla alakalı öğretici-eğitici küçük programlar ya da küçük reklamlar bile olsa. Böyle şeyler yok."

Görüşmelerden edinilen ilk bilgilerden birisi aile desteği olmadan çocukların istedikleri alanda çalışamadıklarıydı. Katılımcılar farkındalık oluşturmak adına bir şekilde uğraşlar verse bile ailelerin, bu konu hakkında bilgilendirici bir süreçten geçmeden ikna edilmeleri zor gözükmektedir. Bu görüşe katılan katılımcıların da dikkat çekmeye çalıştığı konu, ailelerin bir şekilde bu konu hakkında eğitilmeleri yönündedir. *2. Katılımcının* da belirttiği üzere kulüp yöneticileri, takım koçları, aileleri ne kadar ikna etmeye çalışsa bile günün sonunda, aileler kendi çocuklarını bildikleri doğrulara yönlendirmeye çalışmaktalardır. Eğitim anlamında düşünülecek olursa, il belediyelerinin lokal bir şekilde e-spora yaptığı destekler mevcuttur. Özellikle İstanbul ili içerisinde birkaç belediyede e-spor merkezi bulunmaktadır. Bunun yanı sıra İstanbul Büyükşehir Belediyesi Spor Okulları altında e-spor eğitimleri de verilmektedir.[25] E-spor adına kurulan merkezler, kariyere atılmak isteyen genç yaştaki kişilere fayda sağlarken hem de ailenin bu alanları keşfetmesine, buralara gidip görüp bilinçlenmesine

[24] Dijital Athletics Kurucusu Ali Yörenç Röportajı, https://twitter.com/esporincom/status/1600893086250323976, Son Erişim: 20.05.2023.

[25] E-spor eğitimi detaylı bilgi için bkz. https://spor.istanbul/ibb-spor-okullari-e-spor-egitimi/, Son Erişim: 20.05.2023.

katkı sağlamaktadır. Fakat genel anlamda bakıldığında katılımcıların da doğruladığı üzere e-spor sektörüne devlet tarafından tam bir destek sağlanabildiğini söylemek eksik olacaktır.

5.5.11 Katılımcıların TESFED Hakkındaki Görüşleri

Bir önceki bölümde irdelenen konu bizi, TESFED'in yeterli katkıyı verip veremediği yönünde bir analize itmektedir. Katılımcılara e-spor sektöründe bir devlet desteği olup olmadığı sorulduğunda hemfikir oldukları yegane konu TESFED'in yapması gerekenleri yapmadığı ve e-sporculara yardımcı olmak konusunda pek istekli davranmadıklarıydı. Katılımcılar dışında HADO Genel Koordinatörü Koray Erdemir de HADO'nun kişisel yatırımlarla ayakta kaldığını söylerken TESFED hakkında "*TESFED'e bağlandık sonuçta ama TESFED'in kendine hayrı yok ki bana hayrı olsun.*" şeklinde bir söylemde bulunmuştur.

TESFED'e ihtiyaç halinde başvuran e-sporcular karşılık alamadıklarından bahsetmişlerdir. Özellikle en büyük sorun uluslararası turnuvalara giden e-sporcular tarafından yaşanmaktadır. Katılımcılar uluslararası turnuvalar gitmeye hak kazandıklarını fakat vize sorunları yüzünden gidemediklerini ve lisanslı e-sporcu oldukları halde bu durumun onlara herhangi bir getirisi olmadığını söylemişlerdir. *1. Katılımcı (Erkek, 22)* bu konu hakkında kendisi ve arkadaşlarının yaşadığı mağduriyetleri şu şekilde anlatmıştır:

"*TESFED'in bir şey yaptığını düşünmüyorum. Yani turnuva yapmak biz bu oyunculara, imkan ve istihdam sağlıyoruz diyebilmek için yeterli değil. Herhangi bir sana yardımcı olabilecek bir şey yok. Arkadaşlarımın Almanya'ya bir turnuvaya gidebilmek için Nüfus Müdürlüğü'nde yalvardığını biliyorum ve yalvarması sonucunda vize ya da pasaportun erken gelmesi sonucunda gidebildi. Yani bu durumlara kimsenin düşmemesi lazım bence. Federasyonun bu konuda bayağı yardımcı olması lazım bence e-sporculara…*"

Aynı durumdan muzdarip olan başka katılımcılar da söz konusu durum yüzünden uluslararası turnuvaları kaçırdıklarından ve orada kazanabilecekleri yüksek meblağlı ödül paralarından mahrum kaldıklarını belirtmişlerdir. Bazı dijital oyun firmaları kendi yaptıkları büyük ölçekli turnuvalar için, e-sporcularının her işiyle tek tek ilgilendiği ve gerekli belgeleri taraflarınca hazırladıkları bilinmektedir. Ama bu tarz turnuvalara değil de genele açık turnuvalara katılan e-sporcular bu konuda sorun yaşamaktadır. Katılımcılar, TESFED tarafından verilen tavsiye ve kolaylık yazısı gibi belgelerden bahsetmişlerdir. Fakat TESFED tarafından verilen bu belgelerin de vize için ret yemelerine engel teşkil etmediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların birkaç tanesi, öğrencilere vizenin kolay çıkması durumdan dolayı üniversite hayatlarını sürdürmeye çalıştıklarını söylemişlerdir.

Vize konusundan sonra ise *13. Katılımcı (Erkek, 25)* e-sporculara yönelik bir vergilendirme sistemi bulunmamasından yakınmıştır. Sosyal medyada *influencerlık* yapan kişiler için vergilendirme yasası çıkartıldığından fakat e-sporcular için böyle bir yasa çalışması olmadığı için kazançlarının büyük bir bölümünü vergiye verdiklerini ifade eden *13. Katılımcı* bu konu hakkında herhangi bir çalışma yapmayan TESFED'in sadece görünürde var olduğunu fakat eyleme geçmede yetersiz kaldığını vurgulamıştır. *13. Katılımcının* e-sporcu gelirlerinin vergilendirilmesi konusunda söyledikleri ise halen daha geçerliliğini korumaktadır. TESFED tarafından bu konu hakkında da bir karara varılmaya çalışıldığına dair haber bulunmamaktadır. E-sporcular resmi olarak ABD ve Fransa tarafından spor hukuku altında vergilendirmeye tabii tutulmaktadır. Fakat Türkiye'de Gelir Vergisi Kanunu'nda e-sporcular, sporcu olarak tanımlanmamıştır ve yüzde kırka varan vergilendirme oranlarıyla karşılaşmaktadırlar. Aynı zamanda sporculara verilen belli vergilendirme yararlarına sahip değillerdir. Kulüp dışında, bireysel olarak turnuvalardan gelir elde eden e-sporcular da Gelir Vergi Kanunu'nun 65. maddesine tabii olarak serbest meslek faaliyeti icra ettikleri için kazandıkları meblağlar için makbuz hazırlamalı ve vergi ödemelilerdir (Bayraktar 2023, Türkyılmaz 2019).

Son olarak tartışılması gereken konu ise katılımcıların artı bir değer olarak görebildiği TESFED tarafından yapılan turnuvalardır. Fakat TESFED'e bağlı milli takımlarda çalışmış olan iki katılımcı düzenlenmiş olan bu turnuvalarda yaşadıkları sıkıntıların varlığından söz etmişlerdir. *5. Katılımcı (Erkek, 26)* TESFED için katıldıkları turnuvalarda hiçbir giderlerinin ödenmediğini ve milli takımda bulunmanın bir getirisi olmadığından bahsetmiştir. Diğer bir sorunu ise *14. Katılımcı (Erkek,26)* belirtmiştir. *14. Katılımcı,* IESF'nin dünya çapında düzenlenen turnuvalarından birisine milli takım e-sporcusu olarak katıldığını ve bu turnuvadan takım olarak üç bin dolar para ödülü kazandıklarını söylemiştir. Turnuvaya katılan, bütün para ödülü kazanan ülkelerin milli takımlarına, ödülleri turnuvadan beş ay sonra takdim edilmiştir. Fakat turnuvadan kazanılan bu ödül parası TESFED tarafından e-sporcularına verilmemiştir. *14. Katılımcı* hakkı olan meblağı alabilmek adına TESFED'e dava açmak zorunda kaldığını ve ödül parasına tam üç sene sonra kavuştuğunu anlatmıştır. Yine *14. Katılımcı* TESFED'le yaşadığı bir başka sorundan bahsetmiştir. TESFED doğru zamanda milli takım seçmelerini oluşturmak için yapması gereken turnuvayı erken tarihte yapamadığı için milli takım, Bali'de gidilmesi gereken yüz bin dolarlık ödül havuzlu turnuvaya katılamamıştır. Son olarak da Türkiye' de gerçekleştirilen GEG turnuvalarında oynadıkları halde hiç para kazanamayan *14. Katılımcı,* yüksek ölçekli yapılan ve seyircilerine ücret karşılığı bilet satışı yapılan organizasyonda neden az da olsa bir ödül olmadığını sorgulamaktadır. Milli takım e-sporcularının, aylık bir gelire sahip olmamaları onları turnuvalardaki ödül havuzundan kazanacakları meblağlara bağlı bırakmaktadır. *14. Katılımcı* TESFED ile yaşadığı sıkıntıların hukuk boyutuna vardığını ve kazandıkları ödül parasını bu şekilde elde ettiğini anlatmıştır. Bunun yanı sıra kendi gözlemlerim doğrultusunda TESFED'in *Discord* kanalında,

TESFED'in düzenlediği turnuvalardan ödüllerini alamayan insanların bu konular hakkında yazdıkları sohbet odalarında mevcuttur. Kazandıkları ödül paralarının uzun bir süre geçmesine rağmen kendilerine ulaşmadığı konusunda şikayetlerini dile getiren e-sporcular da bulunmaktadır.

Türkiye e-spor konusunda uluslararası koşullarda iyi bir konuma sahiptir. Fakat bu iyi konumun sebebi görünen düzeyde e-sporcuların kendi çabaları ve kulüplerin yaptıklarından oluşmaktadır. Turnuvaları düzenleyen temel unsur dijital oyunların firmaları olduğu için bir aracıya ihtiyaç duyulmadan kulüpler direkt turnuvalara erişim sağlayabilmektedir. Şu an sektörde var olan denklemde ise TESFED'in yaptıkları yeterli bulunmamaktadır. Katılımcıların da belirttiği gibi TESFED'in kurulmuş olması bir adım olarak görülürken bu adımın devamı gelmediği fark edilmektedir. Katılımcıların gözünde TESFED yapılması gereken düzenlemeleri yapmayan bir imaj çizmektedir. Fakat yine de Türkiye genelinde turnuvalar düzenleyip, GEF'in Türkiye'de ikinci GEG uluslararası turnuvalarına ev sahipliği yapmasına ön ayak olmuşlardır.

6 ÜSKÜDAR ESPOR MERKEZİ GÖZLEM NOTLARI

6.1 Gözlemin Amacı

Türkiye'de e-spor git gide gençler tarafından ilgi görmekte ve e-spor ekosistemi hızlıca büyümektedir. Dijital oyun oynamanın belli bir yaşı olmaması, e-sporcuların kariyerlerine hızlı bir başlangıç yapmalarının sebeplerinden biridir. Küçüklüğünden beri dijital oyun oynayıp e-spor alanındaki dijital oyunlarda yetenekli olduğunu fark eden kişiler kendilerini turnuvalarda göstermeye çalışmaktadırlar. Fakat bu durum eğitim ve kariyerin aynı anda ilerlemesine neden olmaktadır. E-sporcular içinde eğitimine devam etme kararı alanlar gibi, liseyi bırakanlar ve üniversite eğitimini seçmeyenler de bulunmaktadır. Buradaki asıl olay ise e-sporcu olmak isteyenler için bilgilendirici olacak bir üniversite bölümünün olmayışının yanı sıra kariyerlerine hızlı atılan e-sporcuların mesleki eğitime ihtiyaç duyduklarında başvuracakları bir kurumun olmamasındandır. Yakın dönemde ise gençleri e-spor sektörüne hazırlama amacıyla, e-spor merkezleri kurulmaya başlamıştır. Üsküdar Belediyesi'nin açtığı e-spor merkezi üzerinden e-sporcuların nasıl bilgilendirildiği ve sektöre hazırlık için nasıl bir süreçten geçildiğini görmek üzere bu gözlem çalışması yapılmıştır.

6.2 Üsküdar Belediyesi Espor Merkezi Hakkında

2021 yılında, Üsküdar ilçesi Çavuşdere Spor Sarayı içinde açılan Üsküdar Espor Merkezi, içinde iyi donanımlı bilgisayarıyla öğrencilerin hem e-spor sektörü hakkında bilgilenmesi hem de istedikleri şekilde antrenman yapılabilmeleri için kurulmuştur (Fotoğraf 18). Bünyesinde FPS ve MOBA olmak üzere iki ayrı koç çalışmaktadır. Eğitim almak ve kendilerini oynadıkları dijital oyunda geliştirmek isteyen öğrencilere, iki farklı alandaki koçlar yardım etmektedirler.

Merkezde, öğrencilerin kullanımına sunulan oyun oynama kalitesi açısından yeterli toplam on masaüstü bilgisayar bulunmaktadır. Ayrıca koçların kullanımı için iki bilgisayar daha vardır. Dijital oyunu, konsolda oynayanlar için de ayrı bir odada konsol bulunmaktadır.

6.3 Gözlemin Sınırlılıkları

Genel bilgilerin dışında gözlemlerimin hepsi katılmış olduğum MOBA derslerine, koçuna ve derse gelen öğrencilere göre yapılanmaktadır. (İlaveten MOBA sınıfında birkaç tane FPS öğrencisi de bulunmaktaydı. Koç aynı zamanda FPS öğrencilerine de olabildiğince yardımcı olmaya çalışmıştır.) MOBA ve FPS oyunları yapılarına göre ayrıldığından dolayı derslerin işleyişi, koçun öğrencilere yardım şekli değişebilmektir.

Gözlem, 6 Eylül 2021 ila 3 Ekim 2021 tarihleri arasında olan bir aylık eğitim sürecini kapsamaktadır. Bu süreç dışında olmuş olabilecek herhangi bir değişiklik gözlem notları içinde yer alamayacaktır.

6.4 Üsküdar Espor Merkezi'ndeki Eğitimin Amacı

Gözlem süresince bakıldığında merkezin amacı e-spor oyuncusu yetiştirmekten ziyade gelen öğrencilere e-sporu tanıtmak ve e-sporu kendilerine kariyer olarak seçip seçmemeleri konusunda yardımcı olmaktır. Bir aylık süreç sonunda öğrencilerin kendilerine sorması gereken "E-sporcu olmak istiyor muyum?" sorusu, nitekim bir cevaba ulaşmış olmalıdır, eğer cevaba ulaşamayanlar varsa bile, genel kanı cevabı bulmak yönündedir. Fakat şunu söylemekte yarar var ki her başvuran için geçerli olmasa bile başvuranların azımsanamayacak kısmı, bu merkezde aldıkları eğitim sonunda e-sporcu olabileceklerini ve e-spor takımlarına girebileceklerini düşünerek başvurmaktadır. Koçların buradaki amacı ise, profesyonellik öğretmekten öte oyun içi istatistikler, oyunu efektif oynayış ve e-spor hakkında bilgileri öğrencilere verip onlara yardımcı olmaktır.

6.5 Üsküdar Espor Merkezi'ndeki Eğitim Hakkında

Eğitimler bir aylık süreçler şeklinde ilerlemektedir. Bu bir aylık süreçte FPS ve MOBA olmak üzere iki ayrı sınıf açılmakta ve her sınıfa yirmişer öğrenci seçilmektedir. FPS ve MOBA sınıflarının kendi alanlarında yetkin iki ayrı koçu bulunmaktadır. Öğrenci başvuruları merkezin resmi internet sitesi üzerinden alınmaktadır. Başvuruda bulunmak isteyen bireylerin iyi oldukları dijital oyunu ve oyun içi derecelerini başvuru formunda belirtmeleri gerekmektedir. Başvuru değerlendirmeleri merkezde e-spor koçluğu yapan kişiler tarafından yapılmaktadır. Başvuruların değerlendirilme sürecinde yaş ve oyun içi derecesi kritik bir yer tutmaktadır.

FPS dersleri Salı, Perşembe, Cumartesi ve Pazar günleri; MOBA dersleri ise Pazartesi, Çarşamba, Cumartesi ve Pazar günleri yapılmaktadır. Hafta içi dersleri 16.00 ila 18.00 arasında yapılırken, hafta sonu dersleri değişmeli şekilde 10.00 ila 13.00 ve 13.00 ila 16.00 arasında yapılmaktadır. Öğrenciler geldikleri süre boyunca yoklamaya tabi tutulmakta ve yoklama durumlarına göre bir aylık ders süreci sonunda e-spor merkezinden sertifika almaktadırlar.

Derslerin ilk on-yirmi dakikasında e-spor hakkında o güne ait belli bir konuda ders işlenmekte (Fotoğraf 17); kalan saatlerde öğrenciler bilgisayar başına geçmektedirler. Herkes kendi iyi olduğu dijital oyunu oynamaya başlamaktadır. Bu esnada koç, öğrencilerin tek tek yanlarına giderek onlara yardımcı olmakta, sorularını cevaplayıp, taktikler vermektedir (Fotoğraf 19). Bunun yanı sıra öğrenciler

daha önce deneyimlemedikleri farklı oyunlara girip o oyunlarda kendilerini geliştirme şansı elde edebilmektedirler.

6.6 Gözlem Hakkında Bilgilendirme

Derslere katılım sayısı günlere göre farklılık gösterirken, yirmi kişilik sınıfta sürekli derslere gelen çok az öğrenci bulunmaktaydı. Koç ile yaptığımız konuşmalar sırasında bu durumu sorduğumda; derslerin ücretsiz oluşundan dolayı çok önemsenmediği kanısındaydı. Diğer bir husus ise genelde öğrencilerin lise çağında olmalarından dolayı okul sonrası gelememeleriydi. Hafta sonu yapılan dersler ise öğrencilerin ve/veya öğrenci adaylarının dershane, kurs vb. eğitim kurumlarıyla olan dersleriyle çakışmaktaydı. Başvuruda bulunmak isteyen bireyler de bu sorunu e-spor merkezinin *Discord* sunucularında belirtmektedirler.

6 Eylül-3 Ekim aralığında toplam on beş ders olmuştur. Her dersin başında belli bir konuda sunum yapılmamıştır. Sunum yapılmayan derslerin tamamında antrenman yapılmıştır. Konu anlatımları, sınıfın en kalabalık olduğu günlerde yapılmaya çalışılmıştır. Yapılan sunumların öğrencilerin temel e-spor bilgilerini güçlendirdiğini ve onlara e-spor hakkında bilmedikleri konular hakkında bilgi sahibi yaptığını düşünmekteyim.

6.7 Espor Merkezi'ndeki Eğitim İçeriği ve İçeriğin Yorumlanması

6.7.1 Birinci Sunum

Anlatılan ilk konular, *Gaming House* ve *Gaming Office* kavramları, yurt dışındaki ve Türkiye'deki e-spor algılarının farklılıkları, e-sporcuların kazançları ve en önemli başlık ise öğrencilerin en çok dert yandıkları aile baskısıdır. Öğrencilerin e-sporcu maaş beklentileri, gerçek e-sporcu maaşlarının çok üstünde kalmaktadır. Öğrenciler ayrıca yurt dışındaki e-spor sektörünün, Türkiye'ye göre daha iyi olduğunu düşünmektedirler. Aile baskısı konusuna gelince ise oyun oynamanın "iş" olarak, ebeveynler tarafından tanımlanmamasından kaynaklanan sorunlar ortaya çıkmaktadır. Ebeveynler, çocuklarının potansiyellerini, derslerinde ya da iyi üniversite bölümleriyle kullanmalarını istemektedirler. Bu konuda koçun yaptığı öneri ise ailelere gidip e-sporu iyice tanıtmak, yapılan turnuvalardan, iş imkânlarından bahsetmektir. Fakat ne yazık ki bazı senaryolarda bu durum tek başına ebeveynleri ikna etmekte yeterli olmamaktadır.

Gaming house kavramı ise bir takımda bulunan tüm e-sporcuların kaldığı eve verilen addır. *Gaming house* içinde yaşayan e-sporcular, hem ev arkadaşı hem de iş arkadaşı olarak yaşamlarını sürdürmektedirler. E-sporcular kabiliyetlerini kaybetmemek için devamlı alıştırma yapmaktadırlar.

Böylece oynadıkları oyuna daha iyi adapte olabilmekte, stratejilerini daha iyi konuma getirebilmektedirler. Fakat e-sporcuların, iş yasasında belirtildiği gibi haftalık kırk beş saatlik bir sınırlaması bulunmamaktadır. Bazı e-sporcuların verdikleri röportajlarda günde on dört saat ve üzeri çalıştıkları bilinmektedir. Çalışma süresi içinde sadece oyunu oynamak değil, aynı zamanda oynadıkları oyunu tekrar izleyip yaptıkları hataları anlayıp analiz etmeleri de gerekmektedir. Hal böyle olunca *gaming house* içinde yaşayan e-sporcular kendi yaşamlarıyla iş yaşamlarını birbirine karışmış şekilde yaşamaktadırlar. Özel hayat ve iş hayatı kavramlarının karışması, e-sporcuların zihinsel ve ruhsal sağlıklarını etkilemekte ve aralarında anlaşmazlıklar yaşanmasına sebebiyet vermektedir. Birlikte yaşama içinde yemek, temizlik gibi ev işleri e-sporcular tarafından yapılmamakta, eve gelen temizlik, yemek görevlileri tarafından yapılmaktadır. *Gaming office* ise iş hayatından bildiğimiz, belli saat aralığında gidilen ofistir. *Gaming office*, e-sporcuların hayatını daha düzenli hale getiren bir öge olarak görülebilmektedir.

İki olgu içerisinde, e-sporcuların farkında olması gereken en önemli kavram "denge" olmalıdır. Özel hayat ve iş hayatını ince bir çizgiyle ayıran e-sporcuların zamanlarını iyi kullanmaları ve saat konseptinin farkında olmaları gerekmektedir. İlaveten, saati verimli kullanmanın dışında, sorumluluklarının farkında olmalıdırlar. Kendilerine, çevreye, iş arkadaşlarına, aileye karşı sorumlulukların bulunduğu unutulmamalıdır. Her meslek kendi içinde sorumluluklara sahiptir ve işte gelişmek isteyen bireyler bazı olgulardan feragat etmeli ya da fedakârlıklar yapmalıdır. E-sporcular da bazı fedakârlıklar yapmakta, uzun süreler boyunca bilinçli bir şekilde kendilerini oyunda yetiştirmeye çalışmaktadır. "Sadece oyun oynuyorlar bir şey yaptıkları yok." mantığını geride bırakmamız gerekmektedir. Çünkü boş zamanı doldurmak için oynanan dijital oyunlar, meslek için gelişme bilincinde oynanmamakta; rahatlama, beyni boşaltmak için oynanmaktadır. Fakat meslekte gelişim için dijital oyun oynandığında ziyadesiyle rekabetle oynanmakta ve kafa dağıtmaktan öte e-sporcuları strese sokmaktadır.

6.7.2 İkinci Sunum

İkinci ders için ele alınan sunum konuları "Verimli antrenman nasıl yapılır?" ve kişisel ekipman seçimiydi. Antrenmanlar iş hayatında giden yolda yapılan emek süreçleridir ve yapılan antrenmanlar e-sporcuların, işlerinde kendilerini en iyi şekilde ortaya koyma çalışmalarıdır. Fakat sürekli, hiç ara vermeden oynamaktansa, belli aralıklarla oynadıkları maçların eleştirisini yapmalı, gelişimleri için kendilerine geri bildirim yaratmalıdırlar. Koç sıklıkla öğrencilere, antrenman sırasında oynanılan maçların tekrar tekrar gözden geçirilmesinin yararlı olduğu tavsiyesini vermiştir. Çok da önemli gözükmeyen bu tavsiye, aslında e-sporcu olmak isteyen bireylerin kendilerini öz eleştiriye ve çevreden gelebilecek eleştirilere hazırlamasını sağlamaktadır. Ayrıca maç sırasında yapılan strateji hataları,

bilinçsiz eşya tercihleri ya da neden kazanıldığı, kaybedildiği konularını anlayabilmek için maçları gözden geçirmek önemlidir.

Ekipman tercihi ise e-sporcunun rahat oynayışı, kullanımı açısından önem arz etmektedir. Kulaklık, klavye, *mouse*, *mousepad* olmazsa olmaz ekipmanlardan sayılırken, konforunu artırmak isteyenler için koltuk, masa seçimi de oyun oynayışı etkileyen donanımlardandır. Türkiye piyasasındaki ekipman fiyatları yüzünden e-sporcu olarak kendini yetiştirmek isteyen adaylar, istedikleri kalitedeki ekipmanlara erişim sağlayamamaktadırlar. Bu sebepten dolayı Türkiye'de bulunan e-sporcular ve e-sporcu adayları yurt dışındakilere göre kendilerini daha zor şartlar altında geliştirmektedirler. Dijital oyunları, bilgisayarları kaldırmayan öğrenciler ise kendilerini mobil platformlarda geliştirmekte ve telefon, tablet üzerinden oynamaktadırlar. E-spor merkezinin güzel yanlarından biri de öğrencilere yeterli ekipmanı sağlayıp, kaliteli bir oynayış imkânı sunmakta oluşudur.

6.7.3 Üçüncü Sunum

Üçüncü sırada ele alınan konu, oyuncu ahlakı ve toksiklikti. Oyuncu ahlakı kısaca, e-sporcuların, oyuncuların, birbirlerine karşı kötü söz kullanmadan, karşıdakini kırmadan oyunu tamamlamalarıdır. Kimse birine kötü söz sarf ettiğinde onun iyi ya da kötü oynayışını etkileyemeyecektir. Kötü laflar eden bir oyuncuyla, oyun çekilir olmadığı için diğer oyuncular oyunu terk edebilmektedirler. Ayrıca kötü sözden ziyade oyunda hile yapmak da oyunun modunu düşürmektedir. Hileli kazanılmış bir maçta, gerçeğe bakıldığında aslında hiçbir kazanan bulunmamaktadır (*No Winners*).

Bu dersin diğer bir konusu ise *mikro, makro play* ve mental kavramlarıydı. *Mikro play* kişinin kendi oyunuyla alakalı olanlarken; *makro play*, takımı ve daha genelin oynayışını ilgilendiren kavramlardır. Takımın ruhunu ayakta tutan şeylerden biri de oyuncuların mental yani ruhsal sağlıklarının yerinde olmasıdır. Takımda bulunan bir negatif, toksik insanın varlığı takımın modunu düşürüp maçı kaybetmelerine neden olabilmektedir. Fakat negatif biri yerine pozitif bir takım arkadaşı, etrafına daha çok güven vereceği gibi ortamın havasını daha iyi bir duruma getirecektir. Özellikle e-sporcuların, *gaming house* içinde birlikte yaşadıkları, çalıştıkları düşünülünce negatif bir insanın varlığı bütün ev düzenini bozacaktır. ABD ve Avrupa e-spor sektöründe toksik e-sporcuların takımlarda barınmaları çok zordur. Fakat derste öğrendiğim bilgi doğrultusunda Türkiye'de, TESFED rekabetçi oyunlardaki bu toksik e-sporculara karşı bir yaptırım uygulamamaktadır.

6.7.4 Dördüncü Sunum

Dördüncü ele alınan konuysa bireysel antrenmandır. Maçlara her zaman takım arkadaşlarıyla ya da tanıdık insanlarla girilmemektedir. Özellikle e-sporcu olma sürecinde kendini yeterince geliştirmek isteyen bireyler, bireysel antrenmanlarla kendilerini hazırlamalıdırlar. Takım oyununa kimseyi tanımadan girmenin belli başlı zorlukları vardır. Zorlukların en sıkıntılı olanı ise takımda bulunan negatif veyahut oyuncu jargonunda toksik diyebileceğimiz kişilerin varlığıdır. Bu kişiler takımın enerjisini düşürürken, karşı ya da kendi takımı olmasına takılmaksızın herkese küfretme eğilimde olan kişilerdir. Herkesin kabullendiği ve koç tarafından da tavsiye edilen davranış ise toksik oyuncuların varlığını görmezden gelmektir. Böylece toksik insanların varlığına karşı alınabilecek en iyi önlem oyuncuyu, oyun içi susturmaktır (*mute* özelliği). Aynı zamanda oyun içi yazışma ekranı bulunan dijital oyunlar içinse oyuncuyu oradan da susturmak, engellemek işe yaracaktır. Diğer bir zorluksa, bireysel antrenman sırasında önceden tanınmayan oyuncularla takım oluşturulduğu için takım içi dayanışma gerçekleşmemesidir. Takım arkadaşları her zaman birbirlerine yardımcı olmamaktadır. Bu yüzden maç içindeki sıkıntılı bir esnada takım arkadaşının yardım etmemesi durumunda, kırılma-gücenme yaşanmamalıdır. Sıkıntılı davranışların beraberinde bireysel antrenmana odaklanma azalabileceği gibi gerçekleştirilmesi gerekilen sorumluluklar geri plana atılabilmektedir. Kendi gelişimine uğraşan bir kişinin bu tarz olaylara çok takılmadan olabildiğince maçına odaklanması gerekmektedir. Güzel galibiyetler gibi kötü yenilgilerin de olduğu unutulmamalıdır.

6.7.5 Beşinci Sunum

Beşinci sunum konusu olarak takım antrenmanının nasıl yapıldığı işlenmiştir. Antrenman öncesinde, sırasında ve sonrasında dikkat edilmesi gereken durumlar öğrencilere anlatılmıştır. Antrenman öncesinde IGL[26] (In Game Leader) önemli bir yol oynamaktadır. IGL konumundaki kişi takım arkadaşlarının neyi iyi yaptığını bilmelidir. Önemli bir nokta ise takımdaki kişilerin kafasına göre maçta hareket etmesindense, takım liderlerinin söylediklerine uymayı hedeflemesi gerekmektedir. Çünkü maçta kritik bir noktada fikir ayrılığına gidilmesi maçı kaybetmeye sebep olabilir. Tek bir fikir etrafında toplanıp sakin bir oyun sürdürmek ise maçı kritik noktadan galibiyete taşıyabilmektedir. Antrenman sırasında bilgi alışverişi mühim bir noktadır. Bireysel oynayış, takım oyununun önüne geçmemelidir. Takım, maça nasıl başladıysa aynı şekilde ciddiyetlerini koruyarak devam etmelidir. Antrenman sonrasında ise takım toplanıp nasıl oynadığının bir eleştirisini yapmalıdır. Böylece takımın

[26] IGL, takımdaki oyuncuları yöneten ve yönlendiren oyuncudur. Diğer oyunculardan daha iyi dereceye ya da oynayışa sahip olmak zorunda değildir. IGL olabildiğince sakin kalıp ciddiyetle görevini sürdürmelidir.

maçta ne kadar uyumlu oynadıkları ya da oynayamadıkları anlaşılıp, hataların düzeltilmesine gidilmelidir. Fakat maçın dönütleri yapılırken karşılıklı suçlamalardan kaçınılmalıdır. Takım oyuncularının birbirlerini suçlamaları, takımın uyumunu bozacağı gibi bireysel hareketlere ve suçlamalara da mahal verilmemelidir.

6.7.6 Altıncı Sunum

Altıncı sunumda e-sporcu hayatı işlenmiştir. Ders anlatımlarıyla birlikte e-sporcularla yapılan röportajlar, *gaming house* ve *gaming office* ziyaretlerini kapsayan videolar izlenmiştir. E-sporcunun hayatının büyük bir kısmını antrenman oluşturmaktadır. Derste söylenen günlük antrenman saati ise en az dört-beş saattir. E-sporcuların *gaming house* içinde yaşadıkları düşünülürse ruhsal sağlıklarının bozulmaması için olabildiğince sosyal hayatına zaman harcamalıdır. Koçun kendi çalışmaları sonucu ulaştığı bilgilere göre, pandemide karantina süreci boyunca *gaming house* içinde birlikte yaşayan e-sporcular oldukça sıkıntılı dönemlerden geçmişlerdir. Hayatını bilgisayar başında kazanan biri için, karantinada aynı masa başında hem yemek yiyip hem oyun oynayıp hem dizi, film izlemek, insanların mental sınırlarını zorlamış olmalıdır.

E-spor sektöründeki bir sorun da e-sporcuların menajer ve koçlarına profesyonel yaklaşıp seslenmeleri gereken unvanlarda değil de "abi" şeklinde seslenmeleridir. E-sporcuların yaşlarının on sekizden küçük olması da profesyonellikten uzak bir ortamda kötüye kullanıma dönebilmektedir.

6.7.7 Yedinci Sunum

E-spor takımındaki görevler konusuysa yedinci sunumun konusunu oluşturmuştur. Oyuncular, *head coach* (baş antrenör), yardımcı-profesyonel koçlar, *analytic ve theory crafterlar*[27] takımdaki görev dağılımı olarak listelenmektedir. Bunun yanı sıra e-spor takımlarının bir iş alanı olması nedeniyle e-spor takımlarının yönetim kısmında herhangi bir firmada görebileceğimiz muhasebe, insan kaynakları departmanlarının yanı sıra takımın sahibi bulunmaktadır. E-spor sektöründe menajerler, genelde iyi oyuncu arayan yetenek avcıları gibi karşımıza çıksa da takımın her üyesinden sorumlu olmaları nedeniyle çıkabilecek her türlü huzursuzluğa karşı takım içi sorunların çözümü için uğraşmaktadırlar. Diğer ilgi çekici husus ise menajerlerin koç ve e-sporcular arasındaki dengeyi sağlamakla görevli olmasıdır. Koçun bir oyuncuyu takımdan atma yetkisi bulunmamaktadır, bu sebepten dolayı e-sporcunun devam edip etmemesi kararı menajere kalmaktadır. Koçların ana görevleri ise e-sporcuların

[27] Analitik ve teori zanaatkârları olarak Türkçeye çevirebileceğimiz takımdaki bu görev; oyunun iç yapısını, mekaniğini anlamaya çalışan, gerektiğinde matematiksel analizler yaparak yeni yollar, stratejiler bulmaya çalışan oyunculardır.

performans değerlendirmelerini yapmak, oyun türüne bağlı kahraman seçimi, oyun içi planı gibi taktikler vermektir. Takıma yeni katılan e-sporcuların gelişimi, ciddiyeti gibi faktörleri de takibe almaktadırlar. Hizmet departmanı altında ise *gaming house* ve ofiste diyetisyen, psikolog, spor uzmanı gibi oyunculara yardımcı olacak görevliler bulunmaktadır.

E-spor takımlarının kazanç sağladıkları ana gelirse sponsorlardan gelmektedir. Sponsorların yüksek meblağları karşılığında takım sahibi oldukları ya da takım adlarının başına kendi firma adlarının eklendiği de bilinmektedir. Ayrıca takımların turnuvalardan kazandıkları ödüller de e-spor takımının gelirine yazılmaktadır. Koçun kendi çalışması sonucu verdiği diğer bir bilgiyse, gelir hanesinin en büyük getirilerinden birinin de "online iddia" olmasıdır. Fakat Türkiye'de online iddia, devlet tekeli dışında olduğu zaman yasal olmadığından, Türk takımları bu yoldan kazanç elde edememektedir.

6.7.8 Sekizinci Sunum

Sekizinci ders konusu aile değerleri ve dengeli beslenmeyle ilgiliydi. Aile değerleri konusunda üstünde durulan kavramlar aileye karşı sorumluluk, sevgi, saygı, hoşgörü, iletişimdi. Dengeli beslenme konusunda ise bilgisayar başında saatlerini geçirecek olan e-sporcu adaylarına karbonhidrat, yağ, protein, vitamin, mineral tanımlamaları yapıldıktan sonra yeterli ve düzenli beslenmenin önemi anlatıldı. E-sporcuların başına gelen hastalıklar hakkında kısaca bilgi verildi. E-sporcuların maruz kalabileceği fiziksel hastalıklar (karpal tünel sendromu [28], egzersiz eksikliği, kötü duruş, hareketsizlik, zihinsel yorgunluk, vd.) yanında psikolojik rahatsızlıklar da geçirebilmektedirler. Rehberlik ve psikolojik danışmanlık ile diyetisyenlik konusunda uzmanlığı bulunmayan koç, olabildiğince düzgün bir şekilde temel anlatım yapmıştır.

6.7.9 Dokuzuncu Sunum

Son anlatım turnuva kültürü üzerine yapılmıştır. Antrenmandan farklı olarak turnuvalarda daha yoğun bir rekabet ve izleyici kitlesi vardır. Turnuvalardaki izleyiciler, e-sporcularda heyecan yaratmaktadır ve rekabet körüklenmektedir. Turnuvalara katılmak için her zaman e-sporcu olmak ya da e-spor takımına dahil olmak gerekmemektedir. Oyuncular için ödüllü turnuvalar düzenleyen *Masters of Gamers*[29] sitesi hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıyeten koç kendi turnuva anılarını öğrencilere anlatmıştır.

[28] Aynı hareketi sürekli yapmaktan dolayı oluşan kas-sinir hastalığıdır. Sürekli olarak mouse tıklaması gibi nedenlerden olabilmektedir.

[29] https://www.masterofgamers.com/ Son Erişim 22.05.2023

6.8 Üsküdar Espor Merkezi'nde Gözlem Boyunca Ders Alan Öğrenciler

Derse süreklilik göstererek gelen altı öğrenci ile alakalı notlarım ve görüşlerim aşağıda bulunmaktadır. Birden altıya kadar adlandırılan öğrencilerin, ad ve soyadları gizlilik esasından dolayı verilmeyecektir.

Birinci öğrenci derslerle en ilgilenen kişi olarak görünmektedir. Kendini oyun içi geliştirmek için çabalamaktadır. Koç ile de sık sık iletişime geçip bilgi edinmektedir. Birinci öğrenci, e-sporcuların ad ve yetkinlikleri hakkında bilgilere sahiptir. Profesyonel oyuncuların maçlarını izleyip analizler elde edip kendi maçları üzerinde çalışmalar yapmaktadır. Oynadığı dijital oyunda belli başlı istatistiki bilgi eksiklikleri olsa bile ümit vaat eden gençlerden birisidir. Ayrıca bir aylık ders sürecinde oyun içi derece atlamıştır.

İkinci öğrenci, eskiden bir dijital oyunun turnuvalarında profesyonel oyuncu olarak oynamış birisiydi. Ayrıca lise sonda olan ikinci öğrenci, üniversite hayatında girmek istediği bölümü, yazılım mühendisliği olarak seçtiğini belirtmiştir. İleriki yaşamında da dijital oyunlardan kopmak istememektedir. Kendi alanındaki dijital oyunlarda gayet başarılı oynayışları bulunmaktadır.

Üçüncü öğrenci mobil platformunda oynayan bir öğrenciydi ve dersler boyunca bilgisayar platformunda yeni oyunları keşfetme imkânı buldu. Mobil platformunda oynuyor olsa bile eskiden gelen bir bilgisayar becerisi olup olmadığını bilmemekteyim. Her halükarda, bir ay gibi kısa bir sürede, kendisine yeni olan bir dijital oyunda, olabildiğince kendini geliştirmiştir. Üniversitesinde ilk senesine başlayacak olmasına rağmen, en son tam olarak hangi bölümü seçmesi gerektiğinin kararını verememişti.

Dördüncü öğrenci üniversite mezunuydu. Yaş olarak sınıfın geri kalanından daha büyüktü. E-sporcu seçimlerinde göreceli olarak belli bir yaşın üstü alınmadığı için e-sporcu olabileceğini çok düşünmemekteyim. Derslerle de çok ilgili gözükmeyen dördüncü öğrenci, birkaç el maç attıktan sonra ders bitimine doğru çıkmaktaydı. Ayrıca koçun verdiği bilgiye göre de e-sporcu olabilecek kadar iyi oyun sergilememekteydi.

Beşinci öğrenci hakkında çok bilgi edinememiş olsam da kendisi lise öğrencisiydi. Gördüğüm kadarıyla dersleri dinliyor sonrasında da ilgilendiği dijital oyunu oynuyordu. Bir aylık ders sürecinin bitmesine az bir süreç kala ise antrenman yapmaktan ziyade daha boş takılıyor ve konsolun bulunduğu odaya gidip eğlencesine *FIFA* (1993)[30] oynuyordu.

[30] Kısaca FIFA (Fédération Internationale de Football Association) olarak bilinen Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği adı aynı zamanda Electronic Arts oyun firmasının geliştirdiği futbol dijital oyununun da adıdır.

Altıncı öğrenci ise bir nebze daha dijital oyun sektörüyle bağlantılı gözükmektedir. Lise öğrencisi olan altıncı öğrenci, aynı zamanda video düzenlemeleri, montaj gibi işlerle de uğraşmaktadır. Beşinci öğrenci ile arkadaş olan altıncı öğrenci bir aylık ders sürecinin bitimine doğru merkezde, eğlencesine takılmaya başlamıştı.

6.9 Gözlem İle İlgili Yorumlar

Öğrenciler arasında e-spor hakkında bilgi sahibi olan da olmayan da bulunmaktaydı ve bir kısım öğrenci öylesine geliyor gibi gözükmekteydi. İlk başta öğrenciler, merkeze, derslerin sonunda e-sporcu olabilmek ve takımlar tarafından seçileceklerini düşünerek geldiyseler bile bu istekleri biraz boşa çıkmaktadır. Ama meslek seçimini e-spor sektöründe geliştirmek isteyen öğrencilere bu merkezin kesinlikle bir şeyler kattığı da bir gerçektir. Oyun oynayıp hayatını kazanmak isteyen öğrencilerin, bazı ülkelerde olduğu gibi e-sporcu olarak üniversite bursu kazanma ihtimali çok düşüktür. E-spor bursunu Türkiye'de sadece Bahçeşehir Üniversitesi sağlamaktadır. Fakat kendilerini iyi bir doğrultuda geliştirebilirlerse e-spor kulüplerinden birinde takıma katılma şansları bulunmaktadır ve e-spor merkezinde, öğrencilerin elde ettiği en etkili imkân ise oyunlarda yaptıkları hataların koçları tarafından açıklanmasıdır. Koç öğrencilerin yanlarına giderek gerekli açıklamaları yaparak nerelerde yanlış yaptıklarını ve uygulayabilecekleri stratejileri söylemektedir. Öğrencilerin maçı kaybetmesi durumda, koç maçı izleyip aslında öğrenciye olabildiğince iyi oynadığını fakat karşının onlardan daha iyi oynadığını ya da takım arkadaşın şöyle yapsaymış daha iyi olurmuş şeklindeki analizlerini de paylaşmaktadır. Böylece öğrenciler sadece kendilerinin analizini yapmaktansa genel tabloyu daha iyi kavramaya başlamışlardır. Bunun yanı sıra öğrenciler kendi oyunları dışında oyunları da deneyebilmekte ayrıca bu ortamda yeni arkadaşlıklar edinmektedirler.

Öğrenciler, birlikte takım olarak maça girmekte ve ayrıca bazı günlerde de koçun da takıma dahil olmasıyla birlikte takımı galibiyete taşımaya çalışmışlardır. Yan yana bulunan öğrencilerin takım şeklinde hareket edebilmeleri, e-spor sektörüne adım attıklarında hem iletişim becerisi hem de takım çalışması becerisi olarak onlara dönüt sağlayacaktır. Birbirlerini başta tanımayan bu öğrencilerin sonradan takım olarak oynamaya başlamaları, birbirlerine yardımcı olmaları; dijital oyunun, insanları sosyal hayattan kopardığını ima eden genel kanaat aksine; insanların, sosyalleşmesine ve arkadaş edinmelerine katkı sağladığının bir göstergesidir.

Ne yapmak istediğini bilip gelen öğrenciler, e-spor hakkında daha çok bilgi öğrenme arayışında olup e-sporcu olabilmek için çabalamaktalardır. E-spor kavramına aşina olup detaylı bilgiye sahip olmayan kişilerde ise "Zaten oyun oynuyorum, neden oyun üzerinden para kazanmayayım ki?" algısı oluşmaktadır. Derste bulunan iki öğrenci antrenman sırasında aynı zamanda yayın da açmıştır. Yayını

neden açtıklarını sorduğumda ise "Zaten oynuyorum, kimse izlemese bile arkada açık kalsın. Ne fark eder ki." cevabını aldım. Öğrencilerin e-spor ile ilgilendikleri kadar yayıncılıkla da ilgilendiği söylenebilir. Fakat yayın açmalarının sebebinin para kazancı için ya da farklı sebepten dolayı olup olmadığı hakkında bir bilgim bulunmamaktadır.

Öğrencilerden biri, bir aylık süre boyunca kendini ilk defa oynadığı dijital oyunda geliştirmeye başlamıştır. Profesyonel e-sporcuların ya da takımların turnuvalarda uyguladığı ekonomi, saldırı stratejileri gibi olgulara öğrencilerin oynayışında rastlanmamıştır. Fakat profesyonel bir e-sporcu ile merkeze gelen öğrencileri kıyaslamak hiç doğru bir seçenek olmayacaktır. Öğrencilerin bu süreçte kendi ilgilendikleri dijital oyunlarda geliştiklerini kabul etmek gerekmektedir. Özellikle *mouse* kullanımları, zamanında doğru tuş basımı, reflekslerindeki tepki sürelerinde kısalma, oyun içi daha doğru eşya seçimi gibi yeteneklerde ilerleme kaydeden öğrenciler olmuştur. Önlerinde kendilerini geliştirmek için uzun bir yol bulunmaktadır.

Bir aylık süreç boyunca olumsuz olarak gördüğüm şeylerden ilki sınıfın yirmi kişi olması ama genelde beş kişinin derse gelmesiydi. E-spor merkezine yapılan başvuru sayısı ne kadar fazla olsa da öğrenciler derse gelmemekteydi. Diğer bir husus ise bazı öğrencilerin kafaları, ne yapmaları gerektiği konusunda oldukça karışıktı. Kendine belli bir yol belirleyenler olduğu gibi "akışına" bıraktığını söyleyen öğrenciler de bulunmaktaydı. Bu durumu olumsuz olarak görmemin nedeni ise bazı öğrencilerin merkeze gelmelerindeki amacın "Öylesine geldim." olarak gözükmesidir. "Öylesine gelme" durumu, e-spor konusunda daha istekli ve azimli kişilerin merkeze seçilmesine etki ettiğinden dolayı bunu bir olumsuzluk olarak yorumlamaktayım. Koçla sürekli iletişim halinde olup kendini geliştirmek için uğraşan öğrenciler de varken aynı zamanda istekli olmayıp, oyun oynayıp giden öğrencilerin varlığı seçilemeyen istekli öğrencilerin önünü kapatmaktadır.

Ne olumlu ne de olumsuz olarak adlandıramayacağım, duruma tarafsız kaldığım bir olay daha vardır. Bu da aile değerleri dersinde koçun aile değerlerine karşı müstehzi yaklaşımıdır. Aile kavramına saygı duyulması ya da duyulmaması benim yargılayabileceğim bir şey değildir. Fakat gelen öğrencilerin birçoğu e-spor sektörüne aile baskı yüzünden girememektedir. Bu sebepten dolayı karşılıklı iki tarafta da birbirini anlamama ve kabullenmeme sorunları ortaya çıkmaktadır. Kişisel düşüncem ise merkeze gelen öğrencilere, koçun bu konuda daha ılımlı yaklaşmayı öğütlemesi yönündedir. Keza koçun alaycı yaklaşımı, öğrenciyi elde etmesini kolaylaştırırken, öğrenciler anlaşıldığını hissetmektedir. Duruma bu yaklaşımla bakıldığında ise koçun yaptığının yanlış olduğunu düşünmemekteyim.

Gözlem sırasında derslerden birine dokuz yaşında bir çocuk ailesi ile gelmiştir. Ebeveynleri çocuğun dijital oyunları çok sevdiğini ve e-sporcu olmak istediğinden bahsetmiştir. Çocuklarının merkezdeki eğitime katılmak istediğini söylemişlerdir. Ebeveynler aynı zamanda e-spor hakkında bilgi

sahibi olmadıklarını söylemişlerdir. Koç ise gerekli açıklamayı yapmıştır. Fakat çocuk, yaşının aşırı küçük oluşundan dolayı merkeze başvuramamıştır. Buradan çıkarmamız gereken sonuç ise yeni yetişen jenerasyonun direkt olarak dijital oyunla dolu bir dünyaya doğduğunu ve hayatlarında normal bir parça olduğunu fark etmemiz gerekliliğidir. Daha küçük yaşlardan itibaren çocukların kendilerine seçtikleri mesleğin e-sporcu olabileceğini de böylece deneyimlemiş oldum.

Son olarak MOBA derslerini veren koçun, merkez hakkında düşündükleri şu şekildedir:

"Öncelikle burası çok güzel bir yer, çok güzel bir fırsat çocuklar için. Neden? Çünkü geçen ay yirmi öğrenci para vermeden buraya geldi… İki üç tane öğrenciden, "Ben e-sporu bırakıyorum. E-spor benim beklediğim gibi bir şey değilmiş. Ben bu kadar zaman harcayamam." gibi bilinçli bir yanıt aldım. "Bundan sonra daha for fun (eğlence için) oynayacağım." Birkaç tanesinde de "Ben gerçekten e-sporcu olmak istiyorum.", biri hatta "Ben koç olmak istiyorum." dedi. "Koç, işte seni gerçekten çok beğendim. Bence çok mantıklı oynuyorsun. Ben sen olmak istiyorum." dedi ben çok gurur duydum… İki tane gerçekten koç olmak isteyen, e-sporcu olmak isteyen öğrencim vardı ve ben onlara yol yordam gösterdim. Bu beş kişide, bu kişiden çok iyi feedback aldım. Diğerlerinden de daha hafif feedbackler aldım. Burası ücretsiz bir yer olduğu için gerçekten isteyen kişilerden ziyade herkes öylesine geliyor gibi. Benim de buraya ayırabilecek zamanım olsa ben de gelmek isterdim… Burada o bir aylık süreçte e-spor konusunda aşırı bilinçleniyorlar. Artı, "Ben e-sporcu olmak istiyor muyum, istemiyor muyum?"un cevabını alıyorlar aslında. Turnuvalardan bir görüyorlar "Abi çok kolay, güzel para". O kadar, o öyle değil ama işte aslında. E-sporcuların maaşlarına çok şaşırdılar. Hiç bekledikleri kadar yüksek değildi ortalama bir Türk e-sporcunun… Ama yani buradaki olay şu, burası aslında o hayallerindeki oyun oynamayı sevdikleri için e-spor rüyasının gerçekçiliğini onlara gösteriyor. Böyle bir yer o yüzden çok önemli. Mesela olsaydı ben e-spora hiç girmezdim… Ben de yani e-spor oyuncusu olabilirdim. Belki de cidden şu an bir takıma koçluk yapıyordum. Yani ben burada verdiğim bilgilerin hepsini kendim öğrenmek zorunda kaldım. İnanılmaz bilgi kirliliği içinde öğrenmek zorunda kaldım. Bunlar da işte bu bilgi kirliliğinden çıkıyorlar. İşte aynı zamanda bazı oyuncuların evde imkanı yok oyun oynamaları için. Yani bu kadar iyi imkanı yok. Atıyorum evde 60 FPS'te (Frame Per Second) oynuyor bazen bir smoke atılıyor, FPS düşüyor. Burada 140'ta FPS bir oyun oynuyor. Bunun da artısını görüyor. "Aa, evet ben böyle ekipmanla daha iyi oynuyorum." diyor… Ya genel olarak güzel bir ortam ve şu anda birden fazla belediyede de var. Umarım daha fazla belediyede de olur. Bunu gerçekten çok içimden söylüyorum. Böyle devam ettiği sürece yani güzel bir yer. Genel olarak çok büyük bir fırsat. Sırf gençler için de değil, e-sporla ilgilenen herkes için büyük bir fırsat olduğunu düşünüyorum."

7 ANKET ARAŞTIRMASININ GENEL BULGULARI

7.1 Anket Araştırması Hakkında Genel Bilgilendirme

Anket, Türklerin e-spor, dijital oyun ve boş zaman kavramlarıyla ilgi düşünceleri ve bilgi düzeylerini anlamak amacıyla 2021-2022 yılları aralığında toplamda 202 kişiyle gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların Türk olması dışında bir kısıtlama bulunmamaktadır.

7.2 Katılımcıların Tanıtımı

Katılımcıların yüzde 58,9'u erkek, yüzde 41,1'i kadınlardan oluşmaktadır (Tablo 1). Katılımcıların nerelerde ikamet ettikleri şehir olarak sorulmuştur. Çıkan sonuç doğrultusunda biri yurt dışı olmak üzere otuz yedi farklı şehir yazıldığı için katılımcıların ikametleri, bölge olarak sınıflandırılmıştır. En yüksek katılım Karadeniz ve Marmara Bölgelerinden sağlanmıştır. Dijital oyun oynama ya da tezin çalışma konusu olan yayıncı ve e-sporcu olmak için belli bir yaş aralığına ihtiyaç duyulmadığı için yaş sınırlandırılmasına gerek duyulmamıştır. Bu yüzden katılımcıların yaşları 10 ila 65 arasında değişkenlik göstermektedir. 10-14 yaş aralığında bulunan katılımcıların aileleri de ankete katılmıştır. Ankete katılan 25-29 yaş grubundaki kişiler, yüzde 28,2 ile en yüksek katılımı oluşturmuşlardır. Eğitim alanında en yüksek katılımı oluşturan kesim ise yüzde 47,5 ile lisans okuyan/mezun kişilerden oluşmuştur.

7.3 Çoktan Seçmeli Soruların Yorumlanması

Katılımcılara dijital oyun oynayıp oynamadıklarına dair yöneltilen soruda yüzde 74,3'lük kısmı "Evet", yüzde 25,7'lik kısmı ise hayır cevabını vermiştir (Tablo 1). Katılımcıların büyük çoğunluğunun dijital oyun oynadığı anlaşılmıştır. 25-29 yaş aralığında bulunan katılımcıların en çok dijital oyun oynayan yaş grubu olduğu fark edilmiştir. 25-29 yaş aralığındaki katılımcılar Türkiye'de dijital oyunun yeni yeni duyulduğu 1990-2000 döneminde doğan kişilerdir. Yakın dönemde doğan gençlere göre yönelebilecekleri sosyal medya gibi bir çevrelerinin olmayışı, muhtemelen onları yeni bir olgu olan dijital oyuna itmiştir. Keza yine eğitim durumu verilerine bakıldığında lisans mezunu olan ya da devam eden katılımcılar dijital oyun oynadıklarını belirten en yüksek grubu oluşturmuştur. Yaş aralığı olarak da iki bilgi birbiriyle örtüşmektedir. Bir diğer veri olan bölge ise gösteriyor ki, dijital oyun oynadığını beyan eden en yüksek grup Marmara Bölgesinden çıkmaktadır. E-sporcu ve yayıncılarla yapılan görüşmelerde, görüşmeciler yine 1990 ila 2000'li yıllara tekabül eden dönemlerde küçük şehirlerde dijital oyuna çok zor ulaştıklarından ve korsan satışı kullanmak zorunda kaldıklarından bahsetmişlerdir.

İstanbul'da (Marmara Bölgesinde) yaşayan kişilerin ise dijital oyunlara çok daha kolay erişebildiklerini anlatmışlardır. Bu sebeple anket verisi ve görüşmeci söylemleri birbirini kanıtlayabilen bir algı yaratmaktadır. Dijital oyun oynama sorusundan sonra gelen dört soru, bu soruya "Evet" cevabı veren katılımcılara sorulmuştur. Bu nedenle "Dijital oyununuzu hangi platformda oynarsınız?", "Kaç yıldır dijital oyun oynuyorsunuz?", "Hangi amaçlarla oyun oynuyorsunuz?" ve "Verilen oyunlardan herhangi birini oynuyorsanız işaretleyiniz." sorularını ve ifadesini 202 kişinin yüzde 25,7'si cevaplamamıştır.

Tablo 1. Ankete Katılanların Genel Sınıflandırılması ve "Dijital Oyun Oynuyorlar Mı?" Sorusuna Verdikleri Cevaplar

		Dijital Oyun Oynuyorlar Mı? (n=202)					
		Evet		Hayır		Toplam	
		Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	45	54,2	38	45,8	83	100
	Erkek	105	88,2	14	11,8	119	100
Toplam		150	74,3	52	25,7	202	100
Yaş Aralığı	10-14	14	87,5	2	12,5	16	100
	15-19	20	83,3	4	16,7	24	100
	20-24	26	68,4	12	31,6	38	100
	25-29	46	80,7	11	19,3	57	100
	30-34	18	85,7	3	14,3	21	100
	35-39	10	66,7	5	33,3	15	100
	40-44	10	55,6	8	44,4	18	100
	45-49	3	75	1	25	4	100
	50-54	0	0	3	100	3	100
	55-59	0	0	1	100	1	100
	60-64	3	75	1	25	4	100
	65-69	0	0	1	100	1	100
Toplam		150	74,3	52	25,7	202	100
Eğitim Seviyesi	İlkokul	0	0	1	100	1	100
	Ortaokul	18	94,7	1	5,3	19	100
	Lise	35	62,5	21	37,5	56	100
	Ön lisans	6	60	4	40	10	100
	Lisans	73	76	23	24	96	100
	Yüksek Lisans	18	94,7	1	5,3	19	100
	Doktora	0	0	1	100	1	100
Toplam		150	74,3	52	25,7	202	100
İkamet Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	18	94,7	1	5,3	19	100
	Doğu Anadolu Bölgesi	3	75	1	25	4	100
	Ege Bölgesi	14	66,7	7	33,3	21	100
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	2	100	0	0	2	100
	İç Anadolu Bölgesi	27	84,4	5	15,6	32	100
	Karadeniz Bölgesi	32	51,6	30	48,4	62	100
	Marmara Bölgesi	53	86,9	8	13,1	61	100
	Yurtdışı	1	100	0	0	1	100
Toplam		150	74,3	52	25,7	202	100

Tablo 2. Çoktan Seçmeli Sorulara Gelen Cevaplar I			
		Sıklık	Yüzde
Oyun Oynanılan Platform (n=150)	Bilgisayarda oyun oynayan	104	42,6
	Telefon ve tablette oyun oynayan	97	39,8
	Konsolda oyun oynayan	43	17,6
Kaç Yıldır Oyun Oynuyorlar? Yıl Aralığı (n=150)	0-2 yıl	8	5,3
	2-4 yıl	16	10,7
	4-6 yıl	26	17,3
	6-8 yıl	17	11,3
	8-10 yıl	6	4,0
	10 ve üzeri	77	51,3
Oyun Oynama Amacı (n=150)	Eğlence	139	42,5
	Sosyalleşme	44	13,5
	Para kazanma	10	3,1
	Boş vakit geçirme	96	29,4
	Başarma duygusu	31	9,5
	Meslek için	5	1,5
	Diğer	2	0,6
İzlenilen Yayın Platformları (n=95)	Twitch	59	38,8
	Youtube	76	50
	Facebook	5	3,3
	Diğer	12	7,9

Dijital oyun oynadığını beyan eden katılımcıların en çok kullandıkları araç, yakın oranlarla çıkan yüzde 42,6 ile bilgisayar ve yüzde 3,8 ile telefon-tablettir (Tablo 2). Konsollar, sadece dijital oyun oynamak için kullanılan elektronik aletler oldukları dolayısıyla ve yüksek meblağlarda satıldıkları için Türkiye'de kendine çok yer edinememiştir. Bilgisayar ve telefon ise her alanda işe yarayan kompakt aletler olması nedeniyle daha çok tercih edilmektedir. O yüzden elde edilen veriler beklentiyi karşılamıştır.

Dijital oyun oynayan kişilerin büyük bir çoğunluğu, yüzde 38,1 ile, on seneden fazladır oyun oynadığını belirtmiştir ve bu uzun zamandır devam ettirdikleri eylemi yapma amaçlarının öncelikli olarak eğlence ve boş zaman geçirmek için olduğunu görmekteyiz (Tablo 2). Eğlenme ihtiyacı için yapılan aktiviteler genel olarak boş zaman içinde gerçekleştirilen eylemler olarak düşünüldüğünde, dijital oyun oynamanın, katılımcıların gözünde bir boş zaman aktivitesi olarak görüldüğü doğrudur.

Tablo 3. Çoktan Seçmeli Sorulara Gelen Cevaplar II						
	Evet		Hayır		Toplam	
	Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde
Yayın İzliyor Mu?	95	47	107	53	202	100
E-spor Turnuvaları İzliyor Mu?	88	65,2	47	34,8	135	100
E-sporcu ve E-spor Kavramlarına Aşina Mı?	135	66,8	67	33,2	202	100

Dijital oyun oynamanın aksine yayın izleme sorusuna katılımcılardan gelen yanıt yüzde 53 ile "Hayır" olmuştur (Tablo 3). Yayın dijital oyunlar dışında da çok farklı alanlarda yapılabilen bir iş olduğu için soru direkt olarak "Dijital oyun yayınları izliyor musunuz?" şeklinde katılımcılara sunulmuştur. Ne kadar hayır cevabı yüksek çıkmış olsa da dijital oyun oynayan katılımcıların yüzde 47'si yayın izlediklerini beyan etmişlerdir. Yayın izlediğini söyleyen doksan beş katılımcıya en çok kullandıkları platform sorulmuştur. Beşinci bölümde görüşmecilerle yapılan konuşmalar sırasında da Üsküdar Espor Merkezi'nde gözlem yapılırken de kişilerin en çok yayın izleme ve yapma platformu olarak kullandıkları, *Twitch* olarak gözlemlenmiştir. Fakat anket verilerine göre Türkiye'de, *Youtube* yüzde 50 ile en çok kullanılan platformdur.

Dijital oyun oynamayan kişi sayısı yüzde 25,7 iken, e-spor ve e-sporcu kavramlarına aşina olmayan kişi sayısı toplam 202 kişide sadece yüzde 33,2'dir (Tablo 3). Dijital oyun oynayan fakat e-spor kavramını henüz öğrenmemiş olan aradaki yüzde 7,5'lik kesimin genellikle e-sporu yapılmayan oyunları oynadıkları düşünülmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bu durum anlamlandırılmaya çalışılacaktır. E-spor kavramına aşina olduğunu belirten 135 kişiye e-spor turnuvalarını izleyip izlemedikleri sorulmuştur (Tablo 3). Yüzde 65,2 kişinin e-spor turnuvalarını izlediği öğrenilmiştir. Genel anlamda bakıldığında 202 katılımcının yüzde 43,6'sı e-spor yayını izlemektedir. Dijital oyun oynama oranının yüzde 74,3 olduğu düşünülürse, e-spor turnuvalarını izleyen yüzde 43,6 bir hayli yüksek bir orandır.

Çalışmanın beşinci bölümünde, görüşmecilerin aile desteği hakkında sorunlarından bahsedilirken çocuğuna destek olan ailelerin dijital oyunları bildiği ve oynadığı, bu sayede de e-spor, yayın kavramlarına aşinalık oluşturdukları öğrenilmiştir. Özellikle de e-sporu yapılan dijital oyunların oyun içi sayfalarında, ana menülerinde; e-spor haberleri, duyurularıyla alakalı bölümler bulunmaktadır. Böylece bu dijital oyunları oynayan kişiler e-spor turnuvaları izlemiyor olsa bile göz aşinalığı kazanmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Oynadıkları Dijital Oyunlar				
			*E-spor/E-sporcu kavramlarına aşinalık	
Oynanılan Dijital Oyunlar	Sıklık	Yüzde	P-değeri (Pearson Ki-kare)	P-değeri (Fisher Exact Testi)
Arena of Valor	8	1	0,042	
Asphalt 9: Legends	35	4,3	0,003	
Brawl Stars	39	4,8	0,062	0,09
Call of Duty: Mobile	30	3,7	<,001	
Clash of Clans	54	6,7	<,001	
Clash Royale	37	4,6	0,001	
CS: GO	82	10,2	<,001	
Dota 2	30	3,7	<,001	
FIFA	73	9,1	<,001	
Fortnite	36	4,5	<,001	
Hearthstone	27	3,4	0,002	
LoL	59	7,3	<,001	
Mobile Legends	31	3,9	0,003	
Overwatch	17	2,1	0,002	
PUBG Mobile	68	8,4	<,001	
PUBG	63	7,8	<,001	
Rainbow Six Siege	26	3,2	<,001	
Starcraft II	13	1,6	0,044	
Valorant	53	6,6	<,001	
Zula	7	0,9	0,28	0,43
Hiçbiri	17	2,1	<,001	
Toplam	202	100		

Katılımcılara e-sporu yapılan dijital oyunların bulunduğu bir liste sunulmuştur (Tablo 4). En çok oynanılan oyunların başında yüzde 10,2 ile *CS: GO*, sonrasında yüzde 9,1 ile *FIFA*, onları hemen arkalarından takip eden yüzde 8,4 ile *PUBG Mobile* bulunmaktadır. En yüksek oynanma oranlarına sahip olan bu üç oyun Türkiye'deki e-spor sektöründe önemli bir yer tutmaktadır. *CS: GO*, diğerlerinden farklı olarak 2012 yılında duyurulmadan önce, 2000 yılında *CS* olarak tanınırken, Türkiye'deki e-sporun başlamasına öncülük etmiştir. Türkiye'nin ilk e-sporcuları *CS* oyunu ile duyulmaya başlamıştır. Bu bilgiyle beraber elde edilen veriler ışığında bakıldığında her oyun oynayan iki kişiden birinin *CS: GO* oynaması çok şaşırılacak bir konu değildir.

7.4 Ki-Kare Testlerinin Değerlendirilmesi

Tablo 5. Katılımcı Cinsiyeti ile Çoktan Seçmeli Soruların Ki-Kare Testleri								
		*Katılımcının Cinsiyeti						P-değeri (Pearson Ki-kare)
		Kadın		Erkek		Toplam		
		Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	
Dijital Oyun Oynuyorlar Mı?	Evet	45	30	105	70	150	100	<,001
	Hayır	38	73,1	14	26,9	52	100	
Toplam		83	41,1	119	58,9	202	100	
Yayın İzliyor Mu?	Evet	20	21,1	75	78,9	95	100	<,001
	Hayır	63	58,9	44	41,1	107	100	
Toplam		83	41,4	119	58,9	202	100	
E-sporcu ve E-spor Kavramlarına Aşina Mı?	Evet	42	31,1	93	68,9	135	100	<,001
	Hayır	41	61,2	26	38,8	67	100	
Toplam		83	41,1	119	58,9	202	100	
E-spor Turnuvası İzliyor Mu?	Evet	18	20,5	70	79,5	88	100	<,001
	Hayır	24	51,1	23	48,9	47	100	
Toplam		42	31,1	93	68,9	135	100	

Dijital oyun oynama, yayın izleme, e-spor kavramına aşinalık ve e-spor turnuvası izleme verilerinin, katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı bir sonuç oluşturup oluşturmayacağını anlamak için bu durumlara ki-kare testi uygulanmıştır (Tablo 5). Verilen durumların hepsine "Evet" yanıtını daha çok veren cinsiyet grubu erkekler olarak görülmektedir. Ki-kare sonuçlarına göre verilen tüm durumlarda p değeri, anlamlılık değeri olan 0,05'in altında bulunmuştur. Ki-kare testi de gösteriyor ki Türkiye'de dijital oyun konusunda erkekler kadınlara göre daha öncü bir konumdadır.

Tablo 6. Dijital Oyun Oynama ve E-spor Kavramına Aşinalık Sorularının Ki-Kare Testi								
		*E-sporcu ve E-spor Kavramına Aşinalar Mı?						P-değeri (Pearson Ki-kare)
		Evet		Hayır		Toplam		
		Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	
Dijital Oyun Oynuyorlar Mı?	Evet	114	76	36	24	150	100	<,001
	Hayır	21	40,4	31	59,6	52	100	
Toplam		135	66,8	67	33,2	202	100	

Dijital oyun oynayan kişilerin, e-spor kavramına karşı aşinalığının daha fazla olduğunu teyit edebilmek adına iki soruda elde edilen verilere ki-kare testi uygulanmıştır (Tablo 6). Aradaki p değerinin 0,001'den küçük çıkması bu durumun anlamlı bir çıkarım olduğunu doğrulamıştır. Ayrıca e-sporu bulunan dijital oyunları oynayan katılımcıların, e-spor kavramına aşinalığı olması arasında anlamlı bir bağlantı olduğunu anlayabilmek adına bu iki duruma da ki-kare testi uygulanmıştır (Tablo 4). Çıkan

sonuçlarda listede verilen yirmi dijital oyunun sadece ikisi anlamlılık oluşturmamaktadır. İki oyunda da beklenen oranlarda cevap alınamadığı için, yani veri yetersizliğinden kaynaklı arada anlamlılık oluşmadığı fark edilmiştir.

Tablo 7. Likert Tipi İfadelerin Ki-Kare Testleri

		*Dijital oyun oynuyorlar mı?						P-değeri (Pearson Ki-kare)
		Evet		Hayır		Toplam		
		Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	Sıklık	Yüzde	
Birkaç mobil oyun (Candy Crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır.	Hiç Katılmıyorum	98	89,9	11	10,1	109	100	<,001
	Katılmıyorum	13	68,4	6	31,6	19	100	
	Kararsızım	14	70	6	30	20	100	
	Katılıyorum	7	50	7	50	14	100	
	Tamamen Katılıyorum	18	45	22	55	40	100	
	Toplam	150	74,3	52	25,7	202	100	
Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim.	Hiç Katılmıyorum	25	51	24	49	49	100	<,001
	Katılmıyorum	8	66,7	4	33,3	12	100	
	Kararsızım	28	73,7	10	26,3	38	100	
	Katılıyorum	25	86,2	4	13,8	29	100	
	Tamamen Katılıyorum	64	86,5	10	13,5	74	100	
	Toplam	150	74,3	52	25,7	202	100	
Yayıncı (streamer) olmak bir meslektir.	Hiç Katılmıyorum	17	53,1	15	46,9	32	100	<,001
	Katılmıyorum	9	75	3	25	12	100	
	Kararsızım	23	51,1	22	48,9	45	100	
	Katılıyorum	30	83,3	6	16,7	36	100	
	Tamamen Katılıyorum	71	92,2	6	7,8	77	100	
	Toplam	150	74,3	52	25,7	202	100	
E-sporcu olmak bir meslektir.	Hiç Katılmıyorum	19	57,6	14	42,4	33	100	<,001
	Katılmıyorum	9	64,3	5	35,7	14	100	
	Kararsızım	26	57,8	19	42,2	45	100	
	Katılıyorum	27	81,8	6	18,2	33	100	
	Tamamen Katılıyorum	69	89,6	8	10,4	77	100	
	Toplam	150	74,3	52	25,7	202	100	

"Birkaç mobil oyun (Candy Crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır.", "Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim.", "Yayıncı (streamer) olmak bir meslektir." ve "E-sporcu olmak bir meslektir." ifadelerinin dijital oyun oynama ile aralarındaki bağı anlamak için verilen durumlara ki-kare testi uygulanmıştır (Tablo 7). İlk ifade olan

“Birkaç mobil oyun (Candy Crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır.” ile dijital oyun arasında anlamlı bir bağlantı bulunmuştur. Katılımcılar dijital oyun oynamadığını söylemiş olsalar bile dijital oyun konusunda aşağı yukarı bir fikre sahiptirler. Yine de ki-kare testi sonucunda anlaşılıyor ki, dijital oyun oynayan katılımcıların büyük bir çoğunluğu herkesçe bilinen mobil oyunlar dışında dijital oyunlar hakkında bilgi birikimine sahiptir.

“Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim.” ifadesi ile dijital oyun oynama arasındaki oranlara bakıldığın p değeri yine anlamlı bulunmuştur (Tablo 7). Dijital oyun oynayan katılımcılar, oyun oynadıkları boş zamanlarından bir getiri elde etmek istemektedirler. Fakat bu durumda fark edilen bir diğer husus ise dijital oyun oynamadığını belirten katılımcılar da dijital oyun oynayarak para kazanmak istediklerini belirtmişlerdir. İki tarafta da tutkal görevi gören ana değişken ise para olarak algılanmaktadır. Ancak görüşme yapılan yayıncı ve e-sporcular, icra ettikleri işlere sırf para için giren kişilerin, sektör içinde çok uzun süre dayanamadıklarını belirtmişlerdir. Kendileri de işin sadece para için yapılmayacağını arada bir sevginin olması gerektiğini savunmuşlardır.

Çalışmanın ana temelini oluşturan yayıncılık ve e-sporculuk mesleklerinin, dijital oyun oynayan kişiler tarafından daha kolay kabul edildiği üzerine beşinci bölümde bir çıkarım yapılmıştır. Bu çıkarımın Türkiye genelinde doğru olup olmadığının anlaşılması adına “Yayıncı (streamer) olmak bir meslektir.” ve “E-sporcu olmak bir meslektir.” ifadeleri ile “Dijital oyun oynuyor mu?” sorusuna ki-kare testi uygulanmıştır. İki ifade için de ki-kare testi anlamlı çıkmıştır (Tablo 7). Gerçekten de dijital oyun oynayan insanların bu iki meslek grubunu meslek olarak tanımlamalarının daha olası olduğu ortaya çıkmıştır.

Son olarak katılımcıların yaşları ile dijital oyun oynama, yayın izleme, e-spor kavramına aşinalık ve e-spor turnuvası izleme durumları arasında anlamlılık olup olmadığını keşfedebilmek adına ki-kare testi uygulanmıştır (Tablo 8). Özellikle ankete en çok cevap veren grup olan 25-29 arasındaki kişiler orta nokta olarak konumlandırıldığında bu yaş grubundan daha küçük olan yaştaki katılımcıların, yirmi dokuz yaşından daha büyük olan katılımcılara oranla, yukarıda verilen dört duruma daha fazla evet cevabı verdiği gözlemlenmektedir. Katılımcıların yaşları ile dijital oyun oynama, yayın izleme ve e-spor kavramına aşinalık arasında ki-kare testi sonucunda anlamlılık bulunmuştur. Fakat e-spor turnuvalarını izleme ile katılımcıların yaşları arasında bir anlamlı bağ bulunamamıştır. Sonuçlar incelendiğinde e-spor turnuvaları izleyip izlemediğini beyan eden toplam 135 katılımcı bulunmaktadır. Diğer durumlar 202 katılımcıya sorulup, cevap alındığı için oradan elde edilen veriler ki-kare testi için yeterli veriyi sağlamıştır. Ki-kare testinde elde edilen sonucu pekiştirmek adına yapılan *Fisher exact* testinde de katılımcıların yaşı ve e-spor turnuvası izleme arasında anlamlılık bulunamamıştır.

Tablo 8. Katılımcı Yaş Aralığı ile Çoktan Seçmeli Soruların Ki-Kare Testleri													
		Dijital Oyun Oynuyorlar Mı?		Toplam	Yayın İzliyor Mu?		Toplam	E-sporcu ve E-spor Kavramlarına Aşina Mı?		Toplam	E-spor Turnuvası İzledi Mi?		Toplam
		Evet	Hayır		Evet	Hayır		Evet	Hayır		Evet	Hayır	
*Yaş Aralığı	10-14	9,3	3,8	7,9	11,6	4,7	7,9	8,1	7,5	7,9	10,2	4,3	8,1
	15-19	13,3	7,7	11,9	14,7	9,3	11,9	12,6	10,4	11,9	15,9	6,4	12,6
	20-24	17,3	23,1	18,8	16,8	20,6	18,8	17	22,4	18,8	17	17	17
	25-29	30,7	21,2	28,2	34,7	22,4	28,2	37	10,4	28,2	36,4	38,3	37
	30-34	12	5,8	10,4	14,7	6,5	10,4	13,3	4,5	10,4	14,8	10,6	13,3
	35-39	6,7	9,6	7,4	4,2	10,3	7,4	5,9	10,4	7,4	4,5	8,5	5,9
	40-44	6,7	15,4	8,9	3,2	14	8,9	4,4	17,9	8,9	1,1	10,6	4,4
	45-49	2	1,9	2	0	3,7	2	0,7	4,5	2	0	2,1	0,7
	50-54	0	5,8	1,5	0	2,8	1,5	0	4,5	1,5	0	0	0
	55-59	0	1,9	0,5	0	0,9	0,5	0	1,5	0,5	0	0	0
	60-64	2	1,9	2	0	3,7	2	0,7	4,5	2	0	2,1	0,7
	65-69	0	1,9	0,5	0	0,9	0,5	0	1,5	0,5	0	0	0
	Toplam	n=150 100	n=52 100	n=202 100	n=95 100	n=107 100	n=202 100	n=135 100	n=67 100	n=202 100	n=88 100	n=47 100	n=135 100
P-değeri (Pearson Ki-kare)		0,013			<,001			<,001			0,064		
P-değeri (Fisher Exact Testi)											0,58		

7.5 Likert Tipi İfadelerin Güvenilirlik Analizi

Katılımcılara yirmi sekiz adet likert tipi ifade yöneltilmiştir. Verilen sorulara "Tamamen katılıyorum", "Katılıyorum", "Kararsızım", "Katılmıyorum", "Hiç Katılmıyorum" cevaplarından birini seçmeleri beklenmiştir. 202 katılımcıdan her soru için geçerli 202 ayrı cevap elde edilmiştir. Tablo 10'da ifadelerin yüzdelikleri verilmiştir.

Tablo 9. Güvenilirlik İstatistikleri		
Cronbach Alpha	Standartlaştırılmış Maddelere Dayalı Cronbach Alfası	N
0,923	0,921	28

Cronbach α güvenilirlik testi sırasında altı ifadenin diğer ifadelerle negatif yönlü korelasyon yaptığı görülmüştür (İfadelerin tersi alınmadan önce çıkan Cronbach α değeri: 0,82). Tersi alınan ifadeler şunlardır: Birkaç mobil oyun (Candy Crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır; Dijital oyunlar insanları asosyal yapar; Dijital oyun

oynamak boşa harcanan zamandır; Ailem, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür; Arkadaşlarım, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür; Dijital oyun oynadığım zamanın verimsiz geçtiğine inanırım. Bu nedenle bir önceki cümlede sayılan altı maddenin tersi alınarak Tablo 9'da görülen *Cronbach α* güvenilirlik testi sonucu bulunmuştur. *Cronbach α* 0,923 bulunmuş olup testin geçerli olması için gereken 0,6 sayısından büyük olma koşulunu sağlamaktadır (Samuels 2017: 7).

7.6 Likert Tipi İfadelerin Yorumlanması

Likert tipi ifadelerin sonucunda ortaya çıkan tablodaki veriler, aslında çalışma boyunca tartışılan ve anlaşılmaya çalışılan konuların özeti niteliğinde Türkiye hakkında bilgiler vermektedir (Tablo 10). Tek tek likert ifadelerin yorumlanmasından ziyade toplam sekiz konu başlığı altında genel bir yargıya varılmaya çalışılacaktır. İlk konu başlığı "boş/serbest zaman" olarak seçilmiştir. Boş zamanla alakalı "Boş zamanım vardır." ve "Boş zamanlarımda dijital oyun oynarım." ifadeleri katılımcılara sunulmuştur. Katılımcılar boş zaman konusunda kararsız kalmış gözükmektedir. Fakat buna rağmen boş zamanlarında dijital oyun oynadığını söyleyen katılımcı sayısı, boş zamanı olduğunu düşünen katılımcılara oranla daha yüksek yüzdeliğe sahiptir. Aslında burada ortaya çıkan durum, Türk halkının tam olarak boş zaman, iş zamanı gibi ayrımları kendi hayatları içinde çok tutarlı olarak yapamadıklarıdır. Aynı sorun görüşme yapılan e-sporcu ve yayıncılarda da fark edilmiştir. Boş zamanı olmadığını düşünen görüşmecilerin yanında boş zamanı olduğunu düşünen görüşmeciler de mevcuttur. Fakat görüşme sırasında boş zaman aktivitesi olarak, eğitim adına yapılan çalışmaları da boş zamanına katan ve aktiviteleri yanlış zaman dilimlerine etiketleyen görüşmecilerin akıllarının da boş zaman konusunda karışık olduğu anlaşılmıştır. "Serbest zamanlarınızda neler yaparsınız?" şeklinde soruyu görüşmecilere yönlendirince ilk önce uzun süre düşünmüşlerdir. Soruyu boş zaman olarak değiştirince daha anlamlı gelmiş ve bir cevap verebilmişlerdir. İki kavram da aynı anlama gelse bile boş zaman kavramı genel halk söylevinde daha çok kullanıldığı için de yazı boyunca serbest zaman yerine boş zaman kelimeleri kullanılmıştır.

"Boş zaman" kelimelerimin kullanımı bizi ikinci konu başlığına götürmektedir: olumsuz dijital oyun düşünceleri. Boş kelimesi ilk olarak duyulduğunda daha olumsuz olanı çağırmaktadır. Boş olanın olumsuzluğu dijital oyuna da sirayet etmiştir. "Boş olan kişinin, boş zamanlarında yapmış olduğu aktivitelerden birisi de dijital oyun oynamaktır." cümlesi yıllardır büyükler tarafından küçüklere empoze edilmiş düşüncelerden birisidir. Bu doğrultuda katılımcılara "Dijital oyunlar insanları asosyal yapar." "Dijital oyun oynamak boşa harcanan zamandır.", "Dijital oyun oynadığım zamanın verimsiz geçtiğine inanırım." şeklinde üç ifade sunulmuştur. İfadelerin yüzdelik oranlarına bakıldığında üçü için de en yüksek cevap "Hiç katılmıyorum" seçeneği çıkmıştır. Ankete katılanların yarısından fazlası dijital oyun

oynayan kişilerden oluştuğu için verilen olumsuz üç ifadeye, özellikle dijital oyun oynayanların, karşı çıktığı anlaşılabilmektedir. Aynı zamanda e-sporcu ve yayıncı görüşmelerinde de görüşmeciler bu tarzda olumsuz yargılara katılmadıklarını belirtmişlerdir. Özellikle bu meslek grubunu icra eden kişiler özelinde durumu incelemek gerekirse, bu insanlar verimsiz ve boş zaman olarak görülen dijital oyunu oynayarak maddi geçimlerini sağlamakta ve takım arkadaşlarıyla olan irtibatları sayesinde asosyal olmaktan ziyade sürekli sosyalleşmektedirler. Dijital oyun oynamak hayattaki her olgu gibi kendi içinde iyi ögeleri barındırırken, kötü ögeleri de barındırabilmektedir. Önemli olan ise olaya hangi çerçeveden bakıldığıdır.

Olumsuz ögelerden sonra dijital oyuna iyi pencereden bakmak için üçüncü konu başlığı olan "dijital oyunun olumlu yanları" incelenecektir. Bu kategoride katılımcılara beş farklı ifade verilmiştir: Dijital oyun oynamayı severim; Dijital oyun oynamak beni rahatlatır; Dijital oyun oynamak yeteneklerimi geliştirir (Yabancı dil, sorun çözmek, el-göz koordinasyonu, hızlı düşünmek, vb.); Dijital oyunlardan arkadaş edinirim; Dijital oyunları yayıncılardan izlemekten keyif alırım. Sevgi ile keyif duyguları da olumluyu çağrıştırdığı ve aslında dijital oyunun insanlara hissettirdiği iki kavram olduğu için bu ifadeler de bu kategori altında sınıflandırılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu dijital oyun oynarken yeteneklerinin geliştiğini, yeni beceriler elde ettiklerini ve rahatladıklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda dijital oyun oynamayı seven katılımcılar, sevmeyenlere göre çok daha fazladır. Ancak bu verilen ifadelerden "Dijital oyunları bir yayıncıdan izlemeyi severim." cümlesine genel olarak katılanlar yüzde 38,6 iken katılmayanlar ise yüzde 44,1'dir. Birbirine çok yakın oranlar söz konusu olduğu için burada iki olasılık baş göstermektedir. İlk olasılık, dijital oyunu kendileri oynamayı seven kişiler bir başkasının yayınından bunu takip etmeye gerek duymayabilmektedirler. İkinci olasılık ise katılımcılar dijital oyun yayıncılığını sevmemekte ve yayını izlerken keyif almamaktadırlar. En son ifade olan dijital oyundan arkadaş edinmeye de katılımcılar katılmadıklarını belirtmişlerdir. Ama yine de küçük bir azınlık olsa da yüzde 39,6'lık kesim dijital oyunlardan arkadaş edindiklerini belirtmiştir.

Dördüncü konu başlığı ise "dijital oyunlar hakkındaki bilgi seviyesi"dir. Bu konu hakkında katılımcılara bir ifade verilmiştir: Birkaç mobil oyun (Candy Crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır. Bu ifadenin verilme sebebi telefonunda *101, Okey, Tavla, Hay Day, Candy Crush,* vb. oyunları gündelik hayatlarında belli bir düzene bağlı şekilde oynayıp, dijital oyun oynamadıklarını söyleyen insanları ayırt edebilmektir. Birinci elden gözlemlediğim kadarıyla çevremdeki çoğu kişinin kişisel telefonlarında sürekli oynadıkları mobil oyunlar mevcuttur. Fakat mobil oyun oynayan kişilere "Oyun oynuyorsun." dendiğinde "Öylesine, zaman geçirmek için." şeklinde cevaplar vermektedirler. Mobil oyunların hızlı bir popüler kültüre sahip oluşu, çok kolay tüketilebiliyor olması bu çalışmanın dışında yer almaktadır. Ama özellikle belli bir seviye ve zamanlama isteyen mobil oyunlarda -örneğin çiftlik bakımı- insanların gerekirse oyuna girmek

için alarm kurduğuna dair gözlemlerim bulunmaktadır. Ayrıca zaman sınırlaması olan mobil oyunlar için de telefon saatini ileri almak gibi küçük hilelere başvurup sürekli oyunda kalmaya çalışanlar mevcuttur. Benim gözlemleme şansı bulduğum oyun oynadığını kabul etmeyen fakat düzenli bir şekilde oyunlara giren kişiler genellikle kırk yaş ve üzerindedir. Aslında bu konu başlığı altında verilen ifadeye yüzde 54'lük kesim hiç katılmadığını belirtse de dijital oyun oynamadığını söylediği halde on bir kişi de dijital oyun oynadığını belirten kesimle aynı yerde yer almaktadır (Tablo 7). Burada hatalı bir durum yoktur aksine oyun oynadığı halde onları dijital oyun olarak görmeyen bir grup insanın varlığından bahsetmek daha doğru olacaktır. Ama insanlarda oluşan akıl karışıklığının asıl sebebi, bilgisayar oyunu, video oyunu, mobil oyun, dijital oyun gibi aslında basitçe aynı şeyi anlatan kelimelerin yarattığı karmaşadır. Toplum arasında bu kavramlar birbirleri yerlerine kullanılsa da mobil oyun telefon ve tablette oynanan, video oyunu aslında konsol ve *arcade* makinelerinde oynanan, bilgisayar oyunu ise bilgisayarda oynanan oyunlara takılmış terimlerdir. Dijital oyun ise bunların hepsini aynı anda anlatan bir tamlamadır. Bu yüzden çalışma boyunca da dijital oyun kavramı kullanılmıştır.

Beşinci konu başlığı ise "meta olarak dijital oyunlar"dır. E-sporcu yayıncı görüşmelerinde, görüşmeciler, dijital oyunların Türkiye'de değersizleştirildiğini ve para verilerek alınması gereken bir ürün olduğunun bilincini çok sonradan edinebildiklerinden bahsetmişlerdir. Bu mevzunun hala devam edip etmediğini görebilmek adına katılımcılara "Oynamak istediğim dijital oyunu satın alırım." ve "Ücretsiz dijital oyunları oynamayı tercih ederim." şeklinde iki ifade verilmiştir. Elimizdeki iki ifade birbirinin zıddı gibi dursa da birbirini tamamlayıcı iki ifade olarak görülmelidir. Günümüzde, -özellikle rekabetçi bilgisayar oyunlarında- oyunlar kullanıcılara ücretsiz sunulurken, oyuncuların istekleri doğrultusunda yapabilecekleri oyun içi satın alımlar mevcuttur. Bu sayede oyuncular istedikleri oyunları satın alım yapmadan da oynayabilmektedirler. İstedikleri oyunu satın alabileceğini söyleyenler tam katılanlar ve katılanlar olarak toplamda 43,1 iken, ifadeye hiç katılmayanlar ve katılmayanlar toplamda yüzde 41,6'dır. Birbirine aşırı yakın çıkan bu yüzdeliklerde, insanların halen daha dijital oyunların bir meta olduğunu kabul etmek istemediklerini ve bu yüzden bir para ödemek konusunda çekingenlik duyduklarını anlayabilmekteyiz. Ücretsiz oynanan dijital oyunları tercih edeceklerine tamamen katılanlar yüzde 33,2 iken bu ifade de kararsız kalanlar da yüzde 30,2'yi oluşturmaktadır. Aslında katılımcılar sırf ücretsiz olduğu için de bir dijital oyunu oynamak isteyip istemeyeceğine karar verememekte gözükmektedirler. *Newzoo'nun* (2022b) *Global Games Market* raporuna göre bakıldığında global olarak yıllar geçtikçe oyun oynayan kişilerin sayısı git gide yükselmektedir. 2020 yılı 2,894 milyar kişi; 2021 yılında 3,079 milyar, 2022 yılında ise 3,280 milyar kişinin oyun oynadığı bilgisine yer verilirken; 2025 yılı için oyun oynayan kişi sayısının 3,572 milyar kişi olacağı öngörülmektedir. (Newzoo 2022b:19) 2021'de global dijital oyun market büyüklüğü yaklaşık 156,1 milyar dolar olması ve market büyüklüğünün yılda ortalama yüzde 12,4 büyüyeceği varsayılmaktadır.

Aynı zamanda 2021'de Çin, ABD ve Avrupa ülkeleri dijital oyunlarından toplam 103,2 milyar dolar gelir elde etmiştir. (Statista, 2021a: 26-28). Git gide büyüyen bir market düzeninde oyuncuların da harcamaları da eş zamanlı artacaktır. Er ya da geç Türkiye'deki "Dijital oyuna para verilmez." algısı da ortadan kalkacaktır.

Altıncı sırada ele alınacak konu başlığıysa "para kazanma ve meslek"tir. Bu konu için toplamda beş ifade verilmiştir: Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim; Yayıncı (streamer) olmak bir meslektir; Yayıncı olmak isterim; E-sporcu olmak bir meslektir; E-sporcu olmak isterim. Tablo 10'da e-sporcu ve yayıncı olmak isterim ifadelerine gelen yüzdelere bakıldığında katılımcıların genel olarak böyle bir istekliliklerinin olmadığı ortaya çıkmaktadır. Ama durum "Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim." ifadesine geldiğinde yüzde 36,6'nın bu ifadeye tamamen katıldığı, yüzde 14,4'ün de katıldığı görülmektedir. Katılımcıların toplam yüzde 51'inin bu ifadeye olumlu yaklaşıp, dijital oyun oynayarak para kazanılan iki meslekte çalışmak istememeleri tek bir şekilde okunabilmektedir: aradaki para vurgusu. Paranın hayatlarda kapladığı önemli yer yüzünden, "büyük paraların" döndüğü e-spor sektörüne de hem yatırımcıların hem kulüplerin hem de e-sporcuların sürekli girip çıktığı bilinmektedir. E-sporcularla yapılan görüşmelerde, gençlerin, dijital oyun oynayarak kolay yoldan para kazanabileceklerini düşündükleri bu sektöre adım atıp aslında göründüğü gibi olmadığı için bırakmak zorunda kaldıkları doğrulanmıştır. Yatırımcılar ve kulüpler ise sektöre para kazanmak için girip kazanabildikleri kadarını kazanıp sektörü terk etmeye çalışmaktadırlar. Para kazanma olgusunun aynı zamanda aileler tarafından da çocuklarının mesleklerini kabul edinme üzerinde önemli bir rolünün olduğu bilinmektedir. Diğer iki ifade ise e-sporcu ve yayıncılığın meslek olarak atfedilmesidir. Aslında, yayıncılık için yüzde 55,9'luk kesim meslek olduğunu kabul etmektedir. Fakat yüzde 22,3 kararsız olduğunu, yüzde 21,9 da kabul etmediğini söylemektedir. Hali hazırda yayıncı olarak çalışan binlerce insanın olması, demek ki kararsız kalanlarla kabul etmeyenlere yönelik yeterli bir kanıt oluşturamamaktadır. E-sporu meslek olarak kabul edenler ise yüzde 54,4'tür ve yayıncılıkla benzer verilere sahiptir. Yayıncı olmanın meslek olmasında kararsız kalan yüzde 22,3'lük e-sporcular için de aynı yüzdelikte karşımıza çıkmaktadır.

Yedinci konu, altıncı konuyla bağlantılı olan "aile ve çevre"dir. Çalışma içerisinde yer alan görüşmelerde en e-sporcu ve yayıncı olmanın önünde duran en büyük engel, aile olarak tespit edilmiştir. Aile ve çevrenin dijital oyuna bakışını anlayabilmek adına üç ifade kullanılmıştır: Ailem, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür; Arkadaşlarım, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür; Çocuğumun yayıncı ya da e-sporcu olmasında bir problem yoktur. Katılımcılar genel olarak arkadaş çevrelerinin, dijital oyun oynamayı boşa geçen zaman olarak görmediklerini belirtmiştir. Fakat arkadaş yerine aile kelimesi ifadeye eklendiğinde yüzde 57,9'luk kısım bu ifadeyi kabul etmektedir. Bu ifadeye cevap veren on beş ya da kırk yaşında olsa dahi bir

farklılık göz edilmeyecektir. Çünkü aileler, görüşmecilerin de ifade ettiği gibi, dijital oyun oynamayı verimsiz ve boşa giden zaman olarak tanımlamaktadır. Son olarak "Çocuğumun yayıncı ya da e-sporcu olmasında bir problem yoktur." ifadesine tamamen katılanlarla, katılanlar yüzde 56,5'lik bir kesimi oluşturmaktadırlar. Bu ifadeyle, dijital oyun oynamanın aileler tarafından boşa geçen zaman olarak düşünülmesi tezi ne kadar çürütebilecek gibi dursa da unutulmamalıdır ki anket çalışmasına katılan katılımcıların yüzde 84,6'sı 10-29 yaş yelpazesi arasındadır. Bu da demek oluyor ki yaşça daha genç olan kişiler gelecekte çocuklarının meslek seçimleri konusunda daha ılımlı davranacaklardır.

Sekizinci ve son konu başlığı ise "Türklük motifi" olarak seçilmiştir. Türklük motifi konu başlığı altında yedi ifade bulunmaktadır. Buradaki amaç, oyun oynasa da oynamasa, yayın izlese de izlemese de e-spor kavramını bilse de bilmese de işin içine Türklük motifi katılınca, katılımcıların ülkemizle alakalı sorularda verdikleri yanıtların değişip değişmeyeceğini görmektir. "Türklük ve Türkiye" kavramları kullanılarak iki olumsuz, beş olumlu ifade verilmiştir. Olumsuz olarak "Türk yapımcıların oyunları, yurt dışında çıkan dijital oyunlara kıyasla kalitesizdir." ve "Ülkemizde dijital oyuna gerektiği kadar değer verilmemektedir." ifadeleri kullanılmıştır. Olumlu olarak ise "Dijital oyun sektöründe Türklerin adını duymak gurur vericidir.", "E-spor turnuvalarında Türk takımlarının kazanması gurur vericidir.", "Türk yapımcıların dijital oyunlarını oynamak isterim.", "Dijital oyunlarda Türk motifleri görmek isterim.", "Dijital oyunlar sayesinde ülkemizi dünyaya tanıtabiliriz." ifadeleri kullanılmıştır. "Türk yapımcıların oyunları, yurt dışında çıkan dijital oyunlara kıyasla kalitesizdir." ifadesi hariç diğer altı ifadeye de katılanlar yüzde 50'yi geçmiştir (Tablo 10). Sadece Türk oyunlarının kalitesiz olması konusunda insanlar kararsız kalmışlardır. Ancak mobil oyun sektöründe Türk dijital oyun yapımcılarının market yüzdesinin iyi olduğu bilinmektedir (Gaming in Turkey 2022:30). Nitekim ne kadar mobil oyun dünyasında Türk yapımcıların oyunları hem uluslararası hem de Türkler arasında oynansa da bu oyunların Türk yapımcılar tarafından geliştirildiği genellikle bilinmemektedir. Bilgisayar ve konsol oyunları için Türk dijital oyun yapımcıları ile uluslararası firmaları karşılaştırmak çok doğru olmayacaktır. Farklı dijital oyun türleri, farklı düzeylerde sermaye gerektirmektedir. Oyunun kalitesinin artması için fazla iş gücü ve yatırım gerekliliği göz önünde bulundurulmalıdır. Hikayeye bu taraftan bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun ifade karşında kararsız kalması çok olasıdır. Bunun yanı sıra bu tarz karşılaşmayı yapabilmek adına Türk yapımcılara ait bir dijital oyun oynamadıklarını göz önünde bulundurmak da doğru bir seçim olacaktır. Diğer ifadeler için bakıldığında ise cümle içinde Türklük olgusunun iyi bir şekilde lanse edilmesi katılımcıların kararını olumlu yönde etkilemiş gözükmektedir. Bu da şu sonuca varmamızı kolaylaştırmaktadır: Halkımız, kendisinin kişisel olarak ilgilenmediği konularda bile Türk milletinin kazanmasını ve iyi durumda olmasını istemektedir ama bu ne yazık ki bilinçli bir şekilde olmamakta, genel anlamda dijital oyun sektörü içinde ne olup bittiğini anlamadan ortaya konan bir hali göstermektedir.

Tablo 10. Likert Tipi İfadelerin Yüzdelik Sonuçları						
	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Toplam
Boş zamanım vardır.	7,4	15,3	36,6	22,3	18,3	100
Boş zamanlarımda dijital oyun oynarım.	26,7	8,4	16,8	21,8	26,2	100
Birkaç mobil oyun (Candy Crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır.	54	9,4	9,9	6,9	19,8	100
Dijital oyun oynamayı severim.	13,9	9,9	10,9	17,8	47,5	100
Dijital oyun oynamak beni rahatlatır.	18,3	8,9	14,4	20,3	38,1	100
Dijital oyun oynamak yeteneklerimi geliştirir. (Yabancı dil, sorun çözmek, el-göz koordinasyonu, hızlı düşünmek, …)	13,9	9,9	21,8	21,3	33,2	100
Dijital oyunlardan arkadaş edinirim.	35,1	13,9	10,9	19,3	20,8	100
Dijital oyunlar insanları asosyal yapar.	39,1	13,4	18,8	9,4	19,3	100
Dijital oyun oynamak boşa harcanan zamandır.	38,6	18,3	16,8	9,9	16,3	100
Ailem, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür.	13,9	9,9	18,3	19,8	38,1	100
Arkadaşlarım, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür.	28,2	21,3	26,2	7,9	16,3	100
Dijital oyun oynadığım zamanın verimsiz geçtiğine inanırım.	30,7	14,4	21,3	11,9	21,8	100
Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim.	24,3	5,9	18,8	14,4	36,6	100
Yayıncı (streamer) olmak bir meslektir.	15,8	5,9	22,3	17,8	38,1	100
Yayıncı olmak isterim.	36,6	7,4	22,8	10,4	22,8	100
E-sporcu olmak bir meslektir.	16,3	6,9	22,3	16,3	38,1	100
E-sporcu olmak isterim.	43,6	12,4	19,8	6,9	17,3	100
Çocuğumun yayıncı ya da e-sporcu olmasında bir problem yoktur.	16,3	6,4	20,8	14,4	42,1	100
Oynamak istediğim dijital oyunu satın alırım.	32,7	8,9	15,3	12,9	30,2	100
Ücretsiz dijital oyunları oynamayı tercih ederim.	10,4	10,9	30,2	15,3	33,2	100
Dijital oyunları yayıncılardan izlemekten keyif alırım.	33,7	10,4	17,3	16,3	22,3	100
Dijital oyun sektöründe Türklerin adını duymak gurur vericidir.	11,4	6,4	15,8	14,4	52	100
E-spor turnuvalarında Türk takımlarının kazanması gurur vericidir.	9,4	3,5	13,9	15,8	57,4	100
Türk yapımcıların dijital oyunlarını oynamak isterim.	14,4	7,9	23,3	17,8	36,6	100
Dijital oyunlarda Türk motifleri görmek isterim.	12,9	5,4	23,8	14,9	43,1	100
Dijital oyunlar sayesinde ülkemizi dünyaya tanıtabiliriz.	5,4	5	20,3	21,8	47,5	100
Türk yapımcıların oyunları, yurt dışında çıkan dijital oyunlara kıyasla kalitesizdir.	13,4	15,3	31,7	14,4	25,2	100
Ülkemizde dijital oyuna gerektiği kadar değer verilmemektedir.	9,4	9,4	26,2	20,3	34,7	100

7.7 KMO ve Bartlett Testi

Tablo 11. KMO ve Bartlett Testi			
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçüsü	Bartlett Küresellik Testi		
	Yaklaşık Ki-Kare	df	Sig.
0,883	3000,728	300	0

KMO testi sonucunda elde edilen değer 0,883; örneklem boyutu 300'den küçük olan kabul edilebilir 0,6 değerinden büyük çıkmıştır (Tablo 11). Barlett küresellik testinden elde edilen p değeri ise 0,05'ten küçük olduğu için elde edilen matrisin birim olmadığı ve verilerin dağılımının normal olduğu kanıtlanmıştır (Samuels 2017: 2). Yapılan test sonuçlarına göre likert tipi ifadelerin güvenilir ve faktör analizine uygun olduğu anlaşılmıştır.

7.8 Likert Tipi İfadelerin Faktör Analizi

Toplam yirmi beş ifadeden oluşan analizde toplam varyansın yüzde 64,95'ini açıklayan beş faktör bulunmuştur. "Birkaç mobil oyun (Candy Crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır.", "Dijital oyun oynamak yeteneklerimi geliştirir. (Yabancı dil, sorun çözmek, el-göz koordinasyonu, hızlı düşünmek, …)", "Ücretsiz dijital oyunları oynamayı tercih ederim." ifadeleri iki faktöre birden yükleme yaptığı için faktör analizinden çıkarılmıştır. Tablo 12'de analize dahil edilen ifadelerin toplam faktörün ne kadarını etkilediğini gösteren ortak paylaşılan varyansları ve yirmi beş ifadenin faktör yükleri yer almaktadır.

İlk faktör (öz değeri 8,975) varyansın yüzde 35,9'unu, ikinci faktör (öz değeri 2,854) varyansın yüzde 11,41'ini, üçüncü faktör (öz değeri 2,049) varyansın yüzde 8,2'sini, dördüncü faktör (öz değer 1,261) varyansın yüzde 5,04'ünü, beşinci faktör (öz değeri 1,099) ise varyansın yüzde 4,4'ünü açıklamaktadır.

Birinci faktörde birbirleri arasında yüksek korelasyona sahip sekiz ifadenin fark edilebilecek ortak paydası e-spor, yayın ve dijital oyun üçlemesine olumlu yaklaşan tutumdur. Birinci faktörün bize gösterdiği dijital oyun üzerinden para kazanmanın meslek olduğunu kabul eden düşünceyle birlikte, dijital oyunla gelebilecek para ve meslek kapısına açık olan yaklaşımdır. Aynı zamanda yayın izlemekten keyif alan, dijital oyunun açmış olduğu yeni ortamlardan arkadaş edinebilen bir pozitif tutum görülmektedir. Birinci faktörden çıkarabilecek sonuç, dijital oyun oynayan ve dijital oyun etrafında

gelişen, dönüşen ekosistemin farkında olup ayrıca takipte olan; isterse bu ekosistemde çalışmak isteyen bir kesimin varlığıdır.

İkinci faktöre yüklenen görev Türklük ve ülke bilincine dayanmaktadır. Dijital oyun ve e-spordan ziyade Türkiye'nin kazanması ya da Türklük vurgusunun öne çıkması ifadelerde görülen tutumun gerekçesidir. Dijital oyun oynayıp, e-spor turnuvalarını takip eden kitlenin yanı sıra bunları yapmayan ya da sevmeyen kitle de ülkemizin kazanması konusunda hemfikir gözükmektedir. Türkler yaptığı için oyun oynayabileceğini belirten kesim de buraya ait durmaktadır. Sonuçta ülkesi için iyisini isteyen ve dijital oyun ekosistemi dışında kalsa bile milliyetçilik duygusuyla harekete geçen bir tutum karşımıza çıkmaktadır.

Üçüncü faktör dijital oyun oynamanın genel anlamda boşa geçen vakit olduğunu söyleyen ifadelerle yüklenmiştir. Dijital oyun oynamanın kötü yanlarına değinilen üçüncü faktörde insanların dijital oyun oynaması sonucunda zamanlarının yanlış ve verimsiz kullanması tutumu mevcuttur. Ayrıyeten dijital oyun oynamak yerine yapılacak daha verimli alanlar bulamadıkları gibi zamanlarını boşa geçirirken sosyalleşmeyi de unuttuklarını savunan bir değerlendirme söz konusudur. Genelde buradaki düşünceye ek olarak üçüncü faktöre katılan diğer bir tutum ise yeterince boş vaktin olmadığını düşünenlerdir. Kısıtlı ve değerli zaman içinde olabildiğince "iş" yapmanın daha gerçekçi olduğunu düşünen kesim de buraya katılmaktadır.

Dördüncü faktör kendine ayıracak vakti olduğunu söyleyen, boş zamanlarını dijital oyun oynayarak değerlendiren kesime aittir. İfadelerin de belirttiği üzere boş zamanı olduğunu kabul eden ve bu zamanı kendini rahatlatacak, eğlendirecek şekilde harcayan yaklaşım ağır basmaktadır. Bu doğrultuda istediği oyunu satın alıp boş zamanında tüketen tutum da dördüncü faktörün içinde yer almaktadır. Birinci faktörle bağlantılı olsa bile dördüncü faktördeki tutum para, meslek gibi olguların dışında sadece dijital oyun oynayıp geri kalan olaylarla ilgilenmeyen bir görünümdedir.

Beşinci faktör iki ifadeye ev sahipliği yapmaktadır. Bunlar ikinci faktörün tersi niteliğinde sayılabilir. Ülkemizde dijital oyuna değer verilmeyen bir tutum sergilendiğini söylemekle birlikte, buna bağlı ya da bağlı olmadan Türk imzası olan dijital oyunların uluslararası platformda yetersiz kaldığını açıklayan ifadelerdir. Beşinci faktörde dijital oyun oynayıp, dijital oyun ekosistemi içinde geri kaldığımız görüşü yer almaktadır. Bu durumun gelişmesi gerekirken ülkemizde dijital oyuna önem verilmediği için yetersiz kalınma söz konusudur.

Tablo 12. Likert Tipi İfadelerin Faktör Analizi Sonuçları						
	Faktörler					Ortak Paylaşılan Varyansları (Communalities)
	1	2	3	4	5	
E-sporcu olmak isterim.	,865					,638
Yayıncı olmak isterim.	,806					,682
E-sporcu olmak bir meslektir.	,796					,650
Yayıncı (streamer) olmak bir meslektir.	,791					,696
Çocuğumun yayıncı ya da e-sporcu olmasında bir problem yoktur.	,684					,636
Dijital oyunları yayıncılardan izlemekten keyif alırım.	,652					,597
Dijital oyunlardan arkadaş edinirim.	,569					,543
Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim.	,502					,551
E-spor turnuvalarında Türk takımlarının kazanması gurur vericidir.		,878				,801
Dijital oyun sektöründe Türklerin adını duymak gurur vericidir.		,850				,783
Dijital oyunlarda Türk motifleri görmek isterim.		,824				,675
Dijital oyunlar sayesinde ülkemizi dünyaya tanıtabiliriz.		,744				,693
Türk yapımcıların dijital oyunlarını oynamak isterim.		,632				,630
Ailem, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür.			,757			,513
Arkadaşlarım, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür.			,750			,584
Dijital oyun oynadığım zamanın verimsiz geçtiğine inanırım.			,698			,736
Dijital oyun oynamak boşa harcanan zamandır.			,675			,753
Dijital oyunlar insanları asosyal yapar.			,594			,487
Boş zamanlarımda dijital oyun oynarım.				-,745		,737
Dijital oyun oynamayı severim.				-,708		,800
Dijital oyun oynamak beni rahatlatır.				-,686		,767
Boş zamanım vardır.				-,640		,441
Oynamak istediğim dijital oyunu satın alırım.				-,532		,584
Türk yapımcıların oyunları, yurtdışında çıkan dijital oyunlara kıyasla kalitesizdir.					,833	,697
Ülkemizde dijital oyuna gerektiği kadar değer verilmemektedir.					,558	,563
Toplam Açıklanan Varyans (%)	35,902	11,415	8,196	5,044	4,397	

Ekstraksiyon Metodu: Temel Bileşen Analizi.
Rotasyon Metodu: Kaiser Normalizasyonuyla Oblimin.
Rotasyon 7 iterasyonda yakınsamıştır.

SONUÇ

Sonuç olarak, yeni oluşan dijital kültürün tüketicileri hem tüketirken hem üretebilmektelerdir. Yani aslında boş zaman denilen kavramın, iş olarak adlandırılan kavramla arasındaki sınırlar hızla erimektedir (Kulak 2017:178). İnternet üzerinden yapılan paylaşımlar veya yapımcısı tarafından piyasaya sürülmüş bir dijital oyuna tüketicilerinin yapmış olduğu modlar[31] (modifikasyonlar), sadece yayıncılığın ve e-sporun iş dönüşümlerinde yer elde etmediğini aksine çoğu insanın birey olarak bu değişimde yer aldığını göstermektedir. Tekrar belirtmek gerekirse piyasada bildiğimiz üretici-tüketici dengesi artık yeni işlevler edinmektedir. Dijital oyun tüketicileri de ara üretici konumuna gelip oyunları istedikleri raddeye getirebilmek için bir emek harcamaktadır. Keza yine dijital oyunları oynayıp bunu sergileyen yayıncılar ve e-sporcular için de aynı durum geçerlidir. Dijital oyunlar ne kadar boş zaman aygıtı, eğlence unsuru olarak hayatımızda yer kapsıyor olsa da kendine yeni anlamlar bulmaya devam etmektedir.

Dijital oyununun serbest/boş zamandan, iş zamanına dönüşümü nasıl gerçekleşmektedir? E-sporcu olma konusunda göze çarpan bulgularda kişinin oynadığı dijital oyun minvalinde yetenekli oluşu, dijital oyun alanından para kazanma isteği, istediği ve sevdiği işi yapma arzusu mesleki hayatlarını dönüştüren etkenler olarak görülmektedir. Yayıncı olma serüveninde ise genelde hayatın olağan akışı içinde canlı yayın açmanın kolay oluşu, izleyiciler tarafından sevilme, insanları yayın sırasında eğlendirebildiğini fark etme, kendi işinin patronu olmak, sevdiği işi yapabilme olgularıyla karşılaşılmaktadır. İki meslek kolunda da problemler de bulunmaktadır. Görüşmecilerin de aktardığı en büyük sorun aile desteğinin yetersiz olarak atfedilmesidir. İki mesleğe de başlamak için bir yaş sınırlandırılması bulunmasa bile özellikle e-sporcu olmak için lise çağları en tercih edilen yaş aralığı olarak gözükmektedir. Bu nedenle aileler çocuklarının eğitimi hakkında endişe duymakta ve süregelen düzende dijital oyun oynamanın boşa geçirilen-verimsiz zamanlar olarak nitelendirilmesinden dolayı önyargılı yaklaşmaktadırlar. Diğer bir sorun ise ay sonunda kesin olarak para kazanıp kazanamayacağının bilinememesidir. Hem yayıncılar hem de e-sporcular işlerinde iyi bir konuma gelene kadar kendi finansmanlarını sağlamak zorundadırlar. Bu yüzden para getirisi olmayan bir işe girişmenin vermiş olduğu korku aileleri daha da endişelendirmektedir. Fakat görüşmeler sırasında da edinilen bilgeye göre, rüştünü ispatlayabilmiş e-sporcu ve yayıncılar para kazanmaya başladıktan sonra ailelerinin mesleklerine karşı duruşlarını değiştirdiklerini ifade etmişlerdir. Verilen bilgilerin

[31] Orijinal dijital oyun içeriğini zenginleştirmek, değiştirmek, farklı zevklere uygun hale getirmek için genelde oyunun sevenleri tarafından eklenen yeni özelliklerdir. Mod geliştirebilmek için modun yapılacağı dijital oyunun program dilini bilmek ve yazılıma hakim olmak gerekmektedir.

doğruluğunu ankette verdiğimiz ifadelerle doğrulayabilmekteyiz. Dijital oyundan bir kazanç elde etmek, dijital oyun oynamayanların bile istediği bir olgu olarak okunmaktadır.

Peki, dijital oyunu meslek olarak oynamak, eğlenceyi kaçırmakta mıdır? Hem evet hem hayır. E-sporcu ve yayıncı olma, hayatta gördüğümüz diğer mesleklerden farklı bir örüntü çizmemektedir. Sevilen işi yapmak her zaman iş genelinde mutlu olacağının garantisini vermemektedir. Tabii ki de bir süre sonra aynı şeyleri sürekli yapmanın bıkkınlığı, insanların hissetmeye başladığı bir duygudur. Ve kesin olarak söylenebilecek diğer şeyse bir işin size bir maaş beklentisi oluşturması, başka insanlarla birlikte çalışma ya da birilerinin altında çalışma, -hem e-sporcu hem de yayıncı anlamında- izleyicilerin/ hayranların üzerlerinde oluşturdukları baskı doğal olarak bir yükümlülük-sorumluluk duygusuyla gelmektedir. Fakat e-sporcular ve yayıncılarla görüşmeler sırasında anlaşılan bir diğer bulguysa, bu meslek grubuna mensup kişilerin meslekleri için dijital oyun oynama ile kendi istekleri, boş zamanlarını geçirmek için oynadıkları dijital oyun arasındaki ayrımın farkında olmalarıdır. Bilhassa e-sporcular için konuşmak gerekirse meslekleri için hangi dijital oyunun sürekli antrenmanını yapmaktalarsa, iş saati dışında yine aynı oyunu daha rahat, stressiz bir şekilde oynayabilmektedirler. Aradaki farkın kaynağı ise birinde oynadıkları dijital oyunu kazanmak zorundayken, diğerinde canları istediği ve bir kazanma zorunluluğu olmadan oynadıkları içindir.

Dijital oyunların ekonomik büyüme hacmine bağlı olarak, dijital oyun yapımcıları e-spor turnuvalarındaki ödül paralarını fazlasıyla yüksek tutmaktadırlar. Zincirleme etki olarak bu durum e-spor sektörünün de ekonomik olarak gelişmesine imkan sağlarken, e-sporcu olarak hayatını geçindirmek isteyen gençlerin sayısını artırmaktadır. Ama perde arkasında kalan kesimde sadece e-sporcuların turnuvalara katılıp, ödül havuzundan büyük bir pay alıp geri dönmesi dışında, farklı bir dünya vardır. Anketin gösterdiği sonuçta da görülüyor ki 15-34 yaş grubu arasındaki kişiler, dijital oyun, e-spor, yayın kavramlarıyla daha çok ilgililer. Bunun sebebi 2000'li yıllarda tam olarak dünyanın her yerine yayılan dijital oyun furyasından dolayıdır. E-spor ve dijital oyunların ses getirmeye başladığı yıllarda çoktan gençliğini geçirmiş olan jenerasyon, dijital oyun hakkında, genç jenerasyonlara göre daha katı bir duruş sergilemektedir. Gençlerin çoğunlukta olduğu ve hayatlarını geliştirmek istedikleri alanda en çok yardıma ihtiyaç duyan yaş grubununsa bu meslekler hakkında bilinçlendirilmesi çok önemlidir. Görüşmecilerin de verdiği bilgileri doğrultusunda e-spor ve yayıncılık sektörüne girmek dışarıdan çok güzel bir hayal olarak görülse bile iç tarafta işleyiş aynı değildir. Bu yolda kendilerini yetiştirmek isteyen insanlar hayatlarında zaman ayırdıkları belli alanlardan feragat etmişlerdir. Özellikle de bu alan eğitim olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada e-sporcuların ya da yayıncıların okumayarak yanlış bir şey yaptığını söylemek kesinlikle hatalı olacaktır. Çünkü şu anda yerleşik eğitim sistemimizde bu iki sektör adına faydalı olabilecek bir öğrenim programı bulunmamaktadır. Fakat yine de bahsedilen iki sektöre girip pişmanlık duyacak kişiler için eğitim alanına dönmenin sene anlamında kayıpları olacağı gözden

kaçırılmamalıdır. Bu yüzden TESFED'e çok büyük bir görev düşmektedir. Lise çağındaki gençlerin e-spor konusunda bilinçlendirilmesi adına eğitimler verilmeli, özellikle genç yeteneklerin kaybolmaması için ailelere yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Türkiye genelinde ise kısa bir zaman aralığında eğitim verecek olsa bile Üsküdar Espor Merkezi tarzında yerlere ihtiyaç vardır. Böylece hem aileler hem de e-sporcu olmak isteyen çocuklar bu merkezleri ziyaret edebilecek hem de daha verimli kararlar alabileceklerdir. Sosyal medya kullanımının aşırı olduğu günümüzde ortaokul ve lise çağındaki öğrencilere yayıncılık ve sosyal medya kullanımı konusunda eğitimler verilmelidir. Hiç değilse, daha bilinçli sosyal medya kullanıcıları yetiştirmek yönünde gayretli olunmalıdır.

Görüşmeler boyunca TESFED'in yeterli özeni gösteremediği hususunda yorumlar gelmesinden dolayı TESFED'in e-spor sektörüne katılan kulüpler hakkında bir denetim oluşturması şarttır. Sürekli kar yapma peşinde koşan, para kazandığı gibi kulübü kapatan yönetimler yüzünden hem e-sporcular hem de sektörde çalışan menajerler, koçlar mağdur olmaktadır. E-sporcuların hakları konusunda kesin kararlar var olmadığı sürece, yaşça küçük olan e-sporcular, kulüpler tarafından sömürülmeye devam edilecektir. Ayrıca en çok görüşmeciler tarafından tekrar edilen yurtdışı vize konusunda da e-sporcularla bir anlaşmaya varılması yönünde adımlar atılmalıdır.

KAYNAKÇA

Abanazir, C. (2019), "Institutionalisation in E-Sports", *Sport, Ethics and Philosophy*, 13/2: 117-131. doi: 10.1080/17511321.2018.1453538

Abanazir, C. (2021), "Of Values and Commercialisation: An Exploration of Esports' Place within the Olympic Movement", *Sport, Ethics and Philosophy*. doi: 10.1080/17511321.2021.1945669

Adamus, T. (2012), "Playing Computer Games as Electronic Sport: In Search of a Theoretical Framework for a New Research Field", Fromme, J.; Unger, A. (Ed.), *Computer Games and New Media Cultures, A Handbook of Digital Games Studies*. Heidelberg: Springer: 477-490.

Adorno, T. W. (2020), *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, (Çev. N. Ülner, M. Tüzel, E. Gen), İstanbul: İletişim.

Akçetin, E., Çelik, U., Yaldır, A., Herand, D. (2017), "Dijital Oyunlar ve İstihdam: Türkiye İçin Öneriler", *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1/2: 136-153. doi: 10.31006/gipad.344781

Akgül, B. M., Özdemir, A. S., Erturan Öğüt, E. E., Karaküçük, S. (2016), "Ciddi Boş Zaman Envanteri ve Ölçümü: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması", *Journal of Human Sciences*, 13/2: 2820-2838. doi:10.14687/jhs.v13i2.3739

Alova, E. (2017), Latince Türkçe Sözlük, İstanbul: Sosyal Yayınlar.

Alp, A. F., Çakmak, G., Sarper Kahveci, M. (2020), ""Ne Bilir Kadın Oyun Oynamayı?": Kadın Oyuncuların E-spor Deneyimleri", *Türkiye Klinikleri Spor Bilimleri Dergisi*, 12/3: 322-329. doi: 10.5336/sportsci.2020-73698

And, M. (2007), *Oyun ve Bügü Türk Kültüründe Oyun Kavramı,* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Andringa, R., Boot, W. R. (2017), "Video Games". Colzato, L. S. (Ed.), *Theory-Driven Approaches to Cognitive Enhancement*, Cham: Springer: 199-210.

Arendt, H. (2018), *Zihnin Yaşamı*, (Çev. İ. Ilgar), İstanbul: İletişim.

Argan, M., Özer, A., Akın, E. (2006), "Elektronik Spor: Türkiye'deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları", *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 1/2:1-11.

Aydın, A. (2019), "Çağımızın Eğlence Anlayışı: Oyun, Sanal Gerçeklik ve Etik", Kılıç, M. (Ed.), *Psiko-Sosyal Yönleriyle Eğlence,* Ankara: Nobel: 107-136.

Aytaç, Ö. (2002), "Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12/1: 231-260.

Bahadır, M. (2016), "Antikçağ'dan Günümüze Boş Zaman Üzerine Bir Değerlendirme", *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü Dergisi*, 1/2: 103-116.

Batı, U. (2011), "Sekizinci Sanatın İnşası: "Dijital Oyunlar Kesişiminde Postmodernizm, Tüketim Kültürü, Üst Gerçeklik, Kinlik ve Olağan Şiddet", Terek Ünal, G., Batı, U., *Dijital Oyunlar: "Kendi Dünyanda Yaşa, Bizimkinde Oyna"*, İstanbul: Derin Yayınları: 3-33.

Baudrillard, J. (2021), *Simülakrlar ve Simülasyon*, (Çev. O. Adanır), Ankara: Doğu Batı.

Baudrillard, J. (2021), *Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları*, (Çev. N. Tutal, F. Keskin) İstanbul: Ayrıntı.

Bayraktar, B. (2023), "E Spor Nedir? E Sporcuların Vergilendirilmesi 2023". https://bayraktarburak.com/e-spor# adresinden alındı.

Belova, A., He, W., Zhong, Z. (2019), "E-Sports Talent Scouting Based on Multimodal Twitch Stream Data". arXiv:1907.01615 [cs.LG].

Berger, A. A. (2015), *Gizmos or: The Electronic Imperative: How Digital Devices have Transformed American Character and Culture*, New York: Palgrave Macmillan. doi: 10.1007/978-1-137-56545-7

Binark, M., Bayraktutan-Sütcü, G. (2008), *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*, İstanbul: Kalkedon.

Biricik, Z., Atik, A. (2021), "Gelenekselden Dijitale Değişen Oyun Kavramı ve Çocuklarda Oluşan Dijital Oyun Kültürü", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9/1: 445-469. doi: 10.19145/e-gifder.818532

Blanco, A. V. (2014), "Dijital Çağda Boş Zamanın Dönüşümü", Çoban, M. (Haz.). *Sosyal Medya Devrimi*, (Çev. A. E. Pilgir), İstanbul: Su Yayınları: 185-199.

Bourdieu, P. (2015), "Spor ve Toplumsal Sınıf", Hacısoftaoğlu, İ., Akcan, F., Bulgu, N. (Ed.), *Oyunun Ötesinde: Spor Sosyolojisi Çalışmaları*, (Çev. C. Orhan), Ankara: NotaBene: 96-118.

Brookey, R. A. (2010), *Hollywood Gamers: Digital Convergence in The Film and Video Game Industries*, Bloomington: Indiana University Press.

Bryce, J., Rutter, J., (2006), "An Introduction to Understanding Digital Games", Rutter, J., Bryce, J. (Ed.), *Understanding Digital Games*, London: Sage Publications:1-17. doi: 10.4135/9781446211397.n11

Buluş, B., Buluş, G. C. (2020), "Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar ve Dijital Ekonomi", *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12/2:1-6.

Burk, D. L. (2013), "Owning E-sports: Proprietary Rights in Professional Computer Gaming", *University of Pennsylvania Law Review*, 161/6: 1535-1578.

Caillois, R. (2001), *Man, Play and Games*, (Çev. M. Barash), New York: University of Illinois Press.

Castells, M. (2020), *İnternet Galaksisi: İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler*, (Çev. Ö. Avcı, E. Öztürk, B. Ş. Demirkan, İ. Patan, H. Berge, U. Evcim, M. Gültepe, M. Keskin, S. Şakı). Ankara: Phoenix.

Chess, S. (2020), *Play like a Feminist*, London: The MIT Press. doi: 10.7551/mitpress/12484.001.0001

Crawford, G. (2011), *Video Gamers*, New York: Routledge. doi: 10.4324/9780203863374

Crawford, G., Rutter, J. (2006), "Digital Games and Cultural Studies", Rutter, J., Bryce, J. (Ed.), *Understanding Digital Games*, London: Sage Publications: 148-165. doi: 10.4135/9781446211397.n11

Comerford, S. (2012), "International Intellectual Property Rights and the Future of Global E-sports", *Brooklyn Journal of International Law*, 37/2: 623-648.

Çalışkan, F. (2020), E-sporcularda Oyun Oynama Süresinin El Becerisi, El Reaksiyon Zamanı, El ve Parmak Kavrama Kuvveti Üzerine Etkisi ile Uluslararası Oyuncu Sıralaması Arasındaki İlişki, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Dalan Polat, G., Küçük, Ö. (2020), "Esporun Doksa Kavramı Üzerinden Sosyokültürel Örüntülerinin Bir Analizi", Süngü, E., Bostan, B. (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları*, Ankara: Nobel: 259-283.

Doğu, H. M. (2020), "E-spor ve E-spor Hukuku'nda Sporcu Sözleşmeleri", *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 69/2: 443-453. doi: 10.33629/auhfd.848644

Dyer-Witheford, N., De Peuter, G. (2009), *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Ecevit, R. G., Tunçe, F., Karaoğlu, O., Şahin, E., Özer, M. K. (2018), "Elektronik Spor ve Elektronik Sporcular Üzerine Betimsel Bir İnceleme", *Journal of Health and Sport Sciences*, 1:1-2-3: 23-28.

Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H., Tosca, S. P. (2020), *Understanding Video Games: The Essential Introduction 4th Edition*, New York: Routledge. doi: 10.4324/9780429431791

Escribano, F. (2012), "Gamification as the Post-Modern Phalanstère: Is the Gamification Playing with Us or Are We Playing with Gamification?", Zackariasson, P., Wilson, T. L. (Ed.), *The Video Game*

Industry: Formation, Present State, and Future, New York: Routledge: 198-217. doi: 10.4324/9780203106495

Fincham, B. (2018), *Eğlence Sosyolojisi*, (Çev. F. Ü. Selçuk), Ankara: Nobel Yaşam.

Fink, E. (2015), *Bir Dünya Sembolü Olarak Oyun*, (Çev. N. Açа), Ankara: Dost Kitabevi.

Fromm, E. (2014), *Sağlıklı Toplum*, (Çev. Y. Salman, Z. Tanrısever), İstanbul: Payel.

Gadamer, H. G. (2017), *Güzelin Güncelliği: Oyun, Sembol ve Festival Olarak Sanat*, Konya: Çizgi Kitabevi.

Gaming in Turkey (2022), "Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2022". https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/

Gere, C. (2018), *Dijital Kültür*, (Çev. A. Akın), İstanbul: Salon Yayınları.

Gorz, A. (2017), *Ekolojinin Kızıl Hattı, Mülakatlar,* (Çev. N. Özyıldırım), İstanbul: Sel Yayıncılık.

Gorz, A. (2019), *İktisadi Aklın Eleştirisi Çalışmanın Dönüşümleri-Anlam Arayışı,* (Çev. I. Ergüden), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gorz, A. (2020), *Yaşadığımız Sefalet Kurtuluş Çareleri,* (Çev. N. Tutal), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gül, M. E. (2019), "Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar: Playerunknown's Battlegrounds (Pubg) Oyunu Örneği", *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5/2: 448-465.

Gürbüz, A. B. (2020), "Extended Realities: Gerçeklik Teknolojileri, Immersion ve Oyun", Süngü, E., Bostan, B. (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları*, Ankara: Nobel:191-216.

Gürçay, H., Kepenek, E. B., Tekin, E. C. (2019), *Türkiye'de Dijital Oyun ve Animasyon*, Ankara: Retro Yayın.

Güven, U. Z. (2019), "Toplumsal Dönüşüm Çerçevesinde Değişen Anlam ve Kullanımlarıyla "Boş Zaman" Sosyolojisi", *DTCF Dergisi*, 59/2: 1125-1148. doi: 10.33171/dtcfjournal.2019.59.2.18

Halaçoğlu, B. N. (2020), *Video Oyun Evreninde Yol Bulmak: Sınıflandırma ve Türler*, Ankara: Gece Kitaplığı.

Hamari, J., Sjöblom, M. (2017), "What is eSports and Why Do People Watch It?", *Internet Research*, 27/2: 211-232. doi: 10.1108/IntR-04-2016-0085

Hanson, C. (2018), *Game Time: Understanding Temporality in Video Games*, Bloomington: Indiana University Press. doi: 10.2307/j.ctv176q4

Heineman, D. S. (2015), *Thinking About Video Games: Interviews with the Experts*, Bloomington: Indiana University Press.

Henricks, T. S. (2010), "Play and Cultural Transformation- or, What Would Huizinga Think of Video Games?", Wright, J. T., Embrick, D. G., Lukács, A. (Ed.), *Utopic Dreams and Apocalyptic Fantasies: Critical Approaches to Researching Video Game Play,* Lanham: Rowman & Littlefield Publishers: 15-41.

Hjorth, L., Richardson, I. (2014), *Gaming in Social, Locative, and Mobile Media,* Hampshire: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9781137301420

Huizinga, J. (2021), *Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*, (Çev. M. A.Kılıçbay), İstanbul: Ayrıntı.

Hutchins, B., Rowe, D. (2012), *Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport*, New York: Routledge. doi: 10.4324/9780203120415

Ilgaz Büyükbaykal, C., Abay Cansabuncu,İ. (2020), "Türkiye'de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu", *e-Journal of New Media*, 4/1: 1-9. doi: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2020.4/1.1-9

Jin, D. Y. (2010), Korea's Online Gaming Empire, Cambridge: The MIT Press. doi: 10.7551/mitpress/9780262014762.001.0001

Jin, D. Y. (2017), "The Emergence of Asian Mobile Games: Definitions, Industries, and Trajectories", Jin, D. Y. (Ed.), *Mobile Gaming in Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer: 3-20. doi: 10.1007/978-94-024-0826-3_1

Juul, J. (2001, 17 Nisan), "A Clash Between Game And Narrative: A Thesis On Computer Games And Interactive Fiction". https://www.jesperjuul.net/thesis/ adresinden alındı.

Karaduman, M., Aciyan, E. P. (2020), "Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Bağlamında Dijital Oyunlar ve Bağımlılık Üzerine Bir Değerlendirme", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22/1: 453-472. doi: 10.26468/trakyasobed.550935

Kartal, M. (2020), *Küreselleşme Bağlamında Türkiye'de E-spor*, Ankara: Gazi Kitabevi.

Karsenti, T. (2019), "Are Esports the Next Big Varsity Draw? An Exploratory Study of 522 University e-Athletes", Arai K., Bhatia R., Kapoor S. (Ed.), *Proceedings of the Future Technologies Conference (FTC) 2019, Advances in Intelligent Systems and Computing, vol.1070,* Cham: Springer: 528-541. doi: 10.1007/978-3-030-32523-7_37

Kaya Erdem, B., Civan Kemiksiz, R. (2020), "Çevrimiçi Dönüşümün Mesleki Tezahürü: E-Spor Faaliyetleriyle "Dijital Oyuncular Kuşağı"", *Journal of Economy Culture and Society,* 1: 315-336. doi: 10.26650/JECS2019-0107

Kayserilioğlu, K. (2020), "Çağdaş Sanat ve Bilgisayar Oyunları", Süngü, E., Bostan, B. (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları,* Ankara: Nobel: 163-190.

Keçeci, O., Çelik, V. O. (2021), "E-spor Organizasyonlarında Liderlik: Kuramsal Bir Çerçeve", *Spormetre The Journal of Physical Education and Sport Sciences*. 19/2: 1-13. doi: 10.33689/spormetre.830800

Kendirli, T. (2021), *Dijital Oyun Endüstrisi Terminolojisi,* İstanbul: Abaküs.

Kepenek, E. B (2020), "Türkiye Dijital Oyun Sektöründe Nitelikli İşgücü Sorunsalı: Sosyo-Ekonomik Bir Bakış", *Politik Ekonomik Kuram*, 4/2: 296-309. doi: 10.30586/pek.808117

Kepenek, E. B. (2020), "Yeni ve Yükselen Bir Alan: Dijital Oyunlar Sosyolojisi", *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 23/2: 186-213. doi: 10.18490/sosars.818995

Kilci, A. K. (2021), *Spor ve Dijital Oyunda Son Nokta: Espor,* Ankara: Gazi Kitabevi.

Kim, J., Kim, M. (2020), "Spectator E-sport and Well-being Through Live Streaming Services", *Technology in Society*, 63:1-12. doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101401

Kim, Y. H., Nauright, J., Suveatwatanakul, C. (2020), "The Rise of E-sports and Potential for Post-Covid Continued Growth", *Sport in Society*, 23/11: 1861-1871.doi: 10.1080/17430437.2020.1819695

Kirkpatrick, G. (2015), *The Formation of Gaming Culture: UK Gaming Magazines, 1981-1995*, Hampshire: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9781137305107

Kline, S., Dyer-Witheford, N., de Peuter, G. (2003), *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture, and Marketing,* Québec: McGill-Queen's University Press.

Kulak, Ö. (2017), *Theodor Adorno: Kültür Endüstrisinin Kıskacında Kültür*, İstanbul: İthaki.

Kural, K. (2019), "E-spor Yayınlarına Olan İlgi Artıyor", *TRT Akademi*, 4/8: 542-547.

Larch, F. (2023, 8 Şubat), "In 70 Years: The Evolution Of eSports Into A Billion-Dollar Market, eSports History: How It All Began". https://www.ispo.com/en/sports-business/esports-history-how-it-all-began adresinden alındı.

Lee, C. (2017), "Comparison of Korean and Chinese Adolescents' Online Games Use Including Mobile Games", Jin, D. Y. (Ed.), *Mobile Gaming in Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer: 227-241. doi: 10.1007/978-94-024-0826-3_13

Lefebvre, H. (2015), *Gündelik Hayatın Eleştirisi III: Moderniteden Modernizme (Gündelik Hayatın Meta-Felsefesi)*, (Çev. I. Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2020), *Modern Dünyada Gündelik Hayat*, (Çev, I. Gürbüz), İstanbul: Metis.

Leis, O., Raue, C., Dreiskämper, D., Launtenbach, F. (2021), "To be or not to be (e)sports? That is not the Question! Why and How Sport and Exercise Psychology Could Research Esports", *German Journal of Exercise and Sport Research*, 51: 241-247. doi: 10.1007/s12662-021-00715-9

Lu, Z. (2016), "From E-Heroin to E-Sports: The Development of Competitive Gaming in China", *The International Journal of the History of Sport*, 33/18:2186-2206. doi: 10.1080/09523367.2017.1358167

Lux, M., Riegler, M., Halvorsen, P., Dang-Nguyen, D. T., Potthast, M. (2019), "Challenges for Multimedia Research in E-Sports Using Counter-Strike", Elmenreich, W., Schallegger, R. R., Schniz, F., Gabriel, S., Pölsterl, G., Ruge, W. B. (Ed.), *Savegame: Agency, Design, Engineering*, Wiesbaden: Springer VS: 197-206. doi: 10.1007/978-3-658-27395-8_13

Ma,H., Wu, Y., Wu, X. (2013), "Research on Essential Difference of E-Sport and Online Game", Du, W. (Ed.), *Informatics and Management Science V. Lecture Notes in Electrical Engineering vol.208*, London: Springer: 615-621. doi: 10.1007/978-1-4471-4796-1_79

Madigan, J. (2015), *Getting Gamers: The Psychology of Video Games and Their Impact on the People Who Play Them*, London: Rowman & Littlefield.

Manzenreiter, W. (2014), *Sport and Body Politics in Japan*, New York: Routledge. doi: 10.4324/9780203767351

Martončik, M. (2015), "e-Sports: Playing Just for Fun or Playing to Satisfy Life Goals?", *Computers in Human Behavior*, 48:208-211. doi: 10.1016/j.chb.2015.01.056

McCutcheon, C., Hitchens, M., Drachen, A. (2018), "eSport vs irlSport". Cheok, A. Inami, M. Romão, T. (Ed.), *Advances in Computer Entertainment Technology. ACE 2017. Lecture Notes in Computer Science, vol 10714*, Cham: Springer: 531-542. doi: 10.1007/978-3-319-76270-8_36

Miller, K. (2012), *Playing Along: Digital Games, Youtube, and Virtual Performance*, New York: Oxford University Press. doi: 10.1093/acprof:oso/9780199753451.001.0001

Mitra, A. (2010), *Digital Games: Computers at Play*, Brainerd: Chelsea House.

Muniowski, L. (2018), "Geek is the New Jock: The Relationship Between Geek Culture and Sports", Lane, K. E. (Ed.), *Age of the Geek Depictions of Nerds and Geeks in Popular Media*, Cham: Palgrave Macmillan: Cham: 129-147.

Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z. (2018), "e-Spor Oyuncularının Demografik Özellikleri, Oyun Oynama Süreleri ve Başarılarını Etkileyen Faktörler", *Bağımlılık Dergisi*, 19/4:115-122.

Newzoo (2021a), "Global Esports & Live Streaming Market Report" https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version

Newzoo (2021b), "Newzoo's Generations Report: How Different Generations Engage with Games" https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-generations-report-how-different-generations-engage-with-games

Newzoo (2022a), "Global Esports & Live Streaming Market Report" https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-esports-live-streaming-market-report-2022-free-version

Newzoo (2022b), "Global Games Market Report" https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2022-free-version

O'Hagan, M., Mangiron, C. (2013), *Game Localization: Translating for the Global Digital Entertainment Industry*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. doi: 10.1075/btl.106

Özenç, O. E., Yörük, İ. (2021), *Her Yönüyle E-spor: Takım Sahibi, Sponsor ve E-sporcu Adaylarının El Kitabı*, İstanbul: Amadeo Yayınları.

Öztürk, E. (2019), "Serbest Zaman ve Eğlence İlişkisi Üzerine Holistik Bir Yaklaşım", Kılıç, M. (Ed.), *Psiko-Sosyal Yönleriyle Eğlence*, Ankara: Nobel: 13-62.

Parry, J. (2019), "E-sports are Not Sports", *Sport, Ethics and Philosophy*, 13/1:3-18. doi: 10.1080/17511321.2018.1489419

Pink, D. H. (2021), *Aklın Yeni Sınırları Kavramsal Çağda Başarı İçim Gerekli Altı Temel Yetenek*, (Çev. A. Özer), İstanbul: MediaCat.

Ruffino, P. (2018), *Future Gaming: Creative Interventions in Video Game Culture*, London: Goldsmiths Press.

Russell, B. (2021), *Aylaklığa Övgü,* (Çev. M. Ergin), İzmir: Cem Yayınevi.

Samuels, P. (2017), "Advice on Exploratory Factor Analysis. Centrefor Academic Success", Birmingham City University.

Sarı, E., Harta, G. (2019), "Lise ve Üniversite Öğrencilerinin E-spor Davranışları: Twitch Platformu Hakkında Bir Araştırma", *Kocaeli Üniversitesi iletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 13: 184-206.

Sarıkoca, E. (2020), "Spor ve Sosyoloji Bir Yaklaşım Denemesi*", Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 64: 261-270.

Sayar, K. (2016), "Dijital Toplum", TRT Akademi, 1/2: 762-775.

Schreier, J. (2021), *Kan Ter ve Pikseller*, (Çev. M. İ. Tatari), İstanbul: İthaki.

Schütz, M. (2016, 12 Mart), "Science Shows That eSports Professionals Are Real Athletes". https://www.dw.com/en/science-shows-that-esports-professionals-are-real-athletes/a-19084993 adresinden alındı.

Seiffert, R., Szymski, D., Krutsch, W. (2020), "E-Sports/Computer Sports", Krutsch, W., Mayr, H. O., Musahl, V., Della Villa, F., Tscholl, P. M., Jones, H. (Ed.), *Injury and Health Risk Management in Sports: A Guide to Decision Making*, Berlin: Springer: 741-744. doi: 10.1007/978-3-662-60752-7_112

Selvi Bener, S. (2016), *Antikçağda Oyun ve Oyuncaklar,* İstanbul: Kitap Yayınevi.

Seo, Y., Jung, S. (2016), "Beyond Solitary Play in Computer Games: The Social Practices of eSports", *Journal of Consumer Culture*, 16/3: 635-655. doi: 10.1177/1469540514553711

Sezen, T. İ., Sezen, D. (2011), "Dijital Oyun Tarihinin Dönüm Noktaları: Oyunlar, Yorumlar, Teknolojik ve Toplumsal Gelişmeler", Terek Ünal, G., Batı, U., *Dijital Oyunlar: "Kendi Dünyanda Yaşa, Bizimkinde Oyna"*, İstanbul: Derin Yayınları: 249-284.

Shaw, A. (2014), *Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Sicart, M. (2009), *The Ethics of Computer Games*, Cambridge: The MIT Press. doi: 10.7551/mitpress/9780262012652.003.0004

Sicart, M. (2020), "Homo Ludens Reloaded: The Ethics of Play in the Information Age", Groen, M., Kiel, N., Tillmann, A., Weßel, A. (Ed.), *Games and Ethics: Theoretical and Empirical Approaches to Ethical Questions in Digital Game Cultures, Digitale Kultur und Kommunikation vol.7*, Wiesbaden: Springer VS: 13-27. doi: 10.1007/978-3-658-28175-5_2

Sinha, H. (2021, 30 Eylül), "Video Game Streaming And Copyright Law". https://www.khuranaandkhurana.com/2021/09/30/video-game-streaming-and-copyright-law/ adresinden alındı.

Statista (2021a), "Digital Media Report 2021" https://www.statista.com/study/44526/digital-media-report/

Statista (2021b), "eSports in Europe" https://www.statista.com/study/67577/esports-in-europe/

Statista (2021c), "eSports Market Worldwide" https://www.statista.com/study/34163/esports-market-worldwide-statista-dossier/

Stebbins, R. A. (2004), *Between Work& Leisure The Common Ground of Two Seperate Worlds, New Jersey: Routledge. doi: 10.4324/9781315129167*

Stebbins, R. A. (2007), *Serious Leisure A Perspective for Our Time, New York: Transaction Publishers.*

Summerley, R. (2019), "The Development of Sports: A Comparative Analysis of the Early Institutionalization of Traditional Sports and E-Sports", *Games and Culture*, 15/1: 51-72. doi: 10.1177/1555412019838094

Süngü, E. (2020), "Oyunlarda Tek Tipleşme ve Türkiye'deki Oyuncu Kültürüne Etkileri", Süngü, E., Bostan, B. (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları*, Ankara: Nobel: 17-38.

Szablewicz, M. (2020), *Mapping Digital Game Culture in China, From Internet Addicts to Esports Athletes*, Cham: Palgrave Macmillan. doi: 10.1007/978-3-030-36111-2

Talimciler, A. (2018), *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu*, İstanbul: Bağlam.

Taylor, T. L. (2006), *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture*, Cambridge: The MIT Press. doi:10.7551/mitpress/5418.001.0001

Taylor, T. L. (2012), *Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge: The MIT Press. doi: 10.7551/mitpress/8624.001.0001

Taylor, T. L. (2018), *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*, Princeton: Princeton University Press.

Tinç, K. (2020), "Türkiye'de Dijital Oyun Kültürü ve Oyun Temelli Öğrenmeyle Etkileşimi", Süngü, E., Bostan, B. (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları*, Ankara: Nobel:63-78.

Tükenmez, M. (2011), *Toplumbilim ve Spor*, İstanbul: Kaynak Yayınları.

Türkyılmaz, T. (2019, 1 Aralık), "E-sporcuların Vergilendirilmesi". https://www.vergidegundem.com/makale?categoryName=Vergide&publicationNumber=12&publicationYear=2019&publicationId=4835291 adresinden alındı.

Vatandaş, S. (2020), "Oyun ve Oyuncak: Teknolojik ve Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Oyun ve Oyuncağın Anlamsal ve İşlevsel Değişimi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11/28: 913-930. doi: 10.21076/vizyoner.674699

Veblen, T. B. (2020), *Aylak Sınıfın Teorisi: Kurumların İktisadi İncelemesi*, (Çev. E. Kırmızıaltın, H. Bilir), Ankara: Heretik.

Virilio, P. (2003), *Enformasyon Bombası,* (Çev. K. Şahin), İstanbul: Metis.

Voorhees, G. (2015), "Neoliberal Masculinity: The Government of Play and Masculinity in E-sports" Brookey, R. A., Oates, T. P. (Ed.), *Playing to Win: Sports, Video Games, and the Culture of Play,* Bloomington: Indiana University Press: 63-91.

Wittgenstein, L. (2020), *Kesinlik Üstüne+ Kültür ve Değer*, (Çev. D. Şahiner), İstanbul: Metis.

Yengin, D. (2012), *Dijital Oyunlarda Şiddet*, İstanbul: Beta.

Yıldızgörür, M. R. (2019), "Sosyal Medyada Bilgisayar Oyunu Oynama Videolarının İzlenme Motivasyonları: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Bir Araştırma", *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi Online Journal of the Faculty of Communication Sciences,* 27/2: 194-205.

Yılmaz, E. A. (2022), *Sekizinci Sanat Oyun Homo Ludens'in Metaverse Yolculuğu*, İstanbul: Destek Yayınları.

Yiğitoğlu, V. (2019), *Oyun Değer*, Ankara: Gece Akademi.

Yönet, E., Çalık, F. (2020), *Liselilerin Sportif Serbest Zaman İlgilenimi Dijital Oyun Bağımlılığı ve Yaşam Kaliteleri*, Ankara: Astana Yayınları.

Yükçü, S., Kaplanoğlu, E. (2018), "e-Spor Endüstrisi", *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 17. UİK Özel Sayısı: 533-550. doi: 10.18092/ulikidince.435207

Zackariasson, P., Wilson, T. L. (Ed.), (2012), *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future,* New York: Routledge. doi: 10.4324/9780203106495

Ludografi:

Assassin's Creed Valhalla (2020), Ubisoft (Yayıncı), Ubisoft Montreal (Geliştirici).

Counter-Strike (2000), Valve, Sierra Entertainment (Yayıncı), Valve (Geliştirici).

CS: GO (2012), Valve (Yayıncı), Valve, Hidden Path Entertainment (Geliştirici).

Donkey Kong (1981), Nintendo (Yayıncı), Nintendo R&D1, Ikwgami Tsushinki (Geliştirici).

Dota 2 (2013), Valve (Yayıncı), Valve (Geliştirici).

FIFA (1993), EA Sports (Yayıncı), EA Sports (Geliştirici).

GTA V (2013), Rockstar Games (Yayıncı), Rockstar North (Geliştirici).

Hearthstone (2014), Blizzard Entertainment (Yayıncı), Blizzard Entertainment (Geliştirici)

League of Legends (2009), Riot Games (Yayıncı), Riot Games (Geliştirici).

Lost Ark (2022), Smilegate, Amazon Games (Yayıncı), Smilegate, Smile Gate RPG Inc., Tripod Studio, Smilegate Entertainment, Inc. (Geliştirici).

Mario Bros. (1983), Nintendo (Yayıncı), Nintendo R&D1 (Geliştirici).

NBA 2K23 (2022), 2K (Yayıncı), Visual Consepts (Geliştirici).

Pac-Man (1980), Namco(Yayıncı), Namco (Geliştirici).

Persona (1996), Atlus (Yayıncı), Atlus/P-Studio, Arc System Works(Geliştirici).

Pong (1972), Atari (Geliştirici).

PUBG: Battlegrounds (2017), Krafton, Inc (Yayıncı), Krafton, Inc (Geliştirici).

PUBG Mobile (2017), Tencent Games (Yayıncı), PUBG Corporation (Geliştirici).

Red Dead Redemption 2 (2018), Rockstar Games (Yayıncı), Rockstar Studios (Geliştirici).

Rocket League (2015), Psyonix (Yayıncı), Psyonix (Geliştirici).

Second Life (2003), Linden Lab (Geliştirici).

Silkroad Online (2004), Joymax (Yayıncı), Joymax (Geliştirici)

Space Invaders (1978), Taito (Yayıncı), Taito (Geliştirici).

Spacewar! (1962), Steve Russell (Geliştirici).

Street Fighter (1987), Capcom (Yayıncı), Capcom, Dimps (Geliştirici).

Street Fighter II (1991), Capcom (Yayıncı), Capcom (Geliştirici).

Street Fighter 6 (2023), Capcom (Yayıncı), Capcom (Geliştirici).

Tetris(1985), Alexey Pajitnov (Geliştirici).

Valorant (2020), Riot Games (Yayıncı), Riot games (Geliştirici).

TERİMLER SÖZLÜĞÜ[32]

AAA (Triple A): Ciddi bütçelere sahip, dijital oyun endüstrisi içinde büyük veya genele göre kayda değer paydalara sahip olan, çok çalışanlı dijital oyun firmalarının yaptığı oyunların genel adıdır.

Aksiyon: Özellikle nişancı, dövüş, hack&slash gibi alt türleriyle ünlü olan ana dijital oyun türüdür. Fiziksel olarak el-göz koordinasyonuna, reflekslere ve oyun içi oynatılan karakterin eylemlerin önemli olduğu heyecanın yüksek tutulduğu oyun kategorisidir.

AR (Augmented Reality): Dijital olarak oluşturulmuş ögelerin gerçek dünyaya aktarılıp incelenebilmesi, görülebilmesidir. Sosyal medya filtreleri gibi gerçekte olanı değiştirmeye ya da farklı bir algı yaratmaya yarayan teknolojidir.

ARPG (Action Role-Playing Game): Aksiyon ve rol yapma oyun türlerinin birleştirilmiş alt türüdür. Genelde fantezi dünyasının ortasında karakter dizaynı ile başlanıp, zaman ilerledikçe savaşlara girerek karakterin seviye atlatılmaya çalışıldığı rol yapma oyunlarıdır.

Bağımsız (Özgün-Indie): AAA oyun yapımcılarına göre çok daha küçük bütçeyle, genel olarak tanınmayan ve fazla desteğe sahip olmayan oyun yapımcılarının yaptığı oyun türüdür. Dijital oyuna yapılmış bütçeye bağlı olarak bağımsız oyunlar genellikle basit, kısa süren ama çoğu zaman hikayesi, seçilen müzikleri ve sanat tarzı ile kendini ortaya koymaya çalışan oyunlardır.

Bulmaca: Mantığa bağlı bazen hatırlama gerektiren, yön bulma, mekan düzenleme, çözüm üretme, sıralama, gizli ögeleri bulma vb. dijital oyun türüdür. En ünlü örneği Tetris (1984)'tir.

FPS (1.First Person Shooter veya 2.Frame Per Second:1. Birinci şahıs gözüyle dijital oyunda karakterin yönetildiği nişancı tipi oyunlardır. Genellikle oyun ekranında kullanılan silah ve çevre gözükür. 2. Saniye başına görüntülenebilen kare sayısı. Fotoğrafların ya da resimlerin sürekliliği ile sağlanan film, dizi, animasyon, oyun vb. içeriklerde kullanılan terimdir.

Gizlilik: Dijital oyun içinde sabit ya da yapay zeka sahibi yerleştirilen karakterlere ve düşmanlara yakalanmadan, saklanarak oynanmaya çalışılan oyun türüdür.

---

[32] Bölümde geçen dijital oyun türleri, detaya girilmeden, altta adı geçen kitap ve dijital oyun satış platformlarının verdiği kategorilere göre harmanlanarak listelenmiştir:

Epic Games (https://store.epicgames.com/tr/browse?sortBy=releaseDate&sortDir=DESC&category=Game&count=40), Steam (https://store.steampowered.com/), Xbox (https://www.xbox.com/tr-TR/games),

Halaçoğlu, B. N. (2020), Video Oyun Evreninde Yol Bulmak: Sınıflandırma ve Türler, Ankara: Gece Kitaplığı.

Görsel Roman: Çoğunlukla animasyona sahip olmayan, mekan ve karakter çizimlerinin ekranda sabit durduğu olay örgüsünün ekranın altındaki karşılıklı konuşmalarla verildiği oyun türüdür. Çizimleri genellikle anime stiline sahiptir. Oyuncu kendi karakterini oynarken, karşısındaki karakterlerle konuşmalarına göre birkaç seçenek arasında bir şık seçerek ilerler. Seçimlerine göre oyun sonu hikayesi de değişir.

Hack&Slash: Oyuncunun, oyundaki hikayeye çok takılmadan, düşünmeden, sürekli ve çokça gelen düşmanları kesip biçtiği bir nevi katliam yaratılan oyun türüdür.

Hayatta Kalma: Adından da anlaşılacağı üzere belli bir süre içinde ya da gelen düşmanları yenerek, kendini savunarak, kısıtlı imkanlar dahilinde ölmemeye gayret edilen dijital oyun türüdür.

IGL (In Game Leader): IGL, takımdaki oyuncuları yöneten ve yönlendiren oyuncudur. Diğer oyunculardan daha iyi dereceye ya da oynayışa sahip olmak zorunda değildir. IGL olabildiğince sakin kalıp ciddiyetle görevini sürdürmelidir.

Kumar: Risk faktörünün olduğu ve para karşılığı oynanan poker, rulet, blackjack, zar oyunları, slot makineleri, vd.nin dijitalleştirilmesiyle kullanılan dijital oyun türünün adıdır.

Macera: Araştırma ve keşif duygusunun hissettirilmeye çalışıldığı, hikayenin önem arz ettiği dijital oyun türüdür.

MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game): Milyonları bulabilen oyuncu sayısı ile oynanan rol yapma oyunlarıdır. Aynı harita ve çevrede gerçekleşen, oyun oynama süreci içerisinde kişinin yarattığı karakteri geliştirip güçlendirmesi öncül amaçlardandır. Oynanan dijital oyuna göre hikayenin takip edilebileceği ya da açık dünyada istediğinizi yapabileceğiniz, oyunca izin verilen ölçüde, oyun tipidir.

MOBA (Multiplayer Online Battle Arena): Belli bir harita düzeninde iki takımın birbirinin köşesini almaya çalıştıkları dijital oyun tipidir. Oyuncular maça başlamadan önce spesifik bir karakteri seçip oyun boyunca belli hamleler ve taktiklerle takım oyunu oynamaya çalışır.

Roguelike: Oyuncunun her baştan başlamasıyla (karakterinin ölmesiyle) haritasının ve içeriğinin değiştiği sıra tabanlı ya da gerçek zamanlı zindan oyunlarıdır.

Spor ve Yarış: Geleneksel sporların dijital oyun haline dönmüş şekillerine verilen addır. Aynı zamanda bu türe bağlı motor sporları, balıkçılık, avcılık gibi dijital oyunlar da bulunmaktadır.

Strateji: Düşünceyi ön plana alarak, planlı-taktiksel ilerleme ile devam etmeyi gerektiren oyun türüdür. Ana türlerden biri olduğu gibi alt türlerinde kart oyunları, savunma, askeri gibi türler bulunmaktadır.

Rol Yapma: Oyunda yaratılmış evrenin içerisindeki görevlerin yapılmaya çalışıldığı ya da yaratılan kurgusallığın içinde yer edinilmeye çalışılan dijital oyun türüdür.

VR (Virtual Reality): AR teknolojisinden farklı olarak kendine yapay bir ortam yaratan ve o ortamda istenilen şeyin yapılabildiği teknolojiye VR denir. VR teknolojileri dijital oyunlar, sağlık sektörü ya da mimarlık gibi birçok alanda kullanılmaktadır.

EKLER

Ek 1: Dijital Oyun Anket Formu

Değerli katılımcı,

Aşağıda yer alan anket formu Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı altında yürütülmekte olan yüksek lisans tezi çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Anket sonunda toplanacak veriler sadece akademik amaçla kullanılacaktır. Anketi cevaplamak 2 ila 5 dakika sürmektedir. Gönüllü katılımınız için teşekkür ederim. (Çalışma ile ilgili sorularınız için esrayapar@gmail.com adresinden iletişime geçebilirsiniz.)

Esra YAPAR

Cinsiyetiniz

Kadın ( ) Erkek( )

Yaşınız …….

Eğitim Seviyeniz

İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) Ön lisans ( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora ( )

Hangi şehirde ikamet ediyorsunuz? ……

1. Dijital oyun oynar mısınız?

Evet ( ) Hayır ( )

2. Dijital oyununuzu hangi platformda oynarsınız? (Birinci soru evet ise)

Bilgisayar ( ) Telefon/Tablet ( ) Konsol ( )

3. Kaç zamandır (ay, yıl) dijital oyun oynuyorsunuz? (Birinci soru evet ise)

0-2 yıl ( ) 2-4 yıl ( ) 4-6 yıl ( ) 6-8 yıl ( ) 8-10 yıl ( ) 10 ve üzeri ( )

4. Aşağıdaki oyunlardan herhangi birini oynadıysanız işaretleyiniz. (Birinci soru evet ise)

Arena of Valor ( ) Asphalt 9: Legends ( ) Brawl Stars ( ) Call of Duty: Mobile ( )

Clash of Clans ( ) Clash Royale ( ) Counter-Strike: Global Offensive (CS: GO) ( ) Dota 2 ( )

FIFA ( ) Fortnite ( ) HearthStone ( ) League of Legends (LoL) ( )

Mobile Legends ( ) Overwatch ( ) PUBG Mobile ( ) PUBG: Battlegrounds ( )

Rainbow Six Siege ( ) Starcraft II ( ) Valorant ( ) Zula ( ) Hiçbiri ( )

5. Hangi amaçla oyun oynarsınız? (Birinci soru evet ise)

Eğlence ( ) Sosyalleşme( ) Para kazanma ( ) Boş vakit geçirme ( ) Başarma Duygusu ( )

Mesleğim için ( ) Diğer ( )……..

6. Dijital oyun yayınlarını izler misiniz?

Evet ( ) Hayır ( )

7. Dijital oyun yayınlarını hangi platformdan takip edersiniz? (Altıncı soru evet ise)

Twitch ( ) Youtube ( ) Facebook ( ) Diğer ( ) ……

8. E-spor ve e-sporcu kavramlarına aşina mısınız?

Evet ( ) Hayır ( )

9. Hiç e-spor müsabakası izlediniz mi? (Canlı yayın, arenada, …) (Sekizinci soru evet ise)

Evet ( ) Hayır ( )

Aşağıda yer alan yargı cümlelerini 1-5 aralığında değerlendirmeniz istenmektedir. 1- Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum, anlamlarına gelmektedir. Yargılar hakkında bir fikriniz yoksa "3- Kararsızım" seçeneğini işaretleyebilirsiniz.	**Hiç Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Tamamen Katılıyorum**
1. Boş zamanım vardır.	1	2	3	4	5
2. Boş zamanlarımda dijital oyun oynarım.	1	2	3	4	5
3. Birkaç mobil oyun (candy crush, vb.) veya bilgisayardaki kart oyunları dışında, dijital oyun hakkında bir bilgim bulunmamaktadır.	1	2	3	4	5
4. Dijital oyun oynamayı severim.	1	2	3	4	5
5. Dijital oyun oynamak beni rahatlatır.	1	2	3	4	5
6. Dijital oyun oynamak yeteneklerimi geliştirir. (Yabancı dil, sorun çözmek, el-göz koordinasyonu, hızlı düşünmek, …)	1	2	3	4	5
7. Dijital oyunlardan arkadaş edinirim	1	2	3	4	5
8. Dijital oyunlar insanları asosyal yapar.	1	2	3	4	5
9. Dijital oyun oynamak boşa harcanan zamandır.	1	2	3	4	5
10. Ailem, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür.	1	2	3	4	5
11. Arkadaşlarım, dijital oyun oynamanın boşa harcanan zaman olduğunu düşünür.	1	2	3	4	5
12. Dijital oyun oynadığım zamanın verimsiz geçtiğine inanırım.	1	2	3	4	5
13. Dijital oyun oynayarak para kazanmak isterim.	1	2	3	4	5
14. Yayıncı (streamer) olmak bir meslektir.	1	2	3	4	5
15. Yayıncı olmak isterim.	1	2	3	4	5
16. E-sporcu olmak bir meslektir.					
17. E-sporcu olmak isterim.	1	2	3	4	5
18. Çocuğumun yayıncı ya da e-sporcu olmasında bir problem yoktur.	1	2	3	4	5
19. Oynamak istediğim dijital oyunu satın alırım.	1	2	3	4	5
20. Ücretsiz dijital oyunları oynamayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
21. Dijital oyunları yayıncılardan izlemekten keyif alırım.	1	2	3	4	5
22. Dijital oyun sektöründe Türklerin adını duymak gurur vericidir.	1	2	3	4	5
23. E-spor turnuvalarında Türk takımlarının kazanması gurur vericidir.	1	2	3	4	5
24. Türk yapımcıların dijital oyunlarını oynamak isterim.	1	2	3	4	5
25. Dijital oyunlarda Türk motifleri görmek isterim.	1	2	3	4	5
26. Dijital oyunlar sayesinde ülkemizi dünyaya tanıtabiliriz.	1	2	3	4	5
27. Türk yapımcıların oyunları, yurt dışında çıkan dijital oyunlara kıyasla kalitesizdir.	1	2	3	4	5
28. Ülkemizde dijital oyuna gerektiği kadar değer verilmemektedir.	1	2	3	4	5

Ek 2: Yarı Yapılandırılmış E-sporcu ve Yayıncı Görüşme Soruları

1. Kendinizi tanıtır mısınız?
2. Eğitim durumunuz nedir?
3. Şu an hayatınızı nasıl kazanıyorsunuz? Mesleğiniz nedir?
4. Düşlediğiniz iş neydi?
    a. *Düşlediği işi yapıyorsa*, seçim nedeniniz nedir?
    b. *Düşlediği işi yapmıyorsa*, neden bu yolu seçtiniz?
        i. Eğer düşlediğiniz iş kolunda değilseniz bu işi geçici olarak mı görüyorsunuz?
        ii. Eğer fırsatınız olsa başka bir iş koluna geçmek ister misiniz?
5. Sizce şu an yaptığınız mesleği, çevreniz de meslek olarak tanımlıyor mu? Aileniz ne düşünüyor?
    a. İşinizin, insanlara farkındalık oluşturduğunu düşünüyor musunuz? (Bu işi yapmak isteyen insanlar için gösterici bir yol, dijital oyunların kötü olmadığı-yararsız olmadığı, oyun oynayanların boş insan olmaması, …)
6. Yaptığınız iş ülkemizde destekleniyor mu veya desteklenmeye başladı mı? (Para yardımı, kalifiye insan yetiştirmek, okullar, öğretim alanları…)
7. Yaptığınız iş sizi tatmin ediyor mu? (Yayıncılık, e-spor oyuncusu, …)
8. Elde ettiğiniz kazanç, ekonomik anlamda hayatınızı idame ettirmenize yetiyor mu?
    a. *Eğer yeterli para kazanılmıyorsa,* para kazanmak için başka nelerle uğraşmaktasınız?
    b. *Eğer yeterli para kazanılıyorsa*, eğer yeterli düzeyde para kazanmasaydınız işinizi sürdürmeye devam eder miydiniz?
9. Sizce bütün büyü oyun sevmekten mi geliyor yoksa para kazanmadan mı geliyor?
    a. *Oyun sevgisinden kaynaklı ise*, işiniz gereği sürekli oyun oynamaktan sıkılıyor musunuz ya da sıkılacağınızı düşünüyor musunuz?
    b. *Para kazanmak kaynaklı ise*, oyunun ve oyun oynamanın sizin için tanımı, yeri nedir?
10. Oyun oynamanın boş zaman değerlendirme aracından, para kazandıran bir mesleğe dönüşümü hakkında ne düşünüyorsunuz? Dönüşüm oyuna olan bakışınızı etkiledi mi?
11. Yaptığınız işi önerir misiniz?
    a. Zorlukları ve avantajları nedir?
12. Kariyer yolu zor mu?
    a. Şu an bulunduğunuz noktaya gelene kadar kaç sene geçti?
    b. Sizi bu kariyer yoluna sürükleyenin ne olduğunu söyleyebilir misiniz? (fikir, tutku, hedef, …)

    c. Kariyerini oyun oynamak üzerine kurmak isteyen insanlar kendilerini nasıl yetiştirmelidir? (Üniversite bölümleri, kendi kendine, e-spor merkezleri, seminerler, online dersler, kitaplar, …)
13. Sizce neden yayıncılar bir süre sonra e-sporcu oluyor? / Neden bir süre sonra e-sporcular e-sporu bırakıp yayıncı oluyor?
14. Mesleğinizden sıyrılırsak, neden oyun oynuyorsunuz, sizi oyun oynamaya iten nedir?
15. Türkiye'deki oyun kültürü hakkında ne düşünüyorsunuz?
    a. *Dünyanın geri kalanına göre geri kaldıysa*, nasıl gelişmeli, sizce bu durumla kim uğraşmalı?
16. AR (augmented reality) ve VR (virtual reality) ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Bu teknolojilerin gelişmesi oyun dünyasını nasıl etkileyecektir? E-spor yeni bir platforma taşınır mı? Hado'yu duydunuz mu?
17. Eğlenmek için neler yaparsınız? En çok yaptığınız boş zaman aktivitesi nedir?
18. E-spor kariyeri erken emeklilik getiren bir kariyer, sonrasında ne düşünüyorsunuz?
19. E-sporcuların yaş aralığı kaç olmalı?

Ek 3: HADO Sporcularına Yönlendirilen Yapılandırılmış Görüşme Soruları

1. Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

2. Sizin HADO ile tanışmanız nasıl oldu?

3. Sizce HADO'da kulüpleşme olur mu? Gerekli mi?

4. Meslek haline dönüşse, meslek yolunuzu HADO olarak seçer miydiniz?

5. HADO Milli Takımı'nda olmak size bir maddi kazanç sağlıyor mu?

6. Boş zamanlarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?

7. Dijital oyunlar hakkında ne düşünüyorsunuz? Normal hayatınızda oyun oynuyor musunuz?

8. E-spor hakkında görüşleriniz nelerdir? HADO'nun e-sporun yeni versiyonu olduğu söyleniyor. Siz bu konuda ne düşünüyorsunuz?

Ek 4: Türkiye'de Bulunan Üniversite Takımları ve Profesyonel E-spor Takımları/Kulüpleri Listeleri[33]

Tablo 13. Türkiye'de Bulunan Üniversite Takımları

Üniversite Takımları	Üniversite Adı	Oynadıkları Oyunlar
AYBU Tigers	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	CS:GO- Valorant
BAU eSports	Bahçeşehir Üniversitesi	Halo- CS:GO- Valorant- LoL
BAUN Esports	Balıkesir Üniversitesi	Valorant
BTU Espor	Bursa Teknik Üniversitesi	Valorant - LoL
B17 Esports	Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi	Valorant - LoL
DEU Esports	Dokuz Eylül Üniversitesi	Valorant - LoL
DOU Espor	Doğuş Üniversitesi	Valorant - LoL
ERU Espor	Erciyes Üniversitesi	LoL
Gazi Espor	Gazi Üniversitesi	CS:GO- Valorant- LoL
Hacettepe Esports	Hacettepe Üniversitesi	Valorant- LoL
HBV Espor	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	CS:GO- Valorant- LoL
İAU Espor	İstanbul Aydın Üniversitesi	Valorant- LoL
İDU Espor	İstanbul Demokrasi Üniversitesi	LoL
İKU Espor	İstanbul Kültür Üniversitesi	CS:GO-Valorant
İTU Espor	İstanbul Teknik Üniversitesi	Valorant- LoL
MAU Esports	Maltepe Üniversitesi	Valorant- LoL
Medipol Espor	Medipol Üniversitesi	Valorant- LoL
METU Esports	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Valorant- LoL
NISH Espor	Nişantaşı Üniversitesi	Valorant- LoL
Selçuk Espor	Selçuk Üniversitesi	CS:GO- Valorant- LoL- LoL: WildRift

Tablo 14. Türkiye'de Bulunun Profesyonel E-spor Takımları/Kulüpleri

	E-spor Takımları/Kulüpleri	Oynadıkları Oyunlar
1	1461 Trabzon FK	FIFA
2	212 Espor	PUBG
3	5KARIS	CS:GO
4	5 Ronin	LoL
5	ABB Aski E-spor Kulübü	Valorant- Zula
6	Adanaspor	FIFA
7	Add to Dead	PUBG
8	ADR Farmers	PUBG
9	Aggressive All Around	PUBG
10	Altay	FIFA
11	Antalyaspor	FIFA

[33] Listeler https://ggscore.com/en, https://liquipedia.net/, https://tefligi.com/#, https://play.eslgaming.com/turkey sitelerinden derlenerek oluşturulmuştur. E-spor sektöründe kulüpler açısından çok hızlı bir sirkülasyon olduğu için listelerde dağılmış takımlar mevcut olabilir.

12	Bad Boys Reborn	PUBG Mobile
13	BAL Espor	Zula
14	BAU eSports	CS:GO- Valorant- LoL-PUBG- FIFA- HADO
15	BBL Esports	Valorant- PUBG
16	Beşiktaş Esports	FIFA- LoL- PUBG Mobile
17	Beverly Esports	Valorant
18	Bullet Rain	PUBG
19	Bursaspor	FIFA
20	Castrum	CS:GO
21	Çaykur Rize Espor	FIFA
22	Dark Passage	Valorant- LoL
23	Deep Jungle Walk	PUBG
24	Denizbank İstanbul Wildcats	LoL- LoL: Wild Rift- Valorant- Fortnite- PUBG Mobile- Free Fire- FIFA- NBA 2K- Formula 1- Starcraft- Tekken 7- Zula
25	Digital Athletics	PUBG- PUBG Mobile- FIFA- Valorant
26	Erzurumspor FK	FIFA
27	Eternal Fire	CS:GO- Valorant
28	Fenerbahçe Espor	FIFA- NBA 2K- TFT- Valorant- PUBG Mobile- LoL
29	Fire Flux	Valorant- PUBG Mobile
30	FULLTILT	PUBG
31	Fut Esports	FIFA- Apex Legends- PUBG Mobile- PUBG- Valorant- TFT- Hearthstone- Honor of Kings- Magic The Gathering- Legends of Runeterra
32	FromB	Dota 2
33	Galakticos	Valorant - LoL
34	Galatasaray Espor	FIFA- Valorant- PUBG Mobile - NBA 2K
35	Gaziantep FK	FIFA
36	Gençlerbirliği E-Spor	FIFA
37	Gentleman	CS:GO
38	Getso Esports	PUBG Mobile
39	Giresunspor	FIFA
40	gothboiclique	CS:GO
41	Green Dagger	CS:GO
42	Hak3 Esports	FIFA
43	Hatayspor	FIFA
44	HIVE'X Esports	PUBG
45	HOWL Esports	PUBG
46	Interrail E-spor	FIFA Pro Club
47	İstanbul Başakşehir	FIFA
48	İstanbulspor	FIFA
49	Karagümrük Espor	FIFA-PUBG
50	Kasımpaşa	FIFA
51	Kayserispor	FIFA
52	Kocaelispor	FIFA
53	KZ TEAM	Dota 2
54	LastBullet	CS:GO
55	Mavidance Esports	PUBG Mobile
56	Melise Esports	PUBG Mobile
57	Mersin Espor	FIFA

58	MKE Ankaragücü	FIFA
59	Nasr Esports	LoL- LoL:Wild Rift
60	NAVI Celestials	Valorant
61	Next Rüya	PUBG Mobile
62	Never Mind	PUBG
63	ORGLESS	PUBG
64	Orgless4	PUBG
65	Ozarox Esports	PUBG Mobile
66	Papara Supermassive	Valorant- LoL
67	PCIFIC Espor	CS:GO- PUBG- Valorant
68	Peace of Heroes	CS:GO
69	Regnum Carya Esports	Valorant- PUBG Mobile- NBA2K- MOTOSPORTS- FIFA
70	S2G Esports	Valorant- PUBG Mobile
71	Sakaryaspor	FIFA
72	Samsunspor	FIFA
73	Sangal Esports	CS:GO- Valorant- LoL: Wild Rift
74	Sarvem Esports	PUBG Mobile- PUBG
75	SECURITAS	CS:GO
76	SHN Espor	PUBG Mobile
77	Sivasspor Espor	FIFA- Zula
78	STARDUST	PUBG
79	STEEL TACTICS	ZULA
80	Surreal Esports	Valorant- PUBG Mobile
81	Team Aurora	FIFA- NBA 2K
82	Team Dagger	Dota 2
83	Team Demiral Esports	CS:GO- Valorant
84	Team Elessar	CS:GO
85	Tempest	CS:GO
86	The Chosen Few	CS:GO
87	Thunderbolts Gaming	Valorant
88	TMR	Dota 2
89	TOA Esports	Valorant- PUBG- CS:GO
90	Trabzonspor	FIFA
91	Turgutlu Belediyesi Esports	Valorant- PUBG- FIFA
92	vampboiclique	CS:GO
93	Viary Esports	CS:GO
94	Voltran Esports	PUBG
95	We Are Not Mix	PUBG
96	Weda Esports	Valorant
97	WERSCHIEDEN	CS:GO
98	Witch Kings	Dota 2
99	Wofdex Esports	Formula 1- FIFA
100	Yeni Malatyaspor Espor	FIFA

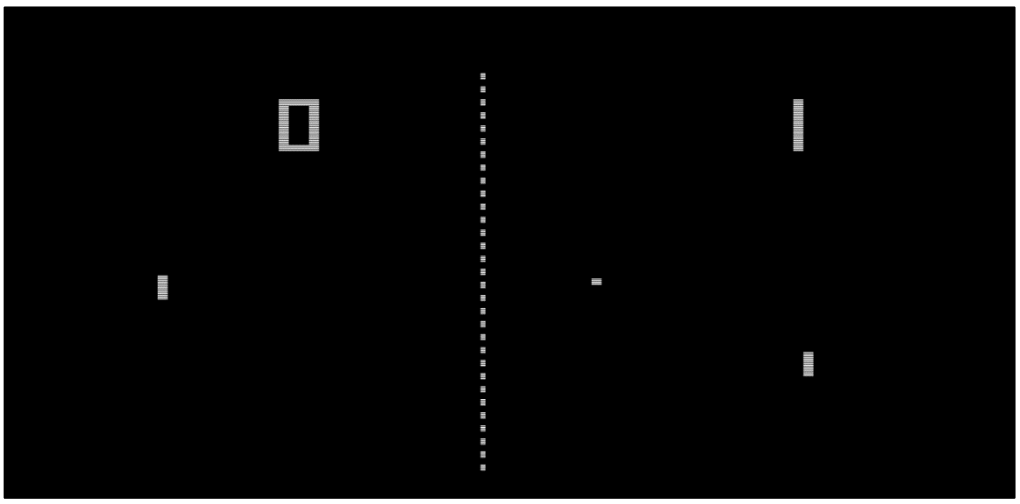
Ek 5: 2.2 Oyundan Dijital Oyuna Bölümünün Fotoğrafları



Fotoğraf 7. Osiloskopta Oynatılan Tennis For Two Oyunu https://history-computer.com/tennis-for-two-complete-history/ adresinden alındı. Son Erişim 19.08.2023



Fotoğraf 8. PDP-1 Bilgisayarındaki Spacewar! Oyununun Bilgisayar Ekranındaki Görüntüsü (https://kimon.hosting.nyu.edu/physical-electrical-digital/items/show/1463 adresinden alındı. Son Erişim 19.08.2023)



Fotoğraf 9. Pong Oyununun Ekran Görüntüsü (https://tr.wikipedia.org/wiki/Pong adresinden alındı. Son Erişim 19.08.2023)

Ek 6: Türkiye'de E-spor Bölümüne Ait Fotoğraflar



Fotoğraf 10. FIFA Pro Clubs İçin Milli Takım Seçme Şampiyonası (TESFED Türkiye Kupası)



Fotoğraf 11. 2022 GEG-DOTA 2 Şampiyonası Oyuncu Ekranı Simültane Görüntüsü

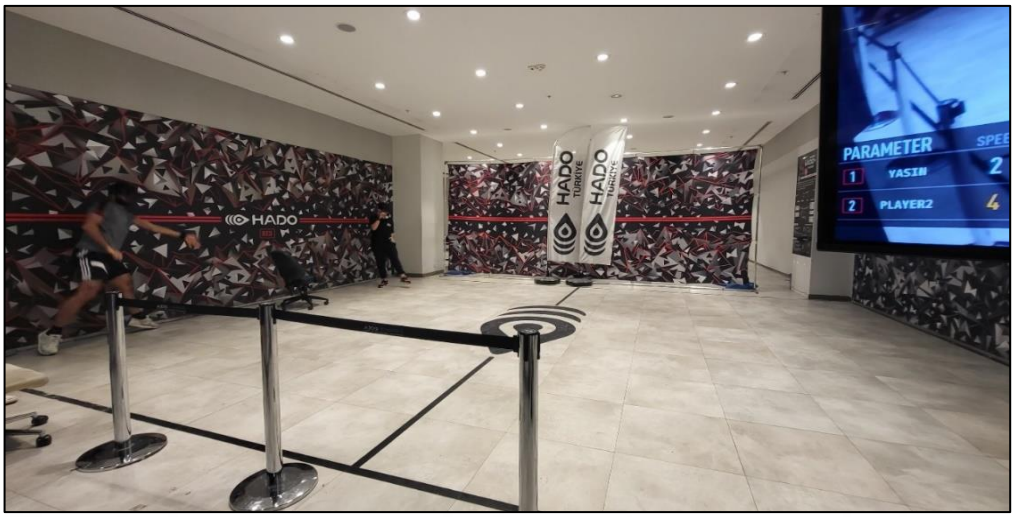


Fotoğraf 12. 2022 GEFCON Panelleri



Fotoğraf 13. 2022 GEG-DOTA 2 İlk Üçe Girmeye Hak Kazanan Milli Takımlar

Ek 7: Türkiye HADO Sahası ve Takım Fotoğrafları



Fotoğraf 14. AXIS AVM HADO Sahası



Fotoğraf 15. Bahçeşehir Üniversitesi HADO Takımı Antrenman Yaparken



Fotoğraf 16. HADO Milli Takımı Antrenman Yaparken

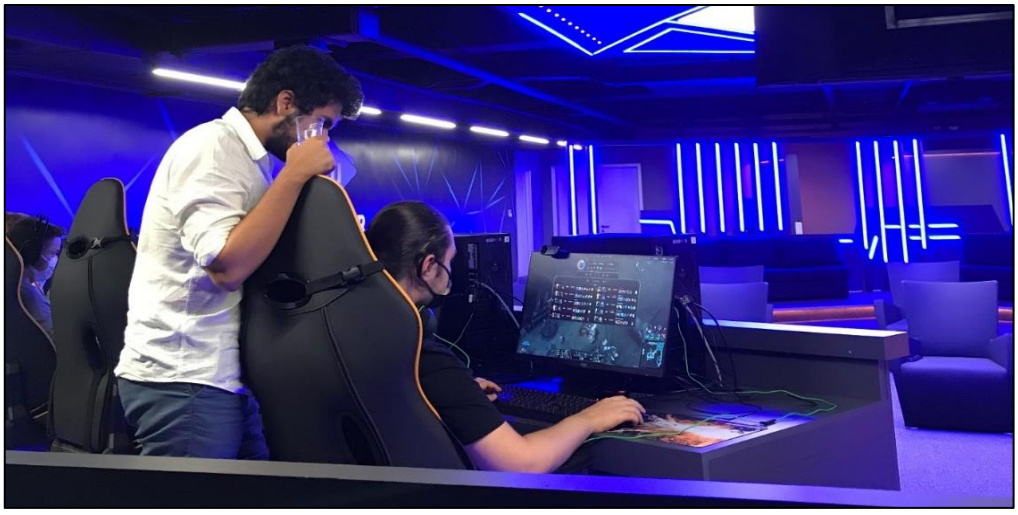
Ek 8: Üsküdar Espor Merkezi Fotoğrafları



Fotoğraf 17. Üsküdar Espor Merkezi'nde Koç Sunumu Hazırlarken



Fotoğraf 18. Üsküdar Espor Merkezi



Fotoğraf 19. Koç Öğrencinin Oynayışını Değerlendirirken