



Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Elektronik Spor Tüketimine Yönelik Metaforik Yaklaşımları

Metaphorical Approaches of Faculty of Sport Sciences Students towards Electronic Sports Consumption

Oğuzhan GÜL¹, Zühal YURTSIZOĞLU², Zafer YILDIZ³

¹Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Sivas
· ogulsivas@gmail.com · ORCID > 0000-0001-8048-6140

²Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, Spor
Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı, Sivas
· yurtsiz@gmail.com · ORCID > 0000-0003-2887-1222

³Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Eğitimde
Ölçme ve Değerlendirme Anabilim Dalı, Sivas
· zafer.yildiz@cumhuriyet.edu.tr · ORCID > 0000-0002-9136-5034

Makale Bilgisi/Article Information

Makale Türü/Article Types: Araştırma Makalesi/Research Article

Geliř Tarihi/Received: 15 Ocak/January 2024

Kabul Tarihi/Accepted: 14 Nisan/April 2024

Yıl/Year: 2024 | **Cilt – Volume:** 15 | **Sayı – Issue:** 1 | **Sayfa/Pages:** 1-15

Atıf/Cite as: Gül, O., Yurtsizođlu, Z., Yıldız, Z. "Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Elektronik Spor Tüketimine Yönelik Metaforik Yaklaşımları" Ondokuz Mayıs Üniversitesi Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi, 15(1), Nisan 2024: 1-15.

Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Oğuzhan GÜL

Etik Kurul Beyanı/Ethics Committee Approval: "Araştırma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiđi Kurulu'ndan 17.10.2023 tarihli ve E-99711239-050-01-348619 karar sayısı ile etik kurul izni alınmıştır."

SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN ELEKTRONİK SPOR TÜKETİMİNE YÖNELİK METAFORİK YAKLAŞIMLARI

ÖZ

Teknolojik gelişmeler, spor endüstrisinde önemli değişimlere yol açarak birçok yeni kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Özellikle son 20 yılda hayatımıza giren dijital oyunlar, sporla iç içe geçerek spor endüstrisine devrim niteliğinde bir yenilik getirmiştir. Bu dijital oyunlar, e-spor adı altında önemli bir endüstri haline gelerek büyük bir ekonomiyi sürüklemekte ve global çapta insanları bir araya getiren organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Ancak, literatürde e-spor için yapılmış metaforik araştırmaların eksikliği, bu alandaki zihinsel deneyimleri anlamak ve açıklamak konusunda bir boşluğu işaret etmektedir. Bu bağlamda, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin e-sporu nasıl algıladıklarını inceleyen bu çalışma, nitel araştırma yöntemini benimsemiş ve metaforik bir araştırma yaklaşımını tercih etmiştir. Toplamda 423 öğrencinin katıldığı araştırmada, 333 öğrencinin verileri değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırma, katılımcılara yöneltilen demografik bilgiler içeren kişisel bilgi formu ve e-spor tüketimine dair metaforik yaklaşımları belirlemeye yönelik yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak elde edilen veriler, e-sporun popülerliğinin artmasına rağmen, spor endüstrisi içinde hala e-sporun spor olarak nasıl kabul edildiği konusunda belirsizlikler bulunduğunu göstermektedir. Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri arasında e-sporun bir spor dalı olarak kabul edilip edilmediği konusunda şüpheler olduğu görülmüştür. E-spor tüketimi genellikle hedonik bir tüketim yaklaşımı olarak algılanmakta olup, müsabakaya dayalı metaforların eksikliği dikkat çekmektedir. Bu durum, ilerleyen süreçte e-sporun daha çok rekabet, kazanma, egzersiz gibi spor etkinlikleriyle ilişkilendirileceği düşüncesini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyun, Endüstri, E-Spor, Spor Tüketimi, Teknoloji.



METAPHORICAL APPROACHES OF FACULTY OF SPORT SCIENCES STUDENTS TOWARDS ELECTRONIC SPORTS CONSUMPTION

ABSTRACT

Technological developments have led to significant changes in the sports industry and spawned many new concepts. In the last 20 years in particular, digital games have brought a revolutionary innovation to the sports industry through their intertwining with sport. These digital games have evolved into a major industry under the name of e-sports, driving a large economy and hosting organizations

that bring people together on a global scale. However, the lack of metaphorical research on e-sports in the literature indicates a gap in understanding and explaining the mental experiences in this domain. In this context, this study, which examines how students in the Faculty of Sport Sciences perceive e-sports, has chosen a qualitative research method and favoured a metaphorical research approach. A total of 423 students participated in the study and data from 333 students were analyzed. The research was conducted using a personal information questionnaire, which included demographic information, and a semi-structured interview form to identify metaphorical approaches to e-sports consumption. As a result, the data obtained shows that despite the increasing popularity of e-sports in the sports industry, there is still confusion about how e-sports is recognized as a sport. It has been observed that there are doubts among students in the Faculty of Sports Science as to whether e-sports are accepted as a sport. The consumption of e-sports is generally perceived as hedonistic consumption and the absence of competitive metaphors is conspicuous. This situation suggests that in the future, e-sports will be associated with sporting activities such as competition, winning and exercise.

Keywords: Digital Gaming, Industry, E-Sports, Sports Consumption, Technology.



GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler spor endüstrisinde birçok kavramın yenilenmesine ve değişmesine sebep olmuştur. Hatta 20 yıl önce insanoğlunun yaşamında olmayan kavramlar endüstrinin içinde teknoloji ile beraber var olmuştur. Spor endüstrisi içinde devrim sayılacak en önemli yenilik belki de dijital oyunların hayatımıza dahil olması ve sporla birlikte anılmasıdır. Ayrıca elektronik spor (e-spor) sektörde önemli ve büyük bir ekonomi olarak da adından sıkça söz ettirmektedir.

Teknolojik gelişmeler sporda kayda değer gelişmelere öncülük etmiş olup dijital oyun sektörüne diğer bir deyişle e-spora gelişme ve ilerleme açılarından katkıda bulunmuştur. Öyle ki, dijital oyunlar, bilgisayar ve oyun konsolları gibi benzeri aygıtlarla oynanan ve çevrimiçi, çevrim dışı, tek başına veya diğer oyuncularla birlikte kendine özgün kuralları altında gerçekleştirilen yazılımları ifade etmektedir. Bu oyunlar, macera, strateji, rol, simülasyon, aksiyon ve platform, gibi türlerde farklılaşan içeriklere sahip olup, oyunculara sosyalleşme, problem çözme, rekabet, rol yapma ve planlama gibi motivasyonlar sunar (Wagner, 2006; Hamari ve Sjöblom, 2017; Kılıç, 2021). Dijital oyunlar aynı zamanda farklı teknolojiler aracılığıyla programlanan, görsel ortamlarla birlikte kullanıcıların girişini sağlayan yazılımlardır (Çetin, 2013). Bu bağlamda dijital oyunlar, her yaş grubundan farklı bir kitlenin ilgisini çekmiş ve 7'den 70'e kadar olan yaş grupları içinde geniş bir takipçi kitlesi edinmiştir. Zaman içinde eğlence amacıyla kullanılan dijital

oyunlar, kişilerin istekleri doğrultusunda oynanan, dış dünyadan bağımsız şekilde kurallara sahip ve içinde eğlence unsuru taşıyan dijital ortamlar haline gelmiştir (Garris ve ark., 2002).

Dijital oyun, e-sporun yaygınlaşmasını ve popülerlik kazanmasını sağlamıştır (Gür, 2000). Böylelikle fiziki sporun yeni platformlara taşınmasını sağlamış beraberinde bu gelişmeler sporda yeniliklere yol açmıştır (Kirriemuir, 2002; Ilgaz-Büyükbaykal ve Abay-Cansabuncu, 2020). Böylelikle spor dijital ortamda yer almaya başlamıştır. Dijital oyun sektörü büyük bir gelişim göstermiş ve rekabetçi oyunculuğun uluslararası bir hal alması sonucunda elektronik spor (e-spor) kavramı ortaya çıkmıştır (Üçüncüoğlu, 2018). Kişiler sporu dijital platformlarda yapma imkanına sahip olmuşlardır. Hatta e-spor dalı diye bir spor dalı literatüre girmiştir. İlerleyen süreçte diğer spor branşlarında olduğu gibi ulusal ve uluslararası düzeyde örgütlenmiş federasyon yapıları kurulmuştur.

E-sporlar, profesyonel ve amatör oyuncuların bilgisayar veya oyun konsolları kullanarak rekabet ettikleri bir spor dalını ifade etmektedir. Bu spor dalında, bilgisayar sistemleri oyuncuların ve takımların oyunlarını yönlendirmekte ve organize etmektedir (Wagner, 2006; Aktuna ve Ünlüönen, 2017; Hamari ve Sjöblom, 2017; Gül ve ark., 2019). Oyunlar, sanal bir ortamda gerçekleşir ve bu bağlamda, futbolun stadyumla özdeşleştiği gibi, e-sporlar için de bilgisayar sistemleri merkezi bir rol oynamaktadır.

Dijital ortamda yapılan e-spor farklı kategoriler (branşlar) içerisinde yapılmaktadır. Tıpkı diğer tüm sporlarda olduğu gibi e-sporunda çeşitli dallar vardır. E-spor, FPS (Birinci şahıs nişancı), RTS (gerçek zamanlı strateji), Spor-Yarış Oyunları, MOBA (Devasa Çevrimiçi Savaş Arenası), MMORPC (Çok Katılımcılı Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu) ve diğer e-spor oyunları (World of Tanks, Heartstone vb.) olarak ayrılmaktadır. Geleneksel spor oyunlarının sanal versiyonları e-spor olarak yapılmaktadır (Hamari ve Sjöblom, 2017). Uzun ve arkadaşları ise “*e-sporu, fiziksel sporun dijital boyuta olan yansımasıdır*” (Uzun ve ark., 2022) şeklinde ifade etmişlerdir.

E-spor, insanların internet aracılığıyla dünyanın bir ucundan diğerine ya da dünyanın farklı bölgelerinden gelerek, büyük organizasyonlarda bulunduğu bir ortam sunmaktadır (Argan ve ark., 2006). Bundan dolayıdır ki e-sporun izleyicileri ve takipçileri gün geçtikçe artmaktadır (Gül ve ark., 2019). Bu hızlı ilerleyişin nedeni tam olarak bilinmese de kişileri dijital ortamda sporu tüketmeye yönlendiren etmenlerin bilinmesi oldukça önemlidir. E-spor oyunları, çevrimiçi medyanın dünyanın en hızlı büyüyen medya türü olmasıyla birlikte ortaya çıkan bir olgu olarak önemli bir evrim geçirmiştir (Warr, 2014). Bu spor dalı, 2023 yılında 2,5 milyar seyirciyi etkilemeyi başarmıştır ve 2024 yılında bu sayının 3,79 milyara ulaşması öngörülmektedir (Newzoo, 2023). Bu tahminler, e-spora olan ilginin sürekli bir şekilde arttığını göstermektedir.

Dünya genelinde, e-sporların bir spor dalı olarak kabul görmemesi yönünde bazı argümanlar da mevcuttur. Bu bakış açısının temelinde, e-sporcuların herhangi bir fiziksel aktivite ile rekabet etmedikleri düşüncesi yer almaktadır. Bir koltukta oturarak yapılan aktivitelerin spor kapsamında değerlendirilemeyeceği ve sporun, içinde belirgin bir fiziksel etkinlik barındırması gerektiği düşüncesi genel kanı olarak oldukça yaygındır. Ancak, gerçekte e-spor da fiziksel aktivite önemli bir rol oynamaktadır. E-sporcuların başarılı olabilmeleri için, oyunlarda sergiledikleri performansta refleksleri, beyin fonksiyonları ve el-göz koordinasyonlarını etkili kullanmaları önemli bir gerekliliktir (Witkowski, 2012; Hamari ve Sjöblom, 2017; Funk ve ark., 2019). Öyle ki, bugün geline nokta e-sporun büyüyen ekonomik rakamları, izleyici kitlesi, parasal büyüklükleri, oyuncu kitlesi, sponsorları ve örgütlü yapısıyla bu tartışmalar son bulmuş gibi ifade etmek mümkün olabilir.

Tüketim açısından değerlendirildiğinde dijital platformlar üzerinden e-spor yapan kişileri birer spor tüketicisi olarak tanımlamak mümkündür. E-spor tüketicilerinin bu platformlar üzerinden harcama yapmaları, satın alma davranışı sergilemeleri, kullanmaya karar verme gibi eylemlerini içeren zihinsel ve fiziksel aktivitelerine (Kılıç ve Göksel, 2004) spor tüketimi olarak bakmak mümkündür. Bu eylemlerin fiziki sporlardan farklı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü sporda tüketim [hem pasif (seyirci) hem de aktif tüketim (oyuncu)] neredeyse fiziksel bir aksiyonu (hareketi) gerektirirken e-spor da bu durum kısmi fiziksel aksiyon olarak gerçekleşmektedir. Buradan hareketle spor tüketicisi ile e-spor tüketicisinin davranışlarında farklılıklara rastlanılabilir. Muter'a (2002) göre, bu davranış terimi, tüketicilerin satın alma kararı alma sürecinde benimsedikleri yöntemleri, ürün veya hizmetlere yönelik içsel veya dışsal etmenlerle şekillenen tutumları, ayrıca ürün veya hizmet seçme ve kullanma süreçlerini kapsayan bir tanımlamayı içermektedir. Yani e-spor ile fiziki spor arasında tüketim farklılıkları olabilmektedir. Tüketim davranışının kendine has özellikleri olduğu gibi (Odabaşı ve Barış, 2003) e-spor tüketim davranışının da kendine özgü bazı özellikleri vardır. Bu özellikleri oynayanlar ve izleyenler açısından değerlendirilmek mümkündür. Oynayanlar, e-sporun çeşitli platformlarında oyun içi ekipmanlar kullanarak tüketim yapmakta, izleyenler için ise tıpkı bir spor müsabakasını kitle iletişim araçlarından izler gibi ilgili platformlardan (Twichtv, Facebook Gaming, YouTube Gaming, Nimo TV, DLive, Nonolive Trove Live vb.) takip ederek spor ürününü tüketmektedirler.

Türkiye'ye (2004) göre, tüketiciler, ihtiyaçlarını gidermek ve tatmin olmak amacıyla mal ve hizmetleri kullanan kişilerdir. Bu bağlamda, iktisat teorisinin tüketicisi birimini genellikle hane halkı olarak ele alsa da hane halkı içindeki tüketimle ilgili kararların genellikle tek bir kişinin kararları olarak ifade edilmesi eleştirilmektedir. Solomon ve arkadaşları (2006), tüketici davranışını, bireylerin veya grupların ürünleri, hizmetleri, fikirleri veya deneyimleri seçme, satın alma, kullanma ve elden çıkarma süreçlerini inceleyen bir akademik araştırma alanı olarak tarif eder. Tek (1999) tarafından ortaya konulan tanıma göre, tüketici davranışı; bireylerin

ürünleri seçme, satın alma ve kullanma karar süreçleri, bu faaliyetlere neden olan davranışları ve bu süreçlerle ilişkili karar süreçlerini içermektedir.

Spor tüketicileri açısından, Yıldız'a (2010) göre, katılımcılar (izleyiciler) ve sporcular olmak üzere iki ana kategori bulunmaktadır. Seyirciler, başkalarının ürettikleri hizmetleri tüketirken, sporcular ise hayatlarını belirli programlarla düzenleyerek bir işçi gibi performans göstermektedirler. Diğer bir perspektiften bakıldığında, kitle sporu faaliyetlerine katılan bireyler, ana meslek alanlarının dışındaki boş zamanlarını, spor veya fiziksel aktivitelerle meşgul olarak kendi kişisel tatminleri için kullanmaktadır.

Lakoff ve Johnson (2015) metaforu bir şeyi başka bir şey yoluyla anlamak/algılamak olarak tanımlamaktadır. Buradan hareketle literatürde e-spor için metaforik bir araştırmaya rastlanmamıştır, bu da bu çalışmanın önemini vurgulamaktadır. Böylece bu çalışma, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin e-sporu zihinlerinde nasıl algıladıklarını incelemeyi amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Özdemir'in (2014) ifadesine göre, nitel araştırma metodu, gözlem, doküman incelemesi, görüşme, gibi çeşitli veri toplama yöntemleri aracılığıyla toplanan verilerin düzenlendiği, kategorilere ayrıldığı, temaların ortaya çıkarıldığı ve bu sürecin sonucunda elde edilen bilgilerin bir rapor halinde sunulduğu bir metodolojik yaklaşımdır. Gürbüz ve Şahin (2014) tarafından ifade edildiği üzere, bu yöntemin temel hedefi, araştırma sürecinin sonucunda ilgili olay veya durum hakkında objektif ve ayrıntılı bir tablonun oluşturulmasıdır.

Metaforik çalışmalarda çeşitli nitel veri toplama teknikleri ayrı ayrı ya da birlikte kullanılabilir. Birden fazla veri toplama yönteminin birlikte kullanılması araştırmacıya elde ettiği veriyi karşılaştırma imkânı verirken, toplanan verilerin ve yapılan açıklamaların güvenilirliğinin ve geçerliliğinin artmasını da sağlamaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2014). Buradan hareketle veri toplanmasını kolaylaştırmak için yarı yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır. Yine bu araştırmadaki nitel veriler aşağıdaki gibi toplanmıştır:

- Görüşmeler öğrencilere Google Form aracılığıyla sunulmuş olup veriler online toplanmıştır.
- Öğrencilerin hepsine aynı sorular sorulmuştur.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Spor Bilimleri Fakülteleri'nde okuyan öğrenciler oluşturmuştur (Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Giresun Üniversitesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Tokat Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi). Örneklem grubuna 10 Ekim- 10 Kasım 2023 tarihleri arasında, Spor Bilimleri Fakültelerinde okuyan öğrenciler arasından e-sporu oynamalarına ve/veya izlemelerine dikkat edilmeksizin tesadüfi/rastgele örneklem yönteminden faydalanılarak ulaşılmıştır. Bu yöntemi seçmedeki amaç, hiç e-sporu duymayan Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin de e-spor hakkındaki düşüncelerinin merak edilmesidir.

Verilerin Toplanması

Araştırmanın veri toplama sürecinde araştırmacılar tarafından oluşturulmuş olan e-spora yönelik metaforik yaklaşımları belirlemek amacıyla "Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu" kullanılmıştır. Araştırmaya toplam 423 öğrenci katılmış olup 333 öğrencinin verdiği cevap değerlendirmeye alınmıştır. 90 öğrencinin e-spor hakkında görüş bildirmedeği görülmüştür. Kullanılan anketin birinci bölümünde katılımcılara ait 7 madde ile oluşturulmuş demografik bilgilerin yer aldığı kişisel bilgi formu, ikinci bölümünde ise katılımcıların e-spor hakkında metaforik yaklaşımlarını tespit etmek için kullanılan "Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formuna" yer verilmiştir. Bu formda e-spor tüketimini neye benzettikleri ve niçin bu benzetmeyi yaptıkları "Elektronik spor oynamak ve/veya izlemek benim için ... dir/dır. Çünkü ..." cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Bu sayede öğrencilerin e-spor tüketimine yönelik metaforik algıları ve bu algıların nedenleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Metaforlar, nitel veri toplama sürecinde kullanılan yaygın bir yöntemdir ve psikoloji, sosyoloji, eğitim gibi farklı disiplinlerde geniş bir kullanım alanı bulunmaktadır. Metafor temelli veri toplama çalışmaları, genellikle açık uçlu sorular aracılığıyla bireysel veya odak grup görüşmelerine benzer bir süreç izler. Bu görüşmelerden toplanan veri doğası gereği daha kullanışlı ve pratik bir veri toplama yöntemi olarak öne çıkar. Ayrıca, Yıldırım ve Şimşek'in (2005) belirttiği gibi, metaforlar yoluyla nitel veri toplamanın, incelenen konu, durum, olay ve olgu, olay hakkında sağlam ve derinlemesine bir resim sunma yeteneğine sahip olduğu vurgulanmaktadır.

Geçerlilik ve Güvenirlik

Bilimsel araştırmalarda araştırma sonuçlarının inandırıcılığı çok önemli bir kriterdir. Bu inandırıcılığı sağlamak için araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik ölçütleri kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Geçerlik, bir araştırma sonu-

cunun doğruluğunu belirtir. Dış geçerlikte, araştırma sonuçları benzer gruplara veya ortamlara aktarılabilir, iç geçerlik ise araştırma sürecinin çalışılan gerçekliği yeterince ortaya koyma yeteneğini değerlendirir. Güvenirlik, araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliği ile ilgilidir ve dış güvenirlik, sonuçların benzer ortamlarda aynı şekilde elde edilip edilemeyeceğini, iç güvenirlik ise farklı araştırmacıların aynı verileri kullanarak aynı sonuçlara ulaşip ulaşamayacağını değerlendirir (LeCompte ve Goetz, 1982; Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik sağlama yöntemleri, nicel araştırmalardan farklıdır. Nitel araştırmalar, olayın varlığına ve anlamına odaklanırken, nicel araştırmalar olayın ne derecede var olduğuna odaklanır. Nitel araştırmalarda geçerlik, araştırmacının araştırdığı olguyu olduğu gibi ve yansız bir şekilde gözlemlemesini içerir (Kirk ve Miller, 1986; Yıldırım ve Şimşek, 2005). Araştırmacının geçerliği sağlamak için aldığı önlemler arasında, araştırma alanına olan yakınlık, toplanan verilerin detaylı bir şekilde rapor edilmesi, araştırmacının yöntemlerini açıklaması ve katılımcıların doğrudan alıntılara yer vermesi bulunmaktadır.

Güvenirlik açısından, nitel araştırmalarda iç ve dış güvenirlik konularında bazı özel durumlar dikkate alınmalıdır. Dış güvenirlik, araştırmanın diğer araştırmacılar tarafından benzer şekilde tekrarlanabilirliğini değerlendirirken, iç güvenirlik ise araştırmacıların olayları farklı şekillerde algılamasını ve yorumlamasını içerir (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Güvenirliği sağlamak için alınan önlemler arasında, araştırmacının konumunu açıkça belirtmesi, veri kaynağı olan bireyleri tanımlaması, sosyal ortam ve süreçleri açıklaması, kavramsal çerçeve ve varsayımları tanımlaması, veri toplama ve analiz yöntemlerini detaylı bir şekilde açıklaması yer almaktadır (LeCompte ve Goetz, 1982; Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu önlemler, nitel araştırmanın güvenirliğini artırmak ve diğer araştırmacılara rehberlik etmek amacıyla taşır. Bu bağlamda, araştırmacının stratejilerini belirginleştirmesi, benzer araştırmalara ilham vermesi ve güvenirliğin teyit edilmesine katkıda bulunması hedeflenir.

Araştırma sonuçlarının geçerliğinin sağlanması için bazı önlemler alınmıştır. Bu önlemler: Araştırmacı aktif profesyonel mobil e-spor oyuncusu (Clash of Clans) ve yaklaşık 14 yıl e-spor tüketimi yapmıştır. Dolayısıyla e-spor tüketiminin nasıl bir etkiye sahip olduğu konusunda genel bir anlayışa sahiptir (alana yakınlık). Buna ek olarak, araştırmada elde edilen veriler öğrencilerin e-spor tüketimine yönelik oluşturdukları metaforlar yardımıyla toplanmıştır. Öyle ki, öğrencilerin e-spor tüketimine yönelik oluşturdukları metaforlar, “Elektronik spor oynamak ve/veya izlemek benim için ... dir/dır.” İfadesindeki boş alana belirttikleri mecazlardır. Bununla birlikte elde edilen metaforlar kodlanmış olup benzerliklerine göre sınıflandırılmıştır (Grafik 1).

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler, tümevarımsal içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir, bu analiz süreci Yıldırım ve Şimşek'in (2005) belirttiği dört aşamayı içermektedir. İlk olarak, verilerin kodlanması gerçekleştirilmiş ve öğrencilerin e-spor tüketimine yönelik oluşturdukları metaforlar kodlanmıştır. Ardından, tematik kodlamalarda, metaforlar aracılığıyla elde edilen kodlar, benzerlik ve farklılıkları göz önünde bulundurularak kategorize edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen kodlar (metaforlar) Grafik 1'de düzenlenmiş ve sunulmuştur. Bulguların tanımlanıp ve yorumlanırken araştırmada ortaya çıkan kodlar, öğrencilerin e-spor tüketimini benzettikleri metaforların gerekçeleri göz önüne alınmıştır. Metaforları merkeze alan veri toplama yöntemlerinin kolaylıkla uygulanabilir ve analiz edilebilir olması, diğer nitel türlerle karşılaştırıldığında avantajlı bir özellik olarak vurgulanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu avantajın temelinde, bireysel ve odak grup görüşmelerinde kaydedilen görüşme kayıtlarının yazılı metinlere dönüştürülerek analiz edilmesi sürecinin, metaforlar yoluyla yapılan nitel veri toplama çalışmalarında daha basit ve hızlı olması bulunmaktadır. Metaforlarla elde edilen verilerin farklı sözcüklerden oluşması, kodları açıkça belirlemeyi ve ayrıştırmayı kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, metaforlar aracılığıyla elde edilen kodları benzerlik ve farklılıklarına göre tematik başlıklar altında düzenlemek de pratik bir işlem olarak göze çarpmaktadır. Bu nedenle, metaforlar yoluyla nitel veri toplama yöntemleri, araştırmacılara hem veri toplama hem de analiz aşamalarında daha etkili ve kolay bir yaklaşım sunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin yaş ortalamalarının $20,58 \pm 3,00$ olduğu görülmüştür. Diğer taraftan bu öğrencilerin %61'inin erkek olduğu, %28,4'ünün branşının futbol olduğu, %47,5'inin ise Antrenörlük Eğitimi Bölümü'nde okuduğu anlaşılmıştır (Tablo 1).

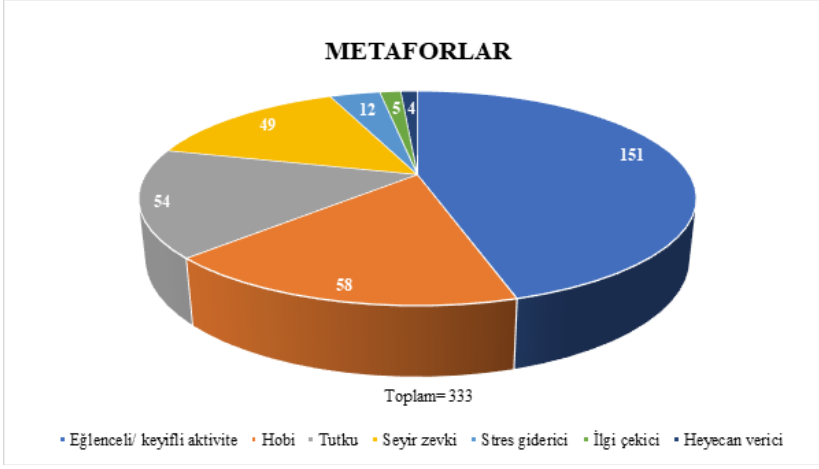
Araştırmaya katılan öğrencilerin e-spor hakkındaki görüşlerine bakıldığında %25,3'ünün e-sporu bildiği, %35,7'sinin daha önce e-spor yaptığı ve 19,4'ünün ise e-sporu bir branş olarak tanımladığı anlaşılmaktadır (Tablo 2).

Tablo 1. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Erkek	258	61,0
	Kadın	165	39,0
Spor Branşı	Futbol	120	28,4
	Voleybol	63	14,9
	Atletizm	30	7,1
	Teakwondo	29	6,9
	Basketbol	28	6,6
	Güreş	28	6,6
	Tenis	20	4,7
	Yüzme	17	4,0
	Badminton	13	3,1
	Hentbol	12	2,8
	Branş yok	63	14,9
Bölüm	Antrenörlük Eğitimi Bölümü	201	47,5
	Spor Yöneticiliği Bölümü	124	29,3
	Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü	70	16,5
	Rekreasyon Bölümü	28	6,6
Toplam=423			

Tablo 2. Araştırmaya katılan öğrencilerin E-spor hakkındaki görüşlerinin dağılımları

Değişkenler		n	%
Elektronik Spor bilgi düzeyiniz nedir?	Bilmiyorum	150	35,5
	Çok az biliyorum	166	39,2
	Biliyorum	107	25,3
Daha önce Elektronik Spor oynadınız mı?	Hayır	272	64,3
	Evet	151	35,7
Elektronik Spor sizin için nedir?	Spor Branşı Değil	132	31,2
	Kararsızım	209	49,4
	Spor Branşı	82	19,4
Toplam=423			



Grafik 1. Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin e-spor tüketimine ilişkin oluşturdukları metaforlar

Spor Bilimleri Fakülteleri'nde okuyan öğrencilerin e-spor tüketimine yönelik metaforik algılarına bakıldığında, 151 Eğlenceli/ keyifli aktivite, 58 hobi, 54 tutku, 49 seyir zevki 12 stres giderici, 5 ilgi çekici ve 4 heyecan verici olacak şekilde kod ortaya çıkmıştır (Grafik 1).

TARTIŞMA

Araştırmaya katılan öğrencilerin yaş ortalamalarının $20,58 \pm 3,00$ olduğu görülmüştür. Diğer taraftan bu öğrencilerin %61'inin erkek olduğu, %28,4'ünün branşının futbol olduğu, %47,5'inin ise Antrenörlük Eğitimi Bölümü'nde okuduğu anlaşılmıştır (Tablo 1).

Araştırmaya katılan öğrencilerin e-spor hakkındaki görüşlerine bakıldığında %25,3'ünün e-sporu bildiği, %35,7'sinin daha önce e-spor yaptığı ve 19,4'ünün ise e-sporu bir branş olarak tanımladığı görülmüştür (Tablo 2).

Araştırmada, spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin e-sporu nasıl deneyimlediklerini metaforlar aracılığıyla ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Bu amaçla yapılan içerik analizi sonuçları, öğrencilerin e-sporu eğlenceli/ keyifli aktivite, hobi, tutku, seyir zevki, stres giderici, ilgi çekici ve son olarak ise heyecan verici aktivite olarak algıladıkları anlaşılmıştır.

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından oluşturulan ve 7 (yedi) farklı başlık altından toplanan metaforlar yaygınlık ve yoğunluklarına bakıldığında,

e-sporu “eğlenceli/keyifli aktivite” olarak algıladıkları anlaşılmıştır. Bu başlık altında toplanan metaforlar incelendiğinde, e-sporun izlemenin/ oynamanın haz, mutluluk ve zevk vermek gibi en sık kullanılan metaforlar bu başlık altında yer almıştır. Literatürde geçen bulgular neticesinde e-sporun eğlenceli/keyifli aktivite olduğuna dair birçok bilgi mevcuttur (Kocadağ, 2017; Heere, 2018; Dilek, 2019; Kim ve Kim 2020; Nazlı ve Yağmur, 2021; Alioğlu ve Akgül, 2021; Avcı, 2021; Horoszkiewicz ve ark., 2023; Ong ve ark., 2023). Literatürdeki bu bulgular ışığında e-sporu eğlenceli/keyifli bir aktivite olarak tanımlamak mümkün olabilir.

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından oluşturulan metaforlar incelendiğinde, e-sporu “hobi” olarak algıladıkları anlaşılmıştır. Bu başlık altında toplanan metaforlar incelendiğinde, e-sporun izlemenin/ oynamanın boş zamanlarda yapılması ve bu zamanları değerlendirmede iyi bir araç olması gibi en yoğun olarak kullanılan metaforların bu başlık altında yer aldığı görülmüştür. Literatürde geçen bulgular neticesinde e-sporun hobi olarak yapılan bir aktivite olduğuna dair birçok bilgi mevcuttur (Mustafaoğlu ve ark., 2018; Alp ve ark., 2020; Şenses, 2020; Bányai ve ark., 2021; Bingöl ve ark., 2021; Fenyves, 2022; Falk ve Puppe, 2022). Literatürdeki bu bulgular ışığında e-spor hobi olarak yapılan bir aktivite şeklinde tanımlanabilir.

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından oluşturulan metaforlar incelendiğinde, e-sporu “tutku” olarak algıladıkları anlaşılmıştır. Bu başlık altında toplanan metaforlar incelendiğinde, e-sporun izlemenin/ oynamanın içsel tatmini sağlaması, enerji vermesi ve duygusal yoğunluk yaşatması gibi metaforlar bu başlık altında yer almıştır. Literatürde geçen bulgular neticesinde e-sporun hobi olarak yapılan bir aktivite olduğuna dair birçok bilgi mevcuttur (Ahn ve Shim, 2013; Nazlı ve Yağmur, 2022; Geest, 2021; Pirci ve Dalgıç, 2021; Kainage ve ark., 2022; Guzelipek, 2023; Kładz-Postolska, 2023; Ruiz ve Gandia, 2023). Literatürdeki bu bulgular ışığında e-spor tutku verici bir aktivite şeklinde ifade etmek mümkündür.

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından oluşturulan metaforlar incelendiğinde, e-sporu “seyir zevki” olarak algıladıkları anlaşılmıştır. Bu başlık altında toplanan metaforlar incelendiğinde, e-sporun izlemenin/ oynamanın görsel şölen sunduğu, oyun içerisinde çok fazla ilgi çekici aksiyonun yaşanması, farklı tarzlar da e-spor içeriklerinin olması ve oyun dinamiklerinin çeşitliliği gibi en sık kullanılan metaforlar bu başlıkta yer almıştır. Literatürde geçen bulgular neticesinde e-sporun seyir zevki olan aktivite olduğuna dair birçok bilgi mevcuttur (Hamari ve Sjöblom, 2017; Özenç ve Yörük, 2021; Karakuş, 2022). Literatürdeki bu bulgular ışığında e-sporu seyir zevki olan bir aktivite olarak tanımlamak mümkündür.

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından oluşturulan metaforlar incelendiğinde, e-sporu “stres giderici” olarak algıladıkları anlaşılmıştır. Bu başlık altında toplanan metaforlar incelendiğinde, e-sporun izlemenin/ oynamanın günlük ha-

yattaki meşgalelerin düşünülmemesini sağlaması ve gerçek hayattan biraz olsun uzaklaştırmasını sağlaması gibi en sık kullanılan metaforlar bu başlık altında yer almıştır. Literatürde geçen bulgular neticesinde e-sporun stres giderici bir aktivite olduğuna dair birçok bilgi mevcuttur (Sağlam, 2019; Kartal ve Temel, 2021; Siric-haroen, 2021). Literatürdeki bu bulgular ışığında e-sporu stres giderici bir aktivite olarak tanımlanabilir.

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından oluşturulan metaforlar incelendiğinde, e-sporu “heyecan verici” olarak algıladıkları anlaşılmıştır. Bu başlık altında toplanan metaforlar incelendiğinde, e-sporun izlemenin/ oynamanın oyun içerisindeki anlık değişimlerin yaşanması, oyun içi aksiyonun çok fazla olması ve oyunun girift yapısının olması gibi en sık kullanılan metaforlar bu başlık altında yer almıştır. Literatürde geçen bulgular neticesinde e-sporun heyecan verici bir aktivite olduğuna dair birçok bilgi mevcuttur (Pizzo ve ark., 2018; Anderson 2019; Urbaniak ve ark., 2020; Kim ve Kim, 2020; Ergin, 2023). Literatürdeki bu bulgular ışığında e-sporu heyecan verici bir aktivite olarak ifade edilebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Spor endüstrisi içinde, e-sporu hem amatör/profesyonel sporcu olarak tüketen hem de izleyerek tüketen kitlelerin sayısında önemli bir artış vardır. Sporcu ve izleyici sayıları, sponsorları ve örgütlenmiş federasyonları ile e-spor çok büyük boyutlara gelmiştir. Bu boyut aynı zamanda spor endüstrisi içinde devasa bir parasal büyüklük olarak önemli bir gerçekliktir ve endüstrideki yerini almıştır. E-spor otoriteler ve devletler tarafından spor olarak kabul görmüş ve federasyonlar şeklinde örgütsel olarak yapılanmalarını tamamlamıştır. Buna rağmen federasyonlar aracılığıyla büyük spor organizasyonlarını içinde barındıran, çok görkemli şovların yapıldığı, hemen hemen herkesin evine kadar girmiş olan dijital oyunların spor olarak kabulünde şüpheler varlığını devam ettirmektedir. Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin e-spor tüketimine yönelik metaforlarının araştırıldığı bu çalışmada da bu şüpheler tespit edilmiştir. Katılımcıların büyük bir bölümü e-sporu bir spor dalı olarak kabul etmemiş ya da kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu anlamda Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri içinde e-sporun bir spor branşı olmadığı kanaati çok daha yüksektir. Bu temel bakış açısı, spor ürününe yönelik tüketim davranışının zihinde yarattığı bağlantılarla çok ilişkili olduğunu düşündürmektedir. E-spor tüketimi metaforlarına bakıldığında zevk, haz, eğlence, keyif gibi kavramlar sıklıkla imgelenebilir. Bu imgeler, e-spor tüketiminin hedonik (hazcı) bir yaklaşım sunduğunu düşündürmektedir. Aynı zamanda fiziki spor etkinliklerinde direkt çağrışım yaratacak olan rekabet, yarışma gibi müsabık metaforlardan neredeyse hiç bahsedilmemiştir. Belki de bu müsabık metaforların eksikliği kişilere bu alanın bir spor dalı mı olduğu sorusunu akla getirmiştir. Ayrıca, fiziksel aktivite ve spor pek çok kişi için aynı kavramsal ifadeleri çağrıştırmaktadır. Bu

durum e-sporun oturularak yapılması ve daha çok zihinsel bir faaliyet olarak ortaya çıkması kişilerin zihninde hedonik tutumları hatırlatmış olabilir. Sebebi her ne olursa olsun hedonik(hazcı) davranışlar nedeniyle tüketim, spor endüstrisi içinde önemli bir tüketim kalıbıdır. Bu nedenle el ve göz koordinasyonu anlamında da çok önemli bir etkinlik olan e-spor branşlarının ilerleyen süreçte “yarışma, kazanma, rekabet, dövüş, egzersiz, fiziksel aktivite” gibi faktörleri içeren saiklerle de tüketileceği söylenebilir.

Araştırmaların farklı meslek gruplarına ve farklı fakültelere yapılması, e-spor tüketiminde farklı yaklaşımların ortaya çıkarılması önerilmektedir.

Araştırma Sınırlılıkları

Bu araştırma, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin e-spor hakkında herhangi bir bilgisinin olup olmadığına dikkat edilmeksizin gerçekleştirilmiştir. Bu da araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çıkar Çatışması

Makalenin yazarları arasında, çalışma kapsamında herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranları

Çalışmanın Tasarlanması (Design of Study): OG (%50), ZY (%50)

Veri Toplanması (Data Acquisition): OG (%50), ZY (%25), ZY (%25)

Veri Analizi (Data Analysis): OG (%50), ZY (%50)

Makalenin Yazımı (Writing Up): OG(%50), ZY (%25), ZY (%25)

Makale Gönderimi ve Revizyonu (Submission and Revision): OG(%50), ZY (%25), ZY (%25)

KAYNAKLAR

- Ahn, S. Y., & Shim, J. W. (2013). A research on the nature of working of the employees in e-sport industry. *Korean Journal of Communication and Information*, 62, 264-285.
- Aktuna, H. C., & Ünlüönen, K. (2017). Yeni bir turizm çeşidi olarak elektronik spor turizmi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 1-15.
- Alioğlu, M., & Algül, A. (2021). Türkiye'de dijital oyun durumu: E-spor oyuncularının değerlendirmeleriyle league of legends örneği. *Istanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 121-154. https://doi.org/10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v13i1005
- 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. <https://doi.org/10.5336/sportsoci.2020-73698>
- Anderson, D. J. F. (2019). *Investigating fandom, motives, and consumption patterns of esports consumers* (Doctoral dissertation, Sam Houston State University).

- Argan, M., Özer, A. ve Akın, E. (2006). Elektronik spor: Türkiye'deki siber sporcuların tutum ve davranışları. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 1-11.
- Avcı, O. (2021). Taxation of e-sports in developing world. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 1858-1876. <https://doi.org/10.30798/makuiibf.820856>
- Bányai, F., Zsila, Á., Kökönyei, G., Griffiths, M. D., Demetrovics, Z., & Király, O. (2021). The moderating role of coping mechanisms and being an e-sport player between psychiatric symptoms and gaming disorder: Online survey. *JMIR Mental Health*, 8(3), e21115. <https://doi.org/10.2196/21115>
- Bingöl, H., Bingöl, Ş., & Öner, İ. (2021). Covid-19'un e-spor sektörü üzerindeki etkisi. *Journal of ROL Sport Sciences*, 2(1), 119-131. <https://doi.org/10.29228/roljournal.48747>
- Çetin, E. (2013). *Temel tanımlar ve kavramlar*. Mehmet Akif Ocak (Ed.), *Eğitsel dijital oyunlar kuram, tasarım ve uygulama içinde* (s. 2-6). Ankara: Pegem.
- Dilek, S. E. (2019). E-Sport events within tourism paradigm: A conceptual discussion. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 12-22. <https://doi.org/10.30625/ijctr.525426>
- Ergin, M. V. (2023). *E-spor sektöründe marka değeri, satın alma niyeti, e-wom ve sponsorluk türü: Aracı ve düzenleyici etkilere üzerine bir araştırma*. (Doktora tezi, Marmara Üniversitesi).
- Falk, F., & Puppe, M. (2022). *E-sport in Deutschland: Eine betrachtung aus perspektive des game - Verband der deutschen Games-Branche e. V.* In: Breuer, M., Görlich, D. (eds) *E-Sport*. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36079-5_3
- Fenyves, L. (2022). Analysis of the ecosystem of e-sport. *Studia Mundi-Economica*, 9(1), 9-20. <https://doi.org/10.185531/Studia.Mundi.2022.09.01.9-20>
- Funk, D. C., Pizzo, A. D., & Baker, B. J. (2019). E-sport Management: Embracing esports education and research opportunities. *Sport Management Review*, 7- 13. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.008>
- Garris, R., Ahlers, R. & Driskell, J. E. (2002). Games, motivation, and learning: A research and practice model. *Simulation & Gaming*, 33(4), 441-467. <https://doi.org/10.1177/1046878102238607>
- Geest, D. (Ed.). (2021). *Karrierewege im e-sport: Expert* innen geben Einblicke in ihren beruflichen Alltag*. BoD-Books on Demand.
- Guzelipek, Y. A. (2023). *E-Sport: Ball and the Rifle are on the net. In Metaverse: Technologies, opportunities and threats* (pp. 323-331). Singapore: Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-4641-9_22
- Gül, M., Gül, O. & Uzun, R. N. (2019). Participation motivation scale for e-sports: Validity and reliability study (PM-SES). *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 21(2), 281-294. <https://doi.org/10.15314/tsed.563111>
- Gür, Ö. (2000). *İnternette reklamcılık*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin, Ankara.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is esports and why do people watch it?. *Internet Research*, 27(2), 211-232. <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>
- Heere, B. (2018). Embracing the sportification of society: Defining e-sports through a polymorphic view on sport. *Sport Management Review*, 21(1), 21-24. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.07.002>
- Horoszkiewicz, K., Załęski, G., & Horoszkiewicz, B. (2023). E-sport related intrinsic and extrinsic motivation in practice. Initial psychometric properties of the "E-sport and ME" questionnaire. *Journal of Education, Health and Sport*, 13(2), 43-54. <https://doi.org/10.12775/JEHS.2023.13.02.006>
- İlgaz-Büyükbaykal, C., & Abay-Cansabuncu, İ. (2020). Türkiye'de yeni medya ortamı ve dijital oyun olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2020.4.1.1-9>
- Kainage, Y. A., Tarore, R. D. C., & Moniaga, I. L. (2022). E-sport arena di manado: High-tech architecture. *Jurnal Arsitektur DASENG*, 11(2), 62-72.
- Karakuş, K. (2022). Espor oyuncularının sporcu kimlikleri ile etkili iletişim düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 241-253. <https://doi.org/10.38021/asbid.1117316>
- Kartal, M., & Temel, C. (2021). Metaphors regarding the concept of e-sports produced by university students in Turkey. *Rocznik Lubuski*, 47(2), 86-100.
- Kılıç, G. (2021). *Dijital oyun bağımlılığı ile yalnızlık, saldırganlık, mutluluk ve dijital oyun oynama motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi*, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- Kılıç, S., & Göksele, A. (2004). Tüketici davranışları: indirim kartlarının tüketici satın alma karar süreci üzerindeki etkisine dair ampirik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 147-163.
- Kim, J., & Kim, M. (2020). Spectator e-sport and well-being through live streaming services. *Technology in Society*, 63, 101401. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101401>
- Kirk, J., & Miller, M. L. (1986). *Reliability and validity in qualitative research*. London: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412985659>

- Kirriemuir, J. (2002). Video gaming, education and digital learning technologies. *D-lib Magazine*, 8(2), 1-12. <https://doi.org/10.1045/february2002-kirriemuir>
- Kładź-Postolska, K. (2023). E-sport-from players'competition to the world's business. *Humanitas University's Research Papers Management*, 24(1), 113-124. <https://doi.org/10.56004/01.3001.0053.4047>
- Kocadağ, M. (2017). Elektronik spor kariyeri ve eğitim. *Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi*, 1(2), 49-63.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2015). *Metaforlar, hayat, anlam ve dil*, (Çeviren: Gökhan Yavuz Demir), İstanbul: İthaki Yayınları.
- LeCompte, M. D., & Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of Educational Research*, 52(1), 31-60. <https://doi.org/10.3102/00346543052001031>
- Mustafaoglu, R., Zirek, E., & Yasaci, Z. (2018). E-spor oyuncularının demografik özellikleri, oyun oynama süreleri ve başarılarını etkileyen faktörler. *Bağımlılık Dergisi*, 19(4), 115-122.
- Muter, C. (2002). *Bilinçaltı reklamcılık (bilinçaltı reklam mesajlarının tüketiciler üzerindeki etkileri)*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, İzmir.
- Nazlı, R. S., & Yağmur, F. (2021). Sporun yeni yüzü: E-sporcuların e-spora yönelik düşünceleri. *INJOCMER International Journal of Communication and Media Research*, 1(2), 108-119.
- Newzoo. (2023). *Küresel e-sporcu izleyici ve oyuncu sayısı raporu*. <https://newzoo.com/resources/blog/video-games-in-2023-the-year-in-numbers> Son erişim tarihi: 11.11.2023.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2003). *Tüketici davranışları*, İstanbul: Mediacat Yayınları
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y. T., Robas, K. P. E., Persada, S. F., Nadlifatin, R., Matillano, J. S. A., ... & Taningco, K. A. C. (2023). Determination of factors influencing the behavioral intention to play "mobile legends: bang-bang" during the covid-19 pandemic: Integrating UTAUT2 and system usability scale for a sustainable e-sport business. *Sustainability*, 15(4), 3170. <https://doi.org/10.3390/su15043170>
- Özdemir, M. (2014). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1).
- Özenç, O. E., & Yörük, İ. (2021). *Her yönüyle e-spor: Takım sahibi, sponsor ve e-sporcu adaylarının el kitabı*. Kronoloji Yayınları.
- Pirci, T. K., & Dalgıç, A. (2021). E-spor ve turizm ilişkisi: Organizatörler ve katılımcılar gözünden bir değerlendirme. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 108-124.
- Pizzo, A., Baker, B., Na, S., Lee, M., Kim, D., & Funk, D. (2018). eSport vs sport: A comparison of spectator motives. Faculty/Researcher Works.
- Ruiz, É., & Gandia, R. (2023). The key role of the event in combining business and community-based logics for managing an ecosystem: Empirical evidence from Lyon e-Sport. *European Management Journal*, 41(4), 560-574. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.07.005>
- Sağlam, M. (2019). *Dijital oyunların öznel iyi oluşa etkisi: Y kuşağına yönelik bir araştırma*. (Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü), İzmir.
- Siricharoen, W. V. (2021). *Can Gaming be the Bad Escapism?*. In Context-Aware Systems and Applications: 10th EAI International Conference, ICCASA 2021, Virtual Event, October 28-29, 2021, Proceedings 10 (pp. 314-322). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-93179-7_24
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M.K. (2006). *Consumer behaviour a european perspective, prenticehall*. Financial Times, England.
- Şenses, M. (2020). Hobi, oyun, spor ve e-spor üzerine eleştirel bir değerlendirme. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(39), 983-1007. <https://doi.org/10.21550/sosbilder.704047>
- Tek, Ö.B. (1999). *Pazarlama ilkeleri; global yönetsel yaklaşım Türkiye uygulamaları*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Türkay, O. (2004). *Mikroiktisat teorisi*, İmaj Yayınevi, 12. Baskı, Ankara.
- Urbaniak, K., Wańróbski, J., & Sałabun, W. (2020). Identification of players ranking in e-sport. *Applied Sciences*, 10(19), 6768. <https://doi.org/10.3390/app10196768>
- Uzun, R. N., Çebi M., Şahin T., & Ceylan L. (2022). *Elektronik spor'un yönetim) gelişim bileşenler açısından yüzeysel incelenmesi*. Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Temel Alanında Akademik Çalışmalar, Artikel Akademi.
- Üçüncüoğlu, M. (2018). *Bilgi toplumunun sportif yansımaları olarak espor ve modern spor ile etkileşimi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Wagner, M. G. (2006). *On the scientific relevance of esports*. In Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development
- Warr, P. (2014). *eSports in numbers: five mind-blowing stats*. Red Bull. (<https://www.redbull.com/int-en/esports-innumbers-five-mind-blowing-stats>).
- Witkowski, E. (2012). On the digital playing field: How we "do sport" with networked computer games. *Games and Culture*. 7(5), 349-374. <https://doi.org/10.1177/1555412012454222>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, S. M. (2010). *Spor ve fiziksel etkinlik hizmetleri pazarlaması*. Detay Yayıncılık 1. Baskı, Ankara.