

Journal of Economy Culture and Society

ISSN: 2602-2656 / E-ISSN: 2645-8772

Araştırma Makalesi / Research Article

Çevrimiçi Dönüşümün Mesleki Tezahürü: E-Spor Faaliyetleriyle “Dijital Oyuncular Kuşağı”

The Reveal of Professions Being Revolutionized Into Online Careers: E-Sport Activities With “Generation of Digital Gamers”

Burcu KAYA ERDEM¹ , Rukiye CİVAN KEMİKSİZ² 

¹Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye

²Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye

ORCID: B.K.E. 0000-0001-5356-0720;
R.C.K. 0000-0002-1028-484X

Corresponding author:

Burcu KAYA ERDEM,
İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
İstanbul, Türkiye

E-mail: burcu.erdem@istanbul.edu.tr

Submitted: 04.12.2019

Revision Requested: 12.02.2020

Last Revision Received: 17.04.2020

Accepted: 24.04.2020

Citation: Kaya Erdem, B. & Civan Kemiksiz R. (2020). The reveal of professions being revolutionized into online careers: E-sport activities with “generation of digital gamers. *Journal of Economy Culture and Society, Supp(1)*, 315-336.
<https://doi.org/10.26650/JECS2019-0107>

öz

Bu çalışma, Y ve Z kuşağının çevrimiçi oyunlarla olan (bağımlılık) ilişkiseliliğini sorgulamak suretiyle, yeni bir kariyer fırsatı olarak ortaya çıkan e-spor olgusu ile belirginleşen yeni bir mesleki tezahürü betimleme ve tartışmaya açma amacına yönelik olarak kaleme alınmıştır. Çalışmada; teknolojinin toplumsal bağlamı, kuşakların gelişen teknoloji karşısındaki değişimi, dijital kültürün özellikleri, oyun kavramının ontolojisi, dijital oyunların tarihi seyrinin yanı sıra Y ve Z kuşağının meslek seçimlerine etki edecek özellikleri üzerinden, e-spor faaliyeti olarak dijital oyunculuğun ortaya çıkışı tartışılacaktır. Çalışma, Türkiye’de e-sporla özdeşleşmiş olan *League of Legends* oyununun oyuncularından seçilen 1375 kişilik örnekleme Yoklama Tekniği ile uygulanmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak, ortaya konulan “Kariyer Faktörü”nü belirleyen yaş, oyun süresi, eğitim düzeyi, ekonomik beklentiler gibi değişkenleri somut hale getirmesi beklenmektedir. Söz konusu değişkenler, yeni kuşağın çevrimiçi kaynaklı meslekleri dolayısıyla tercihlerini kavramamız açısından önemli ipuçları sağlayabilir. Araştırmanın örneklemini oluşturan Y ve Z kuşağına mensup gençler, bu çalışmanın başlığında yer aldığı üzere “dijital oyuncular kuşağı” olarak adlandırılabilir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki dönüşüm, dijital/çevrimiçi oyunlar, e-spor, kariyer faktörü, Y ve Z kuşağı

ABSTRACT

In this study, the question of the relationship between the Y and Z generations with online games (addiction) has been written for the purpose of describing and opening up a new professional manifestation that is evident with the phenomenon of e-sports emerging as a new career opportunity. In this study, the social context of technology, the change of generations against developing technology, the characteristics

of digital culture, the ontology of the concept of game, the history of digital games, as well as the characteristics of generation Y and Z that affect the choice of profession, the emergence of digital acting as an e-sports activity will be discussed. In this study, a polling technique was applied to a representative sample of 1375 *League of Legend* game players, which is identified as e-sports in Turkey. In line with the aim of the study, it is expected that the variables such as age, duration of play, education level, and economic expectations, determine the "Career Factors". These variables can provide important clues to our understanding of the preferences of the new generation due to their online-based professions. The Y and Z Generation which constitute the sample of the study can be called as "generation of digital gamer" as mentioned in the title of this study.

Keywords: Transformation of professions, digital/online games, e-sport, career factor, Y and Z generations

EXTENDED ABSTRACT

This study is based on the assumption that there may be a relationship between the fields, levels of interest, addiction of each generation, their professional choices, and career goals. Although it is not possible to fully predict the achieved results, the subject of the professional transformations of the current period is the generation Y and Z and the source of motion is digital culture. Therefore, in the digital age, new methods like Exploratory Factor Analysis aimed at identifying elements in which generation Y and Z relate interest, commitment, and addiction, can provide us with scientific data on new career goals and new professions.

The concept of digital culture inevitably transforms our modes of production, other systems, daily life routines, educational content, politics, entertainment, and most importantly, professions, as a reflection of the transformation that expresses the current age. As an important issue discussed, it is thought that the professions of children at primary and/or secondary level are not yet clear because they have not yet emerged. It is foreseen that professions such as doctors, lawyers and teachers who are respected in society will be transferred to artificial intelligence. The fact that the communication and the entertainment industry is a rising trend plays an important role in the transformation and preferences of the generations. While being a player in the traditional sense is a general indicator of status, it is possible to see its reflection in digital culture in e-sports activities. Having everyone with basic equipment such as computers as candidates for e-sport players as a career opportunity and having an annual income flow exceeding 1 billion dollars, in this sense, institutionalization and the fact that the mass is pointed out by both the active player and the audience shows that the studies in this field will increase.

A radical transformation is documented in the determination of the social position of the individual and in occupations as a result of technological determinism. In addition to the replacement of human labor by machines, the perceptual relationship of the Y and Z generations with life and occupations weakens the adoption of work as a profession and identification with the profession. Even with these generations, which can perform more than one job at the same time, occupations that are temporary have high expectations for career-gain in the future. This transformation is beyond the transformations of the new capitalism, which has already radically transformed working life and professions. In the labor market, which is symbolized as flexible and fluid, it is now possible for workers to take part in the labor market with multiple or mobilized jobs. However, beyond the aforementioned developments that emerged under the influence of new capitalism in the professional transformations and occupational choices of our age, the most important factor that minimizes job satisfaction and/or professional excitement is the generational system that determines the limits of the perceptual relationship established by the individual with life and occupations. For this reason, it will not be healthy enough to read the transformation of the occupations of the current period, career goals of the generation that constitutes the dominant labor force of this period (which is the generation Y and Z), professional execution styles, interests, dominant values, target social positions, and dependencies.

Based on this acceptance, “Exploratory Factor Analysis” has been used as a method of quantitative analysis. In Turkey, every day, three million people play the stated *League of Legends* and 1375 people as samples for “Career Factor Analysis” results provide us with these, and similar results that can be discussed in the context of the generic system to be transmitted throughout the article:

As a result of the tests conducted for the analysis of career factor, the average age of the participants decreased, the average daily playing time increased, the level of education decreased, online games were seen as professional work; e-sports as a career goal, and online games were seen as a means of economic profit. Participants over the age of 30 differentiate into the point of seeing e-sport as a career goal and a means of economic profit. At the educational level, graduate students see e-sport as a career goal. In addition, those who have 7-9 years of experience and participate in international tournaments see more online games as professional work, e-sports as a career goal, and online games as a means of economic profit. Their time and participation in tournaments are indicative of their professional progress in this field. They play without interrupting their basic needs, which increases their play records. They see online games as professional work and e-sports as a career goal. For those who choose this career goal for themselves, the most meaningful name in this study is “generation of digital gamer” - internalizing the game at the level of part of evolution.

1. Dijital Çağ, Ağ Toplumu ve Dönüşen Meslekler

Mesleklerin yapısına bakıldığında, meslekileşme, meslek seçimi, mesleki sosyalleşme, meslek kariyeri, sanayileşme ve bürokratikleşme, iş yaşam tarzı ve eğlence kalıplarını içeren süreçlerin yanı sıra mesleği seçen bireyler ve bağlı oldukları sosyal sistemi anlamada ipuçları barındırmakta ve bu bağlamda önemli bir çalışma konusu haline gelmektedir (Pavalko, 1971). Bu çalışmada da toplumbilimcilerin, üzerinden, toplumsal göstergelerin okumasını yaptıkları meslekler, içinde buldukları çağda geçirdikleri algısal dönüşüm bağlamında ele alınmaktadır. Zira yeni kuşaklar için -geçmiş kuşaklardan farklı olarak- meslek seçimlerinde, haz, mutluluk, rahatlık, zevk almak gibi faktörler de önemlidir. İlerde göreceğimiz kuşak özellikleri bağlamında, zevk aldıkları bir oyun faaliyetini kariyer hedefine dönüştürmelerinin önünde hiçbir engel yoktur.

Bununla birlikte, sözü edilen dönüşümlerin öznesi olan Y ve Z kuşağının özellikleri (örneğin teknoloji bağımlılığı özelliği) ile kariyer hedefleri arasındaki ilişkiselliğe dair ipuçları vermesi beklenen araştırma verileri, çalışmayı özgün kılan temel niteliğidir. Bu bağlamda, hem ilgili kuşakların temel kesişim noktası olması hem de mesleki dönüşümlerin başat faktörü olması hasebiyle ilk anlamımız dijital çağ ve yeni iletişim teknolojileri dolayısıyla oluşan ağ toplumu üzerine olmalıdır.

İletişimin ve teknolojinin kümülatif tarihine bakıldığında, iletelerin yoğunluğu, iletişim araçlarının türü ve niceliği, iletişim metotları bakımından dijital çağ benzersiz bir özelliktedir. Dijital devrimin bir sonucu olarak, “Yeni medya artık yaşamın her alanında yer almakta ve her alanında kullanılmaktadır: kişilerarası iletişim, ticaret, siyaset, sağlık, kariyer ve oyun.” (Binark, 2007, s. 5). Bilgisayar, tablet, mobil telefonlar, giyilebilir teknolojiler, artırılmış gerçeklik sunan araçlar, depolama aygıtları vb. araçların günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi, sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel anlamda önemli değişikliklerin göstergesi haline gelmiştir.

Yeni medya ile dijital bilgisayar teknolojileri arasındaki ayrılmaz bir bağ olduğu su götürmez bir gerçektir (Laughy, 2010). Günümüzde küreselleşme ve dijital teknolojinin ortaya çıkması nedeniyle dijital kültür, tüm dünyada yaşanan küresel bir kültür haline gelmektedir. Farklı arka plan ve kültürlerden insanlar teknoloji, markalar, sosyal ağ, eğlence ve eğitim anlamında ortak bir küresel kültürü paylaşmaktadırlar. Bir bakıma bu kültürü tüketmektedirler (Pyae, 2018). Bu da yeni bir insan tipolojisinin ortaya çıktığını ve farklı toplumsal dinamiklerin işin içine katılarak çözümlenmeler yapılması gerekliliğini dayatmaktadır. Bu bağlamda özneleşen (dönemin devindirici gücü olan) kuşaklara mekanlık eden, toplumsal tezahüre “ağ toplumu” diyoruz. Ağ toplumu, 20. yüzyıl boyunca kullana geldiğimiz “sanayi sonrası toplum” ya da “bilgi toplumu” gibi tanımlamaların yetersiz kaldığı noktada, yaygınlaşan internet, cep telefonu gibi dijital teknolojileri içeren yeni toplumsal örgütlenmeyi açıklamak için kullandığımız kavramdır.

Castells (2008), ağ toplumunun kapitalist olduğunu, küresel sermayenin ekonomi, yönetim, bilgi alanları etrafında örgütlenerek yapılandığını, sermaye birikimi, değer yaratımının üretim ve işgücü alanından enformasyon alanına kaydığına dikkat çeker. Sermaye, yeni yatırım alanlarına aktarılır: “Enformasyon sektörleri, medya kuruluşları, ilet hizmetler, tarımsal üretim, sağlık, eğitim, teknoloji, eski ve yeni biçimleriyle imalât, ulaştırma, ticaret, turizm, kültür, çevre yönetimi, emlak, savaş yürütme, barış pazarlaması, din, eğlence ve spora” (Castells, 2008, s. 624). Ağ toplumunun ve dolayısıyla dijital kültürün öznesi olan Y ve Z kuşağının teknoloji ile ilişkiselliğine bakılarak dönemin mesleki dönüşümlerini, ilgili kuşakların teknolojiyle dolaymlanan bu özellikleri bağlamında yaptıkları seçimler ekseninde doğru okumamız mümkündür.

Dijital nesli tanımlayabilmek için sahip oldukları ve/veya içine doğdukları ya da onlar için yaratılan gerçeklik algısını anlayabilmek gereklidir. Bu anlam değişikliği, onların hayatı tanımlama, yaşama ve aktarma biçimlerini ve dolayısıyla kültür yapısını da doğrudan etkilemektedir.

Çünkü, internet (dijital iletişim aygıtıyla dolayımlanan ağ toplumu), sadece iletişim kurulan mekanı sanallaştırmakla kalmaz aynı zamanda birincil ilişki kuramayan kişilerin kimliklerini de sanallaştırır. Sözü edilen sanal mekan ve uzam tasavvurunda, insanlık tarihinin değişim hızına paralel olarak, bireyin, düşünme pratikleri, algısı, davranış pratikleri ve tüm bunlardan yola çıkarak seçimleri, başat değerleri ve hedefleri önceki kuşakların tahayyül edemeyecekleri boyutlara ulaşabilmektedir.

Ancak bu noktadan hareketle, Y ve Z kuşağının seçim ve değerleriyle meslekleri dönüştürme potansiyeline dair yorum yapılabilir. Ve şu soruyla başlanabilir: Teknolojik determinizmin öngördüğü gibi, kaçınılmaz olarak dönüştürücü güce sahip teknolojilerin yanısıra, dijital teknolojinin kendisinden azade bir güç olarak “Dijital Oyuncu Kuşağı”, sahip olduğu (çalışmanın ilerleyen bölümlerinde açılacak) cesaret ve yaratıcı motivasyon özellikleri ile mesleklerin çevrimiçi dönüşümünde başat bir role sahip midir?

Tunçel (2014), bu durumun samimiyeti engelleyen, benlik yitimine neden olması sebebiyle endişe verici bulurken, kişilerin görüşlerini açıklamada daha gerçekçi olmalarına olanak sağladığını ifade eder. Sanal topluluk kavramını ilk kez kullanan Rheingold (1993), sanal toplulukların alışveriş, eğlence, tartışma yapmak, entelektüel söylemde bulunmak, oyun oynamak, flört etmek, duygusal paylaşımda bulunmak... gibi insanların gerçek hayatta yaptığı her şeyi sanal ortamda yaptığını ifade eder. Bilgisayar bağlantılı kültürlerin zenginliği ve canlılığı, topluluklar açısından çekici olmayı aşarak bağımlılık yaratmaktadır. De Matteis ise, kitlesel iletişimin yoğun bombardımanı ile karşı karşıya kalan insanın basit bir iletişim objesine- homo communicans-’a dönüştüğünü belirtmektedir (aktaran Sartori, 2006). Peki bu ne kadar doğrudur? Y ve Z kuşağının meslekleri dönüştürme potansiyeline sahip olabileceği sayılıştısından hareket ettiğimiz özellikleri basit birer iletişim objesine dönüşmeye müsait midir? Yoksa cesaret ve tatminsizlikle hareketlenen yaratıcı motivasyonları bunun çok üzerinde midir?

Öncelikle hatırlatmak gerekir ki: İnsani ilişkilerini dönüştürme potansiyeline sahip tüm dinamikler, meslek seçimleri ve kariyer hedeflerini de değiştirmeye adaydır. Örneğin, dijital çağı, başat aktörleri olan Y ile Z kuşağını ve meslek seçimlerine yönelik etki faktörlerini; çağın belirleyici teknolojisi “internet” olmaksızın okumak eksik değerlendirmelere neden olabilir. Dreyfus (2016), interneti sadece teknolojik bir yenilik olarak değerlendirmez, ona göre internet, teknolojik yeniliğin yeni bir tipi, özünü ortaya çıkaran şeydir. Bilim adamları arasında iletişim kurmak için ortaya çıkmasından bu yana internetin günlük hayatımızdaki yeri vazgeçilmez olmuştur. Her şeyi erişilebilir ve optimize hale getirerek en yüksek oranda birbirine bağlamaya ve *dijitalize* etmeye itmektedir. Kişisel bilgisayarlar olmasaydı internetin bu kadar popülerleşmesi beklenemezdi (Abbate, 2017). Web 2.0 ile birlikte bireyler, kendi üretimlerini yapabilmekte paylaşılabilmekte ve bununla ilgili geribildirim alabilmektedir. Yeni medya ortamlarını oluşturarak ve aynı zamanda katılımcı olarak etkileşim olağanı, iletişim kurabilme ve işbirliği metotlarını değiştirmiştir. Kullanıcıların pasif alıcı konumundan üretken ve aktif olduğu bir sürece geçilmiştir (Hall, 2013). Bu yeni kuşak için yepyeni yetkinlikleri, yeni yeterlilikleri, yeni bağımlılıkları imlemektedir. Ayrıca Hall’un, yeni medya kullanıcılarının pasif alıcı konumundan, üretken ve aktif sürece geçtikleri vurgusuna özellikle dikkat etmemiz gerekmektedir. Zira bu vurgu, Y ve Z kuşağını kendisinden önceki kuşaklardan ayıran özellikleri ile örtüşen niteliktedir.

Yeni kuşakların mesleki seçimleri ve kariyer hedeflerini etkileme potansiyeli olduğu sayılıştısından hareket ettiğimiz özelliklerine dair, pek çok ağ toplumu kuramcısının birbirinden farklı yorum ve görüşleri mevcuttur örneğin Dijk (2016), internet kullanıcılarının yaratma motivasyonu ve dijital beceri eksiliği yüzünden özgün içerik üretmek yerine Web’deki diğer içerikleri tüket-

meyi tercih ettiklerini ifade eder. Oysa, dijital sistemleri kullanım becerileri üst düzeyde olan Y ve Z kuşağı için, meslek seçimleri ve kariyer hedeflerini gerçekleştirmede yaratma motivasyonları ya da dijital becerilerinin eksikliğinden söz etmek pek mümkün değildir. Zira çalışma verilerinin de ortaya koyacağı gibi bu kuşak, dijital becerilerini ve yaratıcı motivasyonlarını kullanarak, zevk aldıkları bir oyun etkinliği bile mesleki faaliyet alanına dönüştürmeye adaydırlar. Yeni kuşak ve onunla vücut bulan yeni toplum modelinde (ağ toplumu), bir yandan ağlara olan bağımlılık artarken; birey alabildiğine özgürleşmekte, yeteneklerin sınırları ise olabildiğince genişlemektedir. Bu bir yandan bağımlılığı bir yandan özgürlüğü ifade eden, çelişkili ancak -mümkün bir ilişki biçimidir.

İlgili ilişki biçiminin meslekleri ne yönde dönüştürmesinin beklendiğini McKinsey ve Company'nin “İşimizin Geleceği: Dijital Çağda Türkiye'nin Yetenek Dönüşümü” adlı raporda açıkça görmek mümkündür. Buna göre: 2030 yılında, öngörülen yetenek dönüşümü gerçekleştiği takdirde, en büyük yetkinlik değişiminin yüzde 63 oranı ile teknoloji yetkinliklerinde gerçekleşmesi beklenmektedir. Sosyal yetkinliklerde yüzde 22 oranında, ileri seviye bilişsel yetkinliklerde yüzde 7 bir artış beklenirken, temel yetkinliklerin ve fiziksel yetkinliklerin, sırasıyla yüzde 10 ve 8 oranında daha az kullanılması öngörülmektedir. (McKinsey ve Company, 2020). Rapora göre, söz konusu niteliklere eklenecek; esnek ve etkin çalışma modelleri; çevik çalışan yetki sahibi takımların oluşturulması gibi beklentiler, belirginleşmeye başlayan mesleki dönüşümün yönü ve başat özneleri konusunda ciddi ipuçları sunmaktadır.

Özetle, meslek genel olarak toplumsal gerçekliğin önemli bir bölümüne tekabül eder ve genellikle yanıtıcı biçimde özdeşleştirilebildiği salt geçim amaçlı ekonomik aktiviteler toplamının çok ötesinde konumlanır. (İlhan, 2018, s. 315). Günümüzde meslek seçimleri, yaşam tarzları, hayattan, gelecekte beklenenleri farklı; dolayısıyla kariyer hedefleri ve o hedefe giden yoldaki planlama biçimleri bütünüyle değişmiş, post-dijital çağın çok yüksek beklentilere sahip, üst anlatı olarak “dijital oyuncu kuşağı” denilen nesilleri vardır. Ve mesleki dönüşümler de bu kuşakların içine doğdukları dijital dünyanın yetenek dönüşümüyle koşut bir seyir izleyecektir. Sözü edilen seyir, çevrimiçi platformlar, gerçek yerine sanal deneyimler ve bunları karşılayabilecek duygu durumları ile sembolize olacaktır: Cesaret, tatminsizlik, özgüven, yaratıcılık...vb.

2. Yeni Mesleki Özneler Olarak Y ve Z Kuşakları

2.1. Kuşaklar (Jenerasyonlar) Modeli

“Kuşaklar, kültürel, politik ve ekonomik olarak benzer deneyim, bakış açısı ve değerlere sahip topluluklardır” (Reisenwitz ve Iyer, 2009, s. 91). Her kuşağın kendine has özellikleri, kendine has davranış kalıpları olduğu kabul edilmektedir. Çünkü her çağın şartları, sıkıntıları farklıdır. Buna bağlı olarak, o dönemde yaşayan insanlardan beklenen görevlerin de kendine has farklı özellikler taşıdığı söylenebilir.

Kuşaklar, birçok sosyal bilimcinin ele aldığı konularda yer almıştır. Karl Mannheim (1952), kuşağı belli bir dönemde doğmuş, aynı tarihsel-sosyal koşullardan etkilenen somut bir grup olarak tanımlamaktadır. Ona göre, kuşakları birbirine bağlayan bir etki, sahip oldukları düşünce kalıpları bulunmaktadır. Durkheim, kuşağı kültürün aktarım aracı olarak görmektedir. Eğitim toplumdaki en önemli kurumlardan biridir. “Eğitimin özel işlevi (görevi), genç kuşağın, metodik olarak toplumsallaşmasıdır” (aktaran Tezcan, 1993, s.12) Toplum, kuşaktan kuşağa aktarılan bu değerler ve birikim ile ayakta kalabilir ve uyum sağlanabilir.

Pierre Bourdieu, ünlü *habitus* kavramını açıklarken kuşakların önemine vurgu yapar. Ona göre, *habitus* tarafından üretilen eğilim ve davranış yöntemleri, kuşaktan kuşağa geçerek oluşur.

Wolfreys'e göre (aktaran Dursun, 2018), erken yaşlarda öğrenilen bu eğilimler ve davranış yöntemleri de eğitim ve kültür aracılığıyla sağlam bir yapıya kavuşturulur. Toplumsal aktörleri, konjektürel olarak yaşadığı dönemin olaylarını, kavramları, zihinsel şemalarını içselleştirerek buna göre pratiğe döker. Bunu yapan habitustur. "Böylece habitus, aktörün içinde bulunduğu toplumsal bağlamının etkisini devreye sokan bilişsel ve güdüsel bir mekanizmadır; bilgi ve kaynakların bu bilgi ve kaynakların biçimlendirdiği etkinliklere aktarıldığı bir kanal, araç/ortam sağlar" (Tatlıcan ve Çeğin, 2014, s.315).

Bir kuşağı tanımlamak ve diğer nesillerden ayırmak için "akran kişiliği" kavramı kullanılır. Akran kişiliğine sahip olup olmadığını belirleyen 3 kriter bulunur (Strauss ve Howe, 1991):

1. Yaşam döngüsünün tarihi eğilimleri ve olayların kronolojisine göre *ortak yaş konumlanması*,
2. Nesnel ölçütler ve paylaşılan kişilik özellikleri bakımından *ortak inançlar ve davranışlar*,
3. Üye olarak kabul edilen ya da edilmeyen bir *ortak üyelik algısı*.

Kuşakların ayırıştırılmasına ilişkin pek çok kuramcının sayısız çalışması mevcuttur. Bu çalışmalar genellikle nüanslarla birbirinden ayrılmaktadır. Örneğin, bir kuşağın yaş aralığını 1-2 yıl sapmayla farklı tarihlere yerleştirmektedir. Y kuşağının 1977 ila 2000 arasında çeşitli başlangıç ve bitiş tarihlerine yerleştirilmesi bunun en somut örneğidir. (Morgan ve Ribbens, 2006; Tolbize, 2008; Arsenault, 2004) Ya da aynı döneme denk gelen kuşağa farklı isimler vermek de bir başka eğilimdir: *Millenials* (Oblinger 2003), *Net Kuşağı* (Tapscott, 1998), *Dijital Yerliler* (Prensky, 2001), *Biz Kuşağı* (Greenberg ve Weber, 2008), *Gelecek Kuşağı*, *Net Kuşağı* (Shapira, 2008), *Boomers* (Armour, 2008), *Bumerang Kuşağı veya Peter Pan Kuşağı* (Shaputis, 2004) bunlardan bazılarıdır. Bu çalışmada özellikle Y ve Z kuşaklarının konu edilmesinin nedeni ise, iş dünyasına dair yapılan çok sayıda çalışmada, Y kuşağının şu anda teknolojiyi kullanan başat işgücünü oluşturuyor olmasının belgelenmesi ve Z kuşağının ise post-dijital çağ kuşağı olarak yeni iş dünyasına dahil olan ancak dijital yetkinlikleriyle mesleki dönüşümler konusunda Y kuşağının tahtını sarsmaya aday bir kuşak rolü üstlenmesidir. Ayrıca söz konusu kuşaklar, yaptığımız araştırmada, *League of Legends* oyununun oyuncularından olasılıksız bir örneklem türü olarak (Padem, Konaklı ve Göksu, 2012) kartopu örneklemeyle seçilen 1375 kişilik örneklem içinde, yüzde olarak en yüksek sayıda olan 2 grubu oluşturmaktadır. "PEW Reserch Center'ın 2018 verilerine göre, ABD'de çalışanların 1/3'ünü Y kuşağı oluşturmaktadır ve bu kuşağın 2020'de tüm işgücünün yarısını oluşturması beklenmektedir" (Fry, 2018). Benzer tahminler Z kuşağı için de yapılmaktadır.

2.2. Y Kuşağı ve Özellikleri

Y Kuşağı, kendilerinden önceki kuşaklara nazaran dünya üzerinde büyük savaşların ve yoklukların yaşanmadığı daha olumlu, zenginlik ve şiddetin azaldığı bir dönemde, 1980-1999 yılları arasında doğmuş, şimdi 20'li yaşların başında ve 30'lu yaşların ortasında olan kuşaktır. İnternet başta olmak üzere, cep telefonu ve sosyal medya gibi küresel iletişime imkân veren teknolojilerin büyük bir hızla geliştiği ve kullanıldığı dönemde yaşadıkları için, bilgiye çok kolay ulaşabilme imkânını yakalamışlardır. Bundan dolayı özgüvenleri tamdır.

Ebeveynlerinden farklı olarak modern teknolojiler ve tüketim toplumu tarafından kuşatılmış bir çevrede büyümüş olan Y kuşağı üyeleri, her şeyi elde edebileceğine ve kendilerinin dönüştürücü (transformational) olduklarına inanmaktadır. (Islam, Cheong, Yusuf ve Desa, 2010, s. 1803). Aslında diğer tüm özelliklerinin kaynağının da bu dönüştürücü güce olan inanç olduğu söylenebilir.

"Temel karakteristik özellikleri; diğer kuşaklardan daha fazla sorgulamak, düşüncelerini açıkça ifade etmek ve mevcut uygulamaların doğruluğunun kanıtlanmasını istemek şeklinde ifade edilebilir". (Smith, 2010'dan aktaran Bekmezci, 2017, s. 105). Dolayısıyla bu kuşağı diğer ku-

şaklardan ayırıcı özelliklerini, sorgulayıcılık, düşüncelerini açıkça ifade etme talebi, kanıt arama ve elbette dijital beceri ve yaratma motivasyonuna ilk sahip olan kuşak olarak özetleyebiliriz.

Y kuşağının söz konusu özelliklerini, mesleki seçimleri ve kariyer hedefleri doğrultusunda, mesleklerin değişimine yön verecek potansiyelleri çerçevesinde değerlendirdiğimizde ise şöyle özetleyebiliriz: “Y kuşağı çalışanları, gerek görev tanımlarında gerekse çalışma koşullarında esneklik beklentisi içinde bulunmakta; sıkı denetime tabi olmaları kendilerini güvenilmediği algısı yaratarak motivasyonlarını olumsuz etkilemektedir”. (Keleş, 2011, s. 137). Y kuşağı için iş, “hayattaki önceliklerden sadece bir tanesi olup, en önemlisi değildir” (Smola ve Sutton, 2002). Y kuşağı, özgüvenleri son derece yüksek bir kuşaktır (Acılıoğlu, 2015, s. 41). Aslında, zaman zaman iş yaşamında kavranamaz cesaret olarak tanımlanan, kendilerini iş yerleri veya işverenlerine geçmiş kuşaklar kadar bağlı hissetmeme halleri ile sıklıkla iş değiştirme fiiliyatları söz konusu özgüvenle açıklanabilir. Çünkü bu kuşak için kendini gerçekleştirme potansiyelinin farkındalığı söz konusudur ve bunu gerçekleştirmeden de durmak söz konusu değildir.

Bu kuşak üyeleri, elde ettikleri gelirden çok, sosyal yardımlar, esnek çalışma saatleri gibi manevi olarak da onları tatmin edecek faktörlere odaklanmaktadır... İş yerinde eğlence ve tutku arayışı, beklentilerini anında gerçekleştirme eğilimindedir...Zira Y kuşağına mensup bireylerin %90'ı sosyal ve eğlenceli olduklarını düşündükleri işyerini tercih etmektedirler. (Çetin Aydın ve Başol, 2014, s. 4-5)

2.3. Z Kuşağı ve Sanal Topluluklar

Teknolojik gelişmelere doğmuş, onun egemenliği altında büyümüş olarak bilinen genel bir Z kuşağı kavramı bulunmaktadır. Dijital süreçlere hakimiyetleri, teknoloji konusundaki yetkinliklerinin yanı sıra hayatlarının büyük bir parçası haline gelmesi ebeveynlerini düşündürmektedir: Z kuşağı, internet ve mobil cihazlarla olan sıkı ilişkileri nedeniyle çoğu zaman yetişkinlerin eleştirilerine maruz kalmakta ya da ... sosyal ilişkilerinin zayıf olduğu yönünde önyargılarla anılmaktadır. Ebeveynleri bazen onları bilgisayar oyunları ya da internet bağımlısı olarak tanımlamakta, bu teknolojilerle fazla zaman geçirmeleri nedeniyle okul başarılarının düşeceği ya da çevrimiçi ortamlarda olumsuz durumlarla karşı karşıya kalacakları kaygısı taşımaktadır (Akca, 2016, s. 346).

Zira bu kuşak Y teknoloji kullanım becerisi, cesaret vb. özellikleriyle Y kuşağına benzemekle birlikte, meslek seçim pratiklerine de etki edecek biçimde pek çok açıdan endişe verici düzeyde farklılaşmaktadır. Endişenin kaynağı ise, henüz tam olarak kendilerine uygun bir eğitim sisteminin geliştirilememiş olduğuna dair inanç ve iş yaşamına henüz giriyor olmalarından dolayı karşılaşılabilecek güçlüklerle dair beklentidir.

İnsanlık tarihinin, el, göz, kulak vb. gibi motor beceri senkronizasyonu en yüksek neslidir... Geleneksel eğitim yöntemleri, bu yeni kuşağa uygun görünmemektedir. Yaratıcılığa izin veren aktivitelerden hoşlanmaktadırlar. Edilgenliği kabul etmemektedirler. Uzun dönemli hafızaları, ezberden çok oyun, hikâyeleştirme ve hayallerle etkin hale gelebilmektedir. Sonuç odaklıdır. Sorgusuz yaşayacaklardır çünkü, iş yaşamına atıldıklarında karar vermelerini gerektiren her şey sistemler tarafından yapılmaktadır... Çok diplomalı, uzman ve buluşçu olacaklardır. (Mengi, 2009).

Kanaatimizce Z kuşağını iş yaşamında Y kuşağına en çok yakınsatan özellik otoriteye olan mesafeleri ve çalıştıkları kurum ile olan zayıf bağları olacaktır. Y kuşağı için bu zayıf bağı belirleyen şey özgüven iken Z kuşağı için tatminsizlik, doğuştan tüketicilik ve kararsızlık gibi özellikler olsa da, söz konusu kuşakların niteliklerin, meslek seçimleri ve mesleklerin dönüşümüne etkisi değişmez.

2.4. “Dijital Oyuncular Kuşağı”

Bu çalışmada “dijital oyuncular kuşağı”, dijital oyunlara yatkınlığı imleyen kuşak özellikleriyle çalışmanın örneklemini oluşturan Y ve Z kuşağına, çevrimiçi dönüşümde işgal ettikleri özne alanı nedeniyle verilen ortak bir ad olarak kullanılmıştır.

Bebeklik dönemlerinden itibaren öğrenme ve kültür aktarımı oyunla birlikte gerçekleşmektedir. Bu yüzden oyunun, içinde bulunduğu kültürden bağımsız düşünülmesi mümkün değildir. Bu kültürel deneyim “oyun oynamanın bir yeri ve zamanı olduğu” ile ilişkilendirilmektedir (Winnicott, 2010). Dijital oyunların oynanma yeri sanal coğrafyalardır. Bu dünyanın kendine ait kural ve normları bulunmaktadır. Söz konusu kural ve normların icrasında içinde bulunulan dönemin koşulları ve nesillerin yukarıda saydığımız özellikleri ile seçimlerinin etkili olmadığı söylenemez.

Bu bağlamda, oyunların oyuncu tarafından vazgeçilmez olarak nitelendirilmesinin altında yatan birçok neden vardır. Oyuncuların video oyunlarına yüklediği anlamlara bakıldığında eğlence, heyecan, rahatlama, güç vb olumlu duygusal deneyimlere işaret ettiği görülür (Oswald, Prorock ve Murphy, 2014). Oyun oynamanın getirdiği duygusal durumda istikrarsızlık söz konusudur. Salt mutluluk ya da heyecan gibi pozitif durumlar içermez aynı zamanda başarısızlık, hayal kırıklığı, öfke gibi duygu durumları da içerir. Winnicott (2010)’a göre oyun oynama esas olarak tatmin edicidir. Yüksek düzeyde endişe halinde bile bu tatmin devam etmektedir. Ta ki, tahammül edilemeyen bir endişe düzeyine ulaşıncaya dek. Bu aşamadan sonra oyun biter.

Kanımızca, sözü edilen duygusal dalgalanma hali her kuşağın özellikleriyle aynı oranda örülebilir nitelikte değildir. Oysa öne çıkan özellikleri özgüven ve tatminsizlik olan Y ve Z kuşağı, “dijital oyuncular kuşağı” şemsiyesi altına alınabilecek duygu durumlarını deneyimlemeye muktedirlerdir.

3. Dijital Oyunlar, E- Spor ve *League of Legends*

3.1. Dijital Oyunlar- Dijital Oyuncular

Bergeron (2006), dijital-video oyunları kavramını ciddi oyun olarak nitelendirir. Ciddi bir oyun, zorlu bir amacı olan, eğlenceli, bazı puanlama kavramlarını içeren, kullanıcıya gerçek dünyada uygulanabilecek beceri, bilgi ya da tutum kazandıran önemli bir donanım bileşeni olan veya olmayan, etkileşimli bir bilgisayar uygulamasıdır.

Dijital oyunlarda başarı, en önemli güdüleyici etmenlerden birisidir. Giderek daha fazla başarılı olmak için oyunda geçen zamanın arttığı görülmektedir. “Dijital oyun kültüründe oyuncu tarafından geliştirilen oyunsu tavrın, gerçek yaşamda oynanan oyundakilerden farkı, oyuncunun “oyunda/oyunun içinde” olmasıdır. Oyuncu, dijital oyun zamanı ve uzamına bağlanmıştır ve oyundaki varlığının başarısı bu adanmışlığın yoğunluğuna bağlıdır” (Binark, 2007, s. 29).

“Bütün spor müsabakaları suni savaşlar ve kurmaca çatışmalardır ve azami miktarda merak ve heyecan üretmek için hesaplanarak yapılandırılırlar” (Esslin, 2001, s. 83) Heyecan ve merak ile beraber haz duygusu da sporun içinde yer alan önemli bir duygu durumudur. Vücudun salgılamış olduğu endorfinle birlikte bedensel hazza ulaşan sporcular, başarı ve sportif yaratıcılıkla birlikte estetik hazza ulaşırlar. Oyundan alınan haz ise iki durumdan da pay almaktadır (Erdemli, 2002). Oyun ve eğlenceyi birleştiren fiziksel etkinliklerin çeşitli ödüllerle değerlendirildiği belli bir zaman diliminde, belli kurallar çerçevesinde ve varoluş mücadelesinin benzetimi şeklinde yürütülmesini beraberinde getirerek gelişen yüzyılla birlikte kendi içinde farklı dallara ayrılarak spor branşlarını ortaya çıkarmıştır (Kaplan Öcal, 2016). Bu bağlamda geleneksel spor anlayışının dışında olan ve fiziksel bir etkinlik içermediği düşünülen dolayısıyla da bir spor branşı olarak nitelendirilemeyeceğine dair tartışmaları beraberinde getiren e- spor, bilgisayar oyunları

üzerinden düzenlenen turnuvalar ve dağıtılan ödüllerle birlikte kurumsal yapısının gelişmesi, final müsabakalarının çevrimiçi olarak 100 milyondan fazla izlenmesiyle (CBNC, 2019) geniş izleyici kitlesi bakımından baskın branşlar olarak geleneksel spor müsabakalarının izlenme oranlarını tehdit etmektedir. Newzoo (2018) araştırmasına göre, 2018'de bir önceki yıla göre, yüzde 38.2'lik artışla 906 Milyon dolara ulaşan gelir akışıyla birlikte spor endüstrisinde dikkat çeken bir alan haline gelmiştir.

Öztürk'ün McPherson'dan aktardığına göre (1998), spor, genel anlamda kültürün özel olarak da, kültürel ve eğlenceli aktiviteleri tanımlayan popüler kültürün bir parçasıdır. Pazar ekonomisinin egemen olduğu sosyo-kültürel yapıların içinde spor, popüler kültür ürünü olarak, kitle iletişim araçlarından sunulmaktadır. Bu yönüyle de yüksek kültür ürünü olmaktan çıkarak yaygınlaşarak ve ticarileşerek halk kitlesi tarafından yaygın kabul gören bir etkinlik haline gelmektedir. Modern insan için spor, adeta bir yaşam biçimi haline gelmiştir. Zaman bolluğu sorunsalı, sistemin onu organize edip yönetmesi gerekliliğini de ortaya çıkarmıştır. Kent planlarında spor tesisleri, oyun parkları, çeşitli oyun makinelerinin bulunduğu eğlence merkezlerinin inşasıyla birlikte gündelik yaşam, eğlence sanayisinin bir parçası haline gelmiştir. Bu da planlı, teknik ve ekonomik yönden işletilen bir yapıya işaret etmektedir. Spordaki bu makineleşme süreci onu doğallıktan ve bedenden uzaklaştırmaktadır. Günümüzde Formula 1 yarışları, e-spor bilgisayar oyunu müsabakaları, sporun giderek teknik ve ticari bir mücadeleye dönüştüğünü göstermektedir (Fink, 2015).

Oyuncular günümüzde dijital oyunları sıradan bir eğlence aracından çok önemli bir sportif faaliyet alanı olarak da görür. Aynı zamanda video oyununa katılım tıpkı sportif bir aktivitede olduğu gibi kişisel beceriler ve zorluklarla ilgilidir (Oswald ve ark., 2014). Yaşam bilimci bakışa göre oyun, korumasız yavrularını tehlike alanına sokmadan önce çalıştırıp eğiten, yeteneklerini ortaya çıkaran bir şey olarak betimlenir (Fink, 2015). Bu bağlamda dijital oyuncuların, e-sporcuların günde 15-20 saatleri bulan antrenman süreci benzetilebilir. Büyük mücadeleye girişmeden önce en iyi stratejiyi oluşturmak, reflekslerini kontrol edebilmek ve en üst düzeye ulaşmak hedeflenmektedir. Aynı zamanda oyuncu burada yalnız başladığı oyun sürecinde, herhangi bir statüye sahip değilken, oyunda ilerleyip kazanımlar elde ettikçe saygın bir konum elde etmektedir. Diğer oyucularla da ortak bir paydada buluşarak kolektif bir kimliğe bürünür, daha ileri safhada da bir topluluk olarak sanal cemaatler oluşturmaları söz konusudur (Güneş, 2016).

3.2. E-Spor'un Popüler Yüzü: League of Legends

League of Legends, Riot Games tarafından geliştirilen ve 27 Ekim 2009'da piyasaya sürülen MOBA (Çevrimiçi çok oyunculu savaş arenası) oyunudur. Rol yapma oyunu öğelerini içinde barındıran bir strateji oyunu olarak iki takım çeşitli savaş alanlarında ve oyun modlarında mücadele ederler. Beşer kişiden oluşan iki takım, on farklı karakter ve her karaktere ait beş farklı görev (Saldırı Gücü Taşıyıcısı, Destek, Orta Koridor, Ormancı ve Üst Koridor) bulunmaktadır. (Resim 1.1.) Amaç merkez kule olan Nexus'u yıkmaktır. Kuleye ulaşana kadar karşı takımdaki karakterler ve onlara ait kuleleri geçmek gerekmektedir (Özenç ve Tınmazlar, 2018).



Resim 1. Sihirdar Vadisi, *League of Legends* Harita Örneği (Bilginatolyesi, 2015)

League of Legends oyunu, dünya çapında olduğu gibi Türkiye özelinde de e-spor konusunda öne çıkmaktadır. Türkiye’de e-sporun kurumsal yapısına bakıldığında, Gençlik ve Spor Bakanlığı’na bağlı Türkiye E-Spor Federasyonu (TESFED) 24 Nisan 2018 tarihinde kurulmuştur. Nisan 2019 tarihi itibarıyla 29’u kadın olmak üzere toplam 546 lisanslı e-sporcu, 55 tane de tescilli e-spor kulübü bulunmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı ile yapılması planlanan protokolle liseler arası e-spor turnuvaları yapılması ve e-sporun müfredata konularak ders olarak okutulması planlanmaktadır (Çalışkan, 2019). Profesyonel seviyede oynayan oyuncuların uyması gereken bir dizi kural sıralanmaktadır: “Standart hale getirilmiş kurallar; takımlar, oyuncular ve menajerler dâhil olmak üzere LoL’ün profesyonel oynanışındaki tüm taraflara fayda sağlar” (Anonim, 2020). Bu kurallar;

1. Takım Üyelerinin Uygunluğu: Oyuncunun yaşı, esporcu Lisansı, Yerli Oyuncu Koşulu, Lig Kısıtlaması, Başka Turnuvalara Katılmama, Riot Çalışanı Olmama.
2. Mali Konular: Oyuncu ve Koç Ödemeleri, Etkinlik Ödülleri, Sponsorluklar
3. Takım Sahipliği: Takım Sahipliğinin Tanınması, Takım Mülkiyet Sınırlamaları
4. Kadrolar: Takım Koçu, Kadro Bildirimi, Kadro Kilitleri ve Yedek Oyuncular, Takım İsimleri-Takım Kısıtlamaları-Logolar ve Oyuncu İsimleri
5. Oyuncu Değişiklikleri: Genel Oyuncu Değişikliği Kuralları, Oyuncu Takasları, Serbest Oyuncu Anlaşmaları, Yedek Oyuncuların Yükseltilmesi
6. Lig Yapısı ve Format: Terimlerin Tanımları, Aşama Detayları, Taraf Seçimlerinin Bildirilmesi
7. Maç Süreci: Oyuncu ve Koç Kıyafetleri, Oyuncu Ekipmanları, Bilgisayar Programları ve Kullanımları, Oyuncu Hesapları, Ses Kontrolleri, Ekipmanların Kurcalanması, Etkinlik Yerine Genel Erişim, Maç Alanı, Diğer Takım Üyeleri İçin Alanlar, Program Değişiklikleri, Stüdyoya Ulaşım, Hakemlerin Rolü, Turnuva Yaması ve Turnuva Alanı, Maç Öncesi Kurulum, Oyun Kurulumu, Seçim-Yasaklama Evresi ve Taraf Seçimi
8. Oyun Kuralları: Terimlerin Tanımları, Geçerlilik Kazanmış Oyun, Oyunun Durdurulması, Maç Sonrası Süreç, Seri Sonrası Süreç
9. Kronikarılma ve Yeniden Başlama Protokolü: Tanımlar, Kronikarılma Kullanımı, Önemsiz Hata Durumu, Kritik Hata Durumu, Kurtarılamayan Oyun Durumu, GKO’dan Önce Yeni-

den Başlatma, GKO Sonrasında Yeniden Başlatma, Yeniden Başlatma Prosedürü, Ekipman Arızaları, Lig Yetkililerinin Takdir Yetkisi

10. Davranış Kuralları: Rekabetin Bütünlüğü, Kurallara İlişkin Sorumluluk, Cezalar

11. Ek Hükümler, Yayın Hakkı, Kararların Kesinliği, Kural Değişiklikleri.

League Of Legends'in turnuva geçmişi her sene yükselişe geçmektedir. Sezon 1'de İsveç'te düzenlenen Dreamhack turnuvasının ödül havuzu 100.000 \$ iken, 2. Sezonda ödül havuzunu 5.000.000 \$ gibi bir rakama çıkartan Riot, e-Spor arenasına altın harflerle yazılmaya başlandı. 1. Sezonda turnuvayı toplamda 1.6 milyon kişi izlerken sadece final maçını canlı izleyen 210.000 izleyici bulunmaktaydı. Toplamda 8 milyon izlenen 2. Sezonun final maçını aynı anda 1.1 milyon kişi izledi. Sezon 3 turnuvasında ise ödül havuzu aynıydı. Turnuvayı toplam 32 milyon kişi izlerken finali 8.5 milyon kişi canlı izledi. Sezon 4'te Kore'de düzenlenen turnuvasının final maçını 27 milyon kişi izledi. Amerikalı müzik grubu Imagine Dragons turnuva için "Warriors" şarkısını yapıp, etkinlikte konser vermiştir (Toker, 2015). Bu bağlamda e-spor karşılaşmaları, sportif bir etkinliğin ötesinde aynı zamanda büyük gösterilerle izleyicilere ulaşmayı hedeflemektedir. Finalerin internet yayını olarak Twitch üzerinden milyonlarca izleyiciye ulaşmasının yanı sıra tıpkı futbol, basketbol gibi maçların taraftarları tarafından canlı olarak izlendiği sahneler kurulmaktadır. İstanbul'da Türkiye'nin ilk, dünyanın en büyük beş spor merkezi arasında yer alan Riot Games Espor Sahnesi 1.000 kişilik izleyicinin maçı izlemesine ev sahipliği yapmaktadır (Durkal, 2019).

4. Amaç, Kapsam ve Yöntem

Geleneksel perspektifte, boş zamanları değerlendirme ve aynı zamanda eğlence aracı olarak görülen dijital oyunların, değişen paradigmayla dünyada ve Türkiye'de yükselen bir olgu olarak elektronik spor (e-spor) un ortaya çıkarak içerdiği yeni bir ekonomik kazanım alanının varlığından söz edilmektedir. Bu çalışma, Y ve Z kuşağının çevrimiçi oyunlarla olan (bağımlılık) ilişkisini sorgulamak suretiyle, yeni bir kariyer fırsatı olarak ortaya çıkan e-spor olgusu ile belirginleşen yeni bir mesleki tezahürü betimleme amacını taşımaktadır.

Oyun bağımlılığı alanında veri tabanlarındaki binlerce çalışmanın yanı sıra Türkiye'deki YÖK veri tabanındaki Lisansüstü çalışmalara bakıldığında, oyun bağımlılığı konusunun yüksek lisans düzeyindeki çalışmalarda çokça yer ettiği görülmektedir. E-spor alanındaki çalışmalara bakıldığında e-spor kavramı bir yüksek lisans tezinde ilk olarak 2008 yılında yer almıştır. Son yıllarda dijital platformlardaki popülerliğini arttırması, geleneksel sportif anlayışın ötesinde izler kitle ve tüketicileri bağlamında futbol, basketbol gibi baskın spor müsabakalarını geride bırakmasının bir yansıması olarak e-spor alanındaki 17 çalışmanın 11'inin 2019 yılına ait olduğu görülmektedir. Çeşitli disiplinlerden ele alınmasına karşın yapmış olduğumuz çalışma, e-sporu oyun bağımlılığı ilişkisiyle birlikte ele alan özgün ve aynı zamanda 1375 örneklemli kapsamlı bir çalışmadır.

Bu araştırmanın kapsamı; araştırma çerçevesinde yapılan yoklama çalışması, Türkiye'de e-spor faaliyetlerinde bulunan *League of Legends* oyuncuları; evren sayısına göre belirlenmiş örneklem sayısı 1375 kişi; 29 Ocak 2019- 9 Şubat 2019 tarihleri arasında Google Forms üzerinden oyunculara sunularak yanıtların kabulü ile veri toplama süreci olan 12 gün ve araştırma sürecinde kullanılmış olan nicel veri toplama aracı olarak ile sınırlı tutulmuştur.

Çalışma, Türkiye'de e-sporla özdeşleşmiş olan *League of Legends* oyunun oyuncularından olasılıksız bir örneklem türü olarak (Padem ve ark., 2012) kartopu örneklemiyle seçilen 1375 kişilik örnekleme uygulanarak elde edilen bilginin genel nüfus için de geçerli olduğu sayıltılanan (Geray, 2014, s. 120) nicel analiz yöntemi olarak yoklama tekniği ile uygulanmıştır. Y ve Z kuşa-

ğının ilgi ve bu ilginin güçlenerek bağımlılıklara dönüşmesini meslek seçimlerine yansıtma potansiyelinden hareketle “Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı Ölçeği”ne başvurulmuştur. Araştırmaya yönelik veri toplama çalışması için Abdullah Bedir Kaya tarafından Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Ölçme Değerlendirme Bilim Dalı alanında “Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması” yüksek lisans tezinin ortaya koymuş olduğu ölçek temel alınmıştır. Ölçeğin ekonomik kazanım, kariyer hedefleri doğrultusunda yeni bir mesleki görünüm olan e-spor olgusuna dair ifadelerle zenginleştirilmesiyle revize bir ölçek hazırlanmıştır. Nicel Analiz Yöntemlerinden Yoklama Tekniği ile çalışmanın faktörleşmesini oluşturmak için “Açımlayıcı Faktör Analizi” (AFA) kullanılmıştır. Uygulanan ölçeğin içeriği, ilk bölümde katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, anne-baba eğitim düzeyi, kardeş sayısı, kardeş sıralaması gibi demografik ifadeler, katılımcıların kendilerine dair başarı ve memnuniyet düzeyleri, çalışmanın örneklemini belirleyen LoL (*League of Legends*) oyununu kaç yıldır oynadığı, bu oyun dışında oynadığı oyunlar, günlük ortalama oyun oynama süresi, temel ihtiyaçlar dışında ara vermeden ulaştığı rekor oyun süresi ve turnuvalara katılım durumuna cevap verecek sorular yer almaktadır. İkinci bölüm, katılımcıların e-spor ve oyun bağımlılığına dair davranış ve tutumlarını ölçen veri seti, beşli likert tipinde hazırlanmıştır. İfadelerde (1) “Kesinlikle katılmıyorum” (2) “Katılmıyorum” (3) “Kararsızım” (4) “Katılıyorum” (5) “Tamamen Katılıyorum” şeklinde puanlanmıştır. İlgili yöntem ile ortaya konulan “Kariyer Faktörü”nü değişkenleri somut hale getirmesi beklenen çalışmada, elde edilen verilerin analizi için de IBM SPSS Statistic (10.0-2740) programı kullanılmıştır.

5. Bulgular

Veri setinin faktör analizine uygunluğunu ölçmek üzere Barlett testi yapılmıştır. Küresellik testi istatistiksel olarak anlamlı bulunduğu (Tathdil, 2002) görülmüş faktör analizi yapılmıştır. Bu bağlamda KMO değerinin alt sınırınının 0.50 olması (Field, 2000) gerekliliğinden hareketle veri setine Barlett testi uygulandığında KMO değeri .93 olduğu tespit edilmiştir. Bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi “mükemmel” (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyükoztürk, 2012, s. 207) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde ki-kare ($X^2_{(1540)}=26330.700; p<.01$) değerinin anlamlı olduğu ve faktörleşmeye uygun olduğu görülmektedir.

Bir iç tutarlılık yöntemi olarak Cronbach’s testi, 1375 katılımcının verileri doğrultusunda güvenirlilik çalışması yapılmış, Faktör analizi sonucunda ulaşılan “Kariyer” faktörünün Cronbach’s Alpha iç tutarlılık katsayısı .883 olarak bulunmuştur. Değerin 1’e yaklaşması güvenirliliğin artması anlamını taşır (Padem ve ark., 2012). Kariyer faktörünün Spearman Brown testi sonucu (.950) olarak bulunması, değerın +1’e yakın olması faktörün güvenirliliğinin yüksek olduğunu göstermektedir (Ergin, 1995).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	1323	96
	Kadın	47	4
Yaş	15-18 yaş	436	31.7
	18-22 yaş	562	40.9
	22-25 yaş	230	16.7
	25-28 yaş	91	6.6
	30 ve üzeri	31	2.3

Eğitim	İlkokul	8	0.6
	Ortaokul	44	3.2
	Lise	533	38.8
	Üniversite	740	53.8
	Lisansüstü	48	3.5
Kardeş Sayısı	Yok	189	13.7
	1	664	48.3
	2	337	24.5
	3	124	9
	4	33	2.4
Anne eğitim durumu	4'ten fazla	26	1.9
	Okuryazar değil	32	2.3
	İlkokul	361	26.3
	Ortaokul	266	19.3
	Lise	406	29.5
Baba Eğitim Durumu	Üniversite	263	19.1
	Lisansüstü	45	3.3
	Okuryazar değil	13	0.9
	İlkokul	209	15.2
	Ortaokul	252	18.3
Günlük Oyun Süresi	Lise	467	34
	Üniversite	364	26.5
	Lisansüstü	68	4.9
	1-2 saat	266	19.3
	2-4 saat	452	32.9
Deneyim Yılı	4-6 saat	338	24.6
	6-8 saat	153	11.1
	8-10 saat	59	4.3
	10 saatten fazla	102	7.4
	1 yıldan az	196	14.3
Rekor Süre	1-3 yıl	333	24.2
	3-5 yıl	417	30.3
	5-7 yıl	321	23.3
	7-9 yıl	102	7.4
	3 saatten az	243	17.7
Turnuvalara Katılım	3-7 saat	387	28.1
	7-10 saat	183	13.3
	10-12 saat	182	13.2
	12-15 saat	125	9.1
	15 saatten fazla	252	18.3
	Katılmayan	1127	82.0
	Ulusal	208	15.1
	Uluslararası	18	1.3
	Ulusal ve U.arası	20	1.5

Katılımcıların demografik verilerine bakıldığında (Tablo-1), katılımcıların %96'sını erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Yaş değişkeninde en yüksek paya sahip olan grubun 18-22 yaş olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyinde en yüksek oran Üniversite ve Lise'ye aittir. Günlük oyun oynama süresinde en büyük pay 2-4 saat ve 4-6 saat dilimleri olurken, katılımcıların %30'u 3-5 yıl arasında *League of Legends* oyununu oynamaktadır. Katılımcıların %28'i, temel ihtiyaçları dışında ara vermeden oyun oynama süresi olarak tanımlanan “Rekor Süre” 3-7 saat arasında oyun oynadığı görülmektedir. Dikkat çekici bir bulgu olarak, katılımcıların %18'i rekor süre olarak oyuna ayrılan sürenin 15 saati aştığı görülmektedir. Oyuna ayrılan günlük süre, rekor süre ve deneyim yılındaki bulguların dağılımındaki nisbi homojenliğe karşın katılımcıların %82'sinin ulusal ya da uluslararası hiçbir organizasyona katılmadığını belirtmesi, turnuvalara katılım konusunda makas farkının açıldığı göstermektedir.

Tablo 2. Cinsiyet ile Kariyer Faktörü Farklılaşması

	Grup	N	Ort.	Std.Sapma	t	p
Profesyonel iş	Kadın	47	1.9149	1.45706	-.265	.792
	Erkek	1320	1.9720	1.35059		
Kariyer hedefi	Kadın	47	1.8298	1.47912	-.332	.742
	Erkek	1321	1.9023	1.31149		
Ekonomik getiri	Kadın	47	1.8936	1.47787	.117	.907
	Erkek	1319	1.8681	1.25837		

(p<.05)

Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile cinsiyet farklılaşmasını ortaya koymak amacıyla yapılan t testi sonuçlarına bakıldığında (Tablo-2) çevrimiçi oyunları profesyonel bir iş, kariyer hedefi ve ekonomik getiri olarak görme ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılaşma durumu bulunmamaktadır. (p<.05)

Tablo 3. Kariyer Faktörünün Değişkenlere Göre Farklılaşma Analizi

	Profesyonel iş olarak görme		Kariyer hedefi olarak görme		Ekonomik getiri aracı olarak görme	
	F	p	F	p	F	P
Değişkenler						
Yaş	23.702	.000**	25.716	.000**	11.690	.000**
Eğitim	27.349	.000**	31.334	.000**	12.978	.000**
Günlük Oyun süresi	29.324	.000**	28.100	.000**	19.700	.000**
Rekor Süre	4.624	.000**	4.933	.000**	2.198	.052
Deneyim Yılı	4.381	.002**	3.891	.004**	5.784	.000**
Turnuvalara Katılım	5.785	.001**	5.364	.001**	10.264	.000**

**p<.01, * p<.05

Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile yaş farklılaşmasını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc Tukey testi sonuçlarına bakıldığında “çevrimiçi oyunları profesyonel iş olarak görme” durumu ile yaş arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır (F=23.702; p=.00). 15-18 yaş arasında olan grup (\bar{x} =2.4460), farklılık olan diğer gruplardan daha fazla oranda çevrimiçi oyunları profesyonel iş olarak görmektedir. Eğitim düzeyinde Post Hoc Tamhane T2 testi ile ortaya konan farklılaşmaya bakıldığında (F=27.349; p=.00), Ortaokul eğitim düzeyi(\bar{x} =3.0682) ile Üniversite ve Lisansüstü düzeyi arasında; Lise eğitim düzeyi(\bar{x} =2.2801) ile Üniversite(\bar{x} =1.6883) ve Lisansüstü(\bar{x} =1.6458) eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe, çevrimiçi oyunları profesyonel iş olarak görmeye ilişkin ortalamalarda düşüş görülmektedir. Günlük oyun oynama süresi ile “profesyonel iş olarak görme” arasında anlamlı farklılıkların bulunduğu Post Hoc Games Howell testi sonuçlarına (F=29.324; p=.00) göre, 1-2 saat oyun oynayanlar ile diğer tüm saat dilimleri arasında negatif yönlü bir farklılaşma vardır; ortalama oyun oynama süresi arttıkça profesyonel iş olarak görme durumu da artmaktadır. Temel ihtiyaçlar için ara vermeden oyun oynanan rekor süreye Post Hoc Games Howell testi ile bakıldığında (F=4.624; p=.00), 15 saatten fazla oynayanlar (\bar{x} =2.2421) ile 3 saatten az (\bar{x} =1.7778), 7-10 saat oynayanlar, 10-12 saat oynayanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Rekor süre arttıkça kariyer olarak görme durumu da artmaktadır. Oyunları “profesyonel iş olarak görme” ile oyun oynama deneyim yılı arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır

($F=4.381$; $p=.002$). Tamhane T2 testi sonuçlarına göre, 7- 9 yıl arasında deneyimi olanlar ile 5-7 yıl arasında deneyimi olanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. 7-9 yıl deneyimi olanlar ($\bar{x}=2.3039$) çevrimiçi oyunları 5-7 yıl arasında deneyimi olanlardan ($\bar{x}=1.8193$) daha fazla profesyonel iş olarak görmektedirler. Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü farklılaşmasında, “profesyonel iş olarak görme” ile turnuvalara katılım durumu arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=5.785$; $p=.001$). Post Hoc Scheffe sonuçlarına göre, Uluslararası turnuvaya katılanlar ($\bar{x}=2.8889$) çevrimiçi oyunları “profesyonel iş olarak görme” durumları herhangi bir turnuvaya katılmayanlara ($\bar{x}=1.9102$) göre daha fazladır.

Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile yaş farklılaşmasını ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc Tukey testi sonuçlarına bakıldığında “Kariyerini e-spor üzerine kurgulama” ile yaş arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır ($F=25.716$; $p=.00$). 15-18 yaş aralığında olan grup ($\bar{x}=2.3997$), en yüksek ortalama ile kariyer olarak e-sporu görürken 30 yaş ve üzeri olan grup dışında, yaş ortalaması arttıkça kariyer hedefi ortalamaları azalmaktadır. Eğitim durumuyla ilgili farklılaşmaya Post Hoc Tamhane T2 testi aracılığıyla bakıldığında ($F=31.334$; $p=.00$), ortaokul eğitim düzeyi ($\bar{x}=2.9545$) ile lise ve üniversite ($\bar{x}=1.6022$) arasında; lisansüstü eğitim düzeyi ile ortaokul arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Lisansüstü eğitim düzeyi ($\bar{x}=1.6875$) haricinde, eğitim düzeyi arttıkça e-spor kariyer hedefi puanları azalmaktadır. Çevrimiçi oyunları “Kariyer hedefi olarak görme” ile oyun oynama süresi arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=28.100$; $p=.00$): Post Hoc Games Howell testi sonuçlarına göre, günlük ortalama 10 saattten fazla oyun oynayanlar ($\bar{x}=2.8431$) ile 8-10 saat oyun oynayan grup dışındaki diğer tüm gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. 8-10 saat dışındaki diğer gruplarda oyun oynama süresi fazla olan katılımcıların, çevrimiçi oyunları kariyer hedefi olarak görme puanları 1-2 saat ($\bar{x}=1.4624$), 2-4 saat ($\bar{x}=1.6785$), 4-6 saat ($\bar{x}=1.9852$), 6-8 saat ($\bar{x}=2.2171$) oynayanlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile temel ihtiyaçlar için ara vermeden oynanan rekor oyun süresini arasındaki farklılaşmaya Post Hoc Games Howell testi ile bakıldığında “kariyer hedefi olarak görme” ile rekor süre arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=4.933$; $p=.00$), 15 saatten daha fazla oynayanların ($\bar{x}=2.1905$) kariyer hedefi olarak görme durumları 3 saatten az, 7-10 saat ve 10-12 saat arasında oynayanlardan daha fazladır. Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile oyuncuların deneyim yılı arasındaki farklılaşmaya bakıldığında “kariyer hedefi olarak görme” ile deneyim yılı arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=3.891$; $p=.004$). Post Hoc Tamhane T2 testi sonuçlarına göre, 7-9 yıl deneyimi olan oyuncular ile 5-7 yıl deneyimi olan oyuncular arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. 7-9 yıl arasında deneyimi olan oyuncuların ($\bar{x}=2.2353$) oyunları kariyer hedefi olarak görme durumunun 5-7 yıl arasında deneyimi olan oyunculardan ($\bar{x}=1.7508$) daha fazla olduğu görülmektedir. Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile çevrimiçi oyunlarda turnuvalara oyuncu olarak katılım durumu arasındaki farklılaşmaya bakıldığında, “kariyer hedefi olarak görme” ile turnuvalara katılım durumu arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=5.364$; $p=.001$). Post Hoc Scheffe testi sonuçlarına göre, uluslararası turnuvalara katılanlar ($\bar{x}=2.8333$), çevrimiçi oyunları herhangi bir turnuvaya katılmayanlardan ($\bar{x}=1.8481$) daha fazla kariyer hedefi olarak görmektedir.

Çevrimiçi oyunları “ekonomik getiri aracı olarak görme” ile yaş grupları arasında Post Hoc Tukey testi sonucuna göre anlamlı farklılıklar ortaya çıkmaktadır ($F=11.690$; $p=.00$). 30 yaş ve üzerini oluşturan katılımcılar dışında, yaş ortalaması azaldıkça ekonomik getiri aracı olarak görme puanları artmaktadır. Eğitim durumuyla ilgili sonuçlara Tamhane T2 testi ile bakıldığında Üniversite eğitim düzeyi ile Ortaokul ve Lise eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık bulun-

maktadır. Ortaokul eğitim düzeyi, ekonomik getiri olarak görme açısından diğer iki gruptan daha fazla puana sahiptir ($\bar{x}=2.4773$). Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile günlük ortalama oyun süresini arasındaki farklılaşmayı ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc Games Howell testi sonuçlarına bakıldığında “ekonomik getiri” ile oyun oynama süresi arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=19.700$; $p=.00$). Anlamlılık durumu, günlük 10 saatten fazla çevrimiçi oyun oynayanların oyunları ekonomik getiri olarak görme durumlarının diğer gruplara göre daha fazla olduğu ve doğrusal bir şekilde artmasıdır. Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile temel ihtiyaçlar dışında ara vermeden oynanan rekor oyun süresini arasındaki farklılaşmaya bakıldığında Post Hoc Games Howell testi sonuçlarına göre, “ekonomik getiri” ile rekor oyun oynama süresi arasında anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır ($F=2.198$; $p=.52$). Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile oyuncuların deneyim yılı arasındaki farklılaşmayı ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc Tamhane T2 testi sonuçlarına bakıldığında oyunları, “ekonomik getiri aracı olarak görme” durumu ile deneyim yılı arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=5.784$; $p=.000$). 7-9 yıl arasında oyunu deneyimi olan oyuncuların ($\bar{x}=2.327$), oyunları ekonomik getiri aracı olarak görme durumu, 1-3 yıl ($\bar{x}=1.7681$), 3-5 yıl ($\bar{x}=1.8289$), 5-7 yıl ($\bar{x}=1.7788$) arasında deneyimi olan oyunculara göre daha fazladır. Çevrimiçi oyuncular açısından Kariyer Faktörü ile oyuncuların turnuvalara katılım durumu arasındaki farklılaşmayı ortaya koymak amacıyla yapılan Post Hoc Scheffe testi sonuçlarına bakıldığında oyunları, “ekonomik getiri aracı olarak görme” durumu ile turnuvalara katılım durumu arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($F=10.264$; $p=.000$). Ulusal turnuvalara katılan oyuncuların ($\bar{x}=2.2573$) oyunları ekonomik getiri aracı olarak görme durumu, herhangi bir turnuvaya katılmayan oyunculara ($\bar{x}=1.7822$) göre daha fazladır.

6. Değerlendirme ve Sonuç

Bu çalışmada, Y ve Z kuşağının çevrimiçi oyunlarla olan (bağımlılık) ilişkiseliliğini sorgulamak suretiyle, yeni bir kariyer fırsatı olarak ortaya çıkan e-spor olgusu ile belirginleşen yeni bir mesleki tezahür betimlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada “Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı Ölçeği” kullanılmasının nedeni, büyük ölçüde örneklemimizi oluşturan Y ve Z kuşağının, dijital teknolojiyi bağımlılık ölçüsünde kullanma becerisine sahip olması ve bu sahipliğin ilgili kuşakların pek çok karakteristik özelliğine rengini vermesidir. Sözü edilen karakteristik özellikler de kariyer hedeflerinden mesleki seçimlere oradan da mesleklerin değişimine kadar uzanan çizgide uzun bir yolda alana yön vermektedir.

Türkiye’deki *League of Legends* oyununu oynayan 1375 katılımcıyı kapsayan çalışma, temsil yeteneği bağlamında, Türkiye’deki LoL oyuncuları için genelleştirilebilir. Çalışmanın alt boyutlarını incelemek amacıyla yapılan Açıklayıcı Faktör Analizi sonucunda “Kariyer Faktörü” öne çıkmıştır. Keşfedici bir analizde Kariyer Faktörünün öne çıkması, çevrimiçi kaynaklı meslekleri ve yeni kuşağın mesleki seçimlerini kavramamız açısından önemli ipuçları sağlamaktadır. Zira, bu çalışmanın temel sayılıtısını somutlayacak biçimde, Y ve Z kuşağının çeşitli araştırmalar ile literatüre yansıyan özellikleri, Y ve Z kuşağına mensup e-spor oyuncusu gençlerin, ilgili pratiği, kariyer hedefleri ve/veya meslek seçimleri arasında işaret etmeleri ile bir kez daha dolaylı olarak sınanmıştır. İlgili analizin sonuçları mutlaka Y ve Z kuşaklarının özellikleri ve iş yaşamına dair beklentileri bağlamında okunmalıdır. Ancak böylesi bir okuma bize yeni kuşakların işgücü potansiyelinin ve gelecekte mesleklerin dönüşümüne dair anlamlı analizlerin yolunu açabilir.

Bu bağlamda, bu çalışmanın sonucu olarak, Kariyer Faktör Analizi’nin özet okuması şöyledir: Kariyer faktörünün analizi için yapılan testler sonucunda farklılaşma durumlarına bakıldığında;

katılımcıların yaş ortalaması düştükçe, günlük ortalama oyun oynama süresi arttıkça, eğitim düzeyi azaldıkça çevrimiçi oyunları profesyonel iş olarak görme, e-sporu kariyer hedefi olarak görme ve çevrimiçi oyunları ekonomik getiri aracı olarak görme durumları artmaktadır. Farklılaşmada dikkat çeken bir ayrıntı olarak 30 yaş ve üzeri katılımcılar e-sporu kariyer hedefi ve ekonomi getiri aracı olarak görme noktasında ayrılmaktadır. Eğitim düzeyinde de lisansüstü katılımcılar e-sporu kariyer hedefi olarak görmektedirler. Ayrıca 7-9 yıl deneyimi olanlar ve uluslararası turnuvalara katılanlar, diğer katılımcılardan daha fazla çevrimiçi oyunları, profesyonel iş, e-sporu kariyer hedefi ve ekonomik getiri aracı olarak görmektedirler. Verdikleri süre ve turnuvalara katılımı, onların bu alanda profesyonel olarak ilerlediklerinin de göstergesi durumundadır. Temel ihtiyaçlarına ara vermeden oynadıkları rekor oyun süresi arttıkça çevrimiçi oyunları profesyonel iş olarak görme ve e-sporu kariyer hedefi olarak görme durumları artmaktadır.

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında, %96'sının erkek %4'ünün kadın olduğu görülmektedir. Türkiye'de e-sporun kurumsal yapısına bakıldığında, 24 Nisan 2018 tarihinde kurulan Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bağlı Türkiye E-Spor Federasyonu'na (TESFED) kayıtlı, Nisan 2019 tarihi itibarıyla 29'u kadın olmak üzere toplam 546 lisanslı e-sporcu bulunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'deki kayıtlı-lisanslı e-spor kadın oyuncular, %5'lik bir dilime sahiptir. Bu veri araştırmaya katılan kadın oranı ile Türkiye'deki e-spor kadın oranı ile uyumaktadır ki, çevrimiçi oyunlar ve e-spor ilişkisi bağlamında cinsiyet özelinde makasın çok açık olduğu görülmektedir. Sektör ve takımlar açısından yansımaya bakıldığında Beşiktaş, CS:Go oyununda ilk kez bir kadın e-spor takımı kuran kulüp olarak (NTV Spor, 2018) bu açığın kapatılmasına yönelik girişimde bulunmuştur. Kadın oyuncu sayısının artış göstermesine karşın erkek oyuncuların baskın olduğu görülmektedir. Ercan (2016) bu durumu, erkekliğin sanal düzlemdeki tekrar üretiminin bir sonucu olarak dijital oyunlarda eril tahakküm ile açıklamaktadır. Kadınların Candy Crush tarzı tasarım unsurunun ön planda olduğu, kolaydan zora doğru giden oyunlar oynamayı tercih ettiği bilinmektedir (Alter, 2017). League of Legends'in strateji-savaş türünde bir oyun olduğundan kadın oyuncuların ilgisinden uzak kalmaktadır. Kim (2017)'in League of Legends oyuncuları ile yapmış olduğu çalışmasında ortaya koyduğu kadın ve erkek oyuncu stereotipinde farkı göz önünde bulundurursak, teknolojik maruziyet açısından dezavantajlı konumda olan kadınlar, kazandıkları şey ile duygusal bağ kurmak isterken, erkekler bir maç bir skor kazanmak, hedef tutturmak istemekte ve bunun üzerinden kendilik değeri ve saygınlığının arttığına inanmaktadırlar. Bu bağlamda e-sporcu olarak başarılı bir kariyer devam ettirebilmek için günlük 13-14 saatlere varan antrenman süreleri göz önünde bulundurulduğunda kadın oyuncuların böylesine bir mekanik durumla duygu bağı kuramadığı ya da sürdürmediği söylenebilir. Aynı zamanda erkek oyuncular gözlemlendiğinde özellikle başarısızlık anlarında küfür, sözlü taciz, cinsiyetçi yaklaşımlar sergilemektedirler. Kadın oyuncuların şiddetin başka bir türü olarak tanımlanabilecek dijital şiddetten uzak olmak adına da bu mecraları tercih etmediğini söyleyebiliriz. Hong ve Hwang (2012)'a göre, kadın oyuncular oyun tercihlerini yaparken sosyalleşmeyi ön plana koymaktadırlar. Kadın oyuncuların oyun oynama motivasyonunun erkek oyuncularından farklı olduğu ortaya çıkmaktadır. Sanal düzlemde kadınlar tarafından etkileşim ve paylaşım aracı olarak görülen dijital oyunların, mesleki bir forma dönüşmediği, kazanmak için mücadele ettiği, uzun saatler antrenman yaptığı bir alan haline gelmediği, bir kariyer hedefi, ekonomik getiri aracı olmanın uzağında kaldığı görülmektedir. Kadınların fuar, turnuvalar gibi e-spor organizasyonlarında 'cosplay' olarak adlandırılan video oyun karakterlerini somutlaştırarak varlık gösterdiği görülmektedir. Japonya, Kuzey Amerika gibi ülkelerde çok yoğun olarak görülen cosplay uygulamalarının yanı sıra Türkiye'de özelinde -çeşitli bilgi ve görselleri içeren Cosplay Türkiye (www.

cosplayturkiye.com) platformunda da görülebileceği gibi- kadın karakterlerin abartılı kostüm ve makyajlarıyla kadınsı beden algısını ön plana çıkaran karakterlere bürünmeyi tercih ettiği görülmektedir. Etkinliklerde yer alan bu karakterler, ödüllü bazı yarışmalara katılarak –e-sporla kıyaslandığında çok düşük rakamlarda- ekonomik bir kazanım elde etmektedirler.

Çalışma sonunda elde edilen ve yukarıda sözü edilen tüm çıkarımlar, dijital kültür içerisinde yer alan, boş zamanları değerlendirme ve aynı zamanda eğlence aracı olarak görülen dijital oyunların, değişen paradigmayla yükselen bir olgu olarak dünyada ve Türkiye’de elektronik spor (e-spor) bağlamında yeni bir ekonomik kazanım alanı olarak öne çıktığını göstermektedir. Buradan hareketle çalışma, “dijital çağın yerlileri” olarak ifade edebileceğimiz Y ve Z kuşaklarının çevrimiçi meslekler konusundaki tercihlerini kavrayabilmemizi sağlayan veriler sunarken; Türkiye’deki mevcut durumu reflekte ederek Y ve Z kuşağında erkek oyuncuların, e-sporu mesleki bir olgu olarak ele aldığını ve kariyer fırsatı olarak gördüğünü de ortaya koymaktadır. Buradan hareketle, kendilerini mekânsal olarak sanal coğrafyalarda e-spor ile somutlaştıran, küresel anlamda sayılarının ve spor endüstrisi içerisindeki etki düzeylerinin her geçen artmasıyla günümüzde yeni bir “dijital oyuncular kuşağı” varlığından söz etmek mümkündür. Dijital oyuncular kuşağı, çalışmada da görüldüğü üzere mesleklerde ya da farklı alanlarda çevrimiçi dönüşümün başrollerinden biri olduğu gibi ilgili konularda gerçekleştirilen veya gerçekleştirilecek araştırmalar için de önem arz etmektedir. Ezcümle, çevrimiçi dönüşümün çeşitli alanlarda her geçen gün etkisini arttırdığı dijital çağda, dijital oyuncular kuşağı etkin çalışma alanlarından biri olarak karşımıza çıkmaya devam edecektir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Grant Support: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynakça/References

- Abbate, J. (2017). İnternetin popülerleşmesi. D. Crowley ve P. Heyer (Ed.), *İletişim tarihi: teknoloji-kültür-toplum* içinde (s. 472 –479). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Acıloğlu, İ. (2015). “*İş’te Y kuşağı*”. Ankara: Elma Yayınevi.
- Alter, A. (2017). *Karşı konulmaz: bağımlılık yapıcı teknolojinin yükselişi ve bizim ona esir edilişimiz (D. İrengün, Çev.)*. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Akca, E. B. (2016). Teknolojik tutuculuk karşısında z kuşağını anlamak; ortaokul gençliğinin internet kullanım algıları. *Dijital/Sayısal Kültür*, Hece Özel Sayı (234-235-236), 343–366.
- Anonim. (2020). Vodafone FreeZone Şampiyonluk Ligi 2020 sezonu resmi kurallar. *Lolesports*. Erişim adresi: <https://bit.ly/3iKJams>
- Armour, S. (2008, 11 June). Generation Y: They’ve arrived at work with a new attitude. *USA Today*. Retrieved from <https://bit.ly/3iJ3d4M>
- Arsenault, P. M. (2004). Validating generational differences. *Leadership and Organization Development Journal*, 25(2), 124–141. <http://dx.doi.org/10.1108 / 01437730410521813>
- Bekmezci, M. (2017). Nesillerin karşılaştırılması ve iş dünyasında ‘Y’ kuşağına kuramsal bir bakış. *İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 101–111. Erişim adresi: <https://bit.ly/2ZaywNV>
- Bergeron, B. (2006). *Developing serious games*. Massachusetts, U.S.: Charles River Media.

- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmaları* içinde (s. 21–44). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: ekonomi, kültür ve toplum cilt1: Ağ toplumunun yükselişi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CNBC (2019, 14 April). This esports giant draws in more viewers than the Super Bowl, and it's expected to get even bigger. *CNBC* Retrieved from <https://cnb.cx/2ZcfA1z>
- Çalışkan, N. (2019, 20 Nisan). Türkiye espor federasyonu son rakamları paylaştı. *Habertürk*. Erişim adresi: <https://bit.ly/3fdMEvu>
- Çetin Aydın, G.ve Başol, O. (2014). X ve Y kuşağı: çalışmanın anlamında bir değişme var mı? *Electronic Journal of Vocational Colleges*, s.1–15. <https://dx.doi.org/10.17339/ejovoc.41369>
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G.ve Büyükoztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve Lisrel uygulamaları*, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Dijk, J.V. (2016). *Ağ toplumu* (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Dreyfus, H. L. (2016). *İnternet üzerine* (M. Demir, Çev.). İstanbul: Küre Yayınları.
- Durkal, K. (2019, 21 Ocak). Avrupa'nın en büyük espor sahnesi açıldı. *Hürriyet*
Erişim adresi: <https://bit.ly/3fdMdrS>
- Dursun, O. (2018). Toplum Pierre Bourdieu ile düşünmek. *Global Media Journal*, 8(16), 68–123. Erişim adresi: <https://bit.ly/3fbIVPd>
- Ercan, E. E. (2016). Dijital oyunlarda eril tahakküm. *Dijital/Sayısal Kültür*, Hece Özel Sayı (234-235-236), 376–382.
- Erdemli, A. (2002). *Temel sorunlarıyla spor felsefesi*. İstanbul: E Yayınları.
- Ergin, D. Y. (1995). Ölçeklerde geçerlik ve güvenilirlik. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 7(7), 125–148. Erişim adresi: <https://bit.ly/3gRhWJd>
- Esslin, M. (2001). *Televizyon çağı: TV beyaz camın arkası* (M. Çiftkaya, Çev.). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Field, A. (2000). *Discovering statistics using SPSS for Windows*. London, U.K.: Sage Publications.
- Fink, E. (2015). *Bir dünya sembolü olarak oyun* (N. Aça, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Fry, R. (2018, April 11). Millennials are the largest generation in the U.S. labor force. PEW Research Center. Retrieved from <https://pewrsr.ch/31SJaKX>
- Geray, H. (2014). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Greenberg E.H., & Weber K., (2008, 12 January). The online newsHour: generation we. *PBS*. Retrieved from <https://to.pbs.org/3e63Q15>
- Güneş, A.H. (2016). Dijital oyunlar, dijital oyuncu ve oyun dünyasında kadınlar. *Dijital/Sayısal Kültür*, Hece Özel Sayı (234-235-236), 367–375.
- Hall, F. (2013). *Dijital yayıncılık: dijital kitap ve dergi sektörü için bir başlangıç* (H. Vardar, Çev.). İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Hong, J.C., & Hwang, Y.M. (2012). Gender differences in help -seeking and supportive dialogue during on- line game. *Social and Behavioral Sciences* 64(9), 342–351. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.041>
- İslam, M., Cheong, T. W., Yusuf, D. H. M., & Desa, H. (2011). A study on 'GenerationY' behaviours at workplace in Penang. *Journal of Applied Sciences Research*, 7(11), 1802–1812. Erişim adresi: <https://bit.ly/2Z8Kt6O>
- İlhan, S. (2018). Yeni kapitalizm ve meslek olgusunun değişen anlamları üzerine. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 313-328. Erişim adresi: <https://bit.ly/3iIGIN5>
- Kaplan Öcal D. (2016). Antropolojik açıdan oyun ve spor ilişkisi. Öcal D. (Der.), *Yaşam pratikleriyle değişen oyun* içinde. (s. 35–43) Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kaya, A. B. (2013). *Çevrimiçi oyun bağımlılığı ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenilirlik çalışması*. (Yüksek Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Keleş, H.N. (2011). Y kuşağı çalışanlarının motivasyon profillerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 129–139. Erişim adresi: <https://bit.ly/2O2zxBc>
- Kim, S. J. (2017). *Gender inequality in esports participation: examining League of Legends* (Master Thesis, The University of Texas, Austin) Retrieved from <https://bit.ly/3gB7Yez>

- Laughey, D. (2010). *Medya çalışmaları: teoriler ve yaklaşımlar* (A. Toprak, Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Mannheim, K. (1952). The problem of generations. P. Keeskemeti & K. Paul (Eds.). *Essays on the sociology of knowledge, vol.5* (pp. 276–322). London, UK: Routledge.
- McKinsey & Company (2020, 13 Ocak). İşimizin Geleceği: Dijital Çağda Türkiye'nin Yetenek Dönüşümü. *McKinsey & Company*. Erişim adresi: <https://mck.co/38A47M8>
- Mengi, Z. (2009). İş Başarısında Kuşak Farkı. *Kigem*. Erişim adresi: <https://bit.ly/3gCsZ8G>
- Morgan, C. N., & Ribbens, B. A. (2006). Generational differences in the workplace. *Proceedings of the Midwest Academy of Management USA, 49*. Retrieved from <https://bit.ly/3iL9Kfh>
- Newzoo (2018). *2018 Global games market report*. Retrieved from <https://bit.ly/2Z8zdyj>
- NTV Spor. (2018, 20 Temmuz). Beşiktaş'tan bir ilk: kadın e-spor takımı. *NTV Spor*. Erişim adresi: <https://bit.ly/2Z5rsCd>
- Oblinger, D. (2003). Boomers, Gen-Xers, and Millennials: understanding the “new students”. *Educause Review Magazine, 38*(4), 37–47. Retrieved from <https://bit.ly/3efHC0a>
- Oswald C.A., Prorock C., & Murphy S.M. (2014). The perceived meaning of the video game experience: an exploratory study, *Psychology of Popular Media Culture, 3*(2), 110–126.
<http://dx.doi.org/10.1037/a0033828>
- Özenç, O. ve Tinmazlar, A. (2018). *Türkiye'de e-spor ve League of Legends*, İstanbul: Profil Kitap.
- Öztürk, F. (1998). *Toplumsal boyutlarıyla spor*. Ankara: BağırçanYayınevi.
- Padem, H., Konaklı, Z. ve Göksu, A. (2012). *Araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*, Sarajevo, Bosne i Hercegovine: IBU Publications.
<http://dx.doi.org/10.13140/2.1.3218.0805>
- Pavalko, R. M. (1971). *Sociology of occupations and professions*. Itasca, ILL: F.E. Peacock.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon, 9*(5), 1–6. <http://dx.doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Pyae, A. (2018). Understanding the role of culture and cultural attributes in digital game localization. *Entertainment Computing, 26*, 105–116.
<http://dx.doi.org/10.1145/3292147.3292192>
- Reisenwitz, T.H., & Iyer, R. (2009). Differences in generation X and generation Y: implications for the organization and marketers. *The Marketing Management Journal, 19*(2), 91–103. Erişim adresi: <https://bit.ly/3gBLiLi>
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: table of contents*. California, U.S.: Addison-Wesley.
- Sartori, G. (2006). *Görmenin iktidarı homo videns: gören insan* (G. Batuş ve B. Ulukan, Çev.). İstanbul: Karakutu Yayınları.
- Shapira, I. (2008, 7 June). What comes next after generation X?. *Washington Post*. Retrieved from <https://wapo.st/3fa8mk8>
- Shaputis, K. (2004). *The crowded nest syndrome: surviving the return of adult children*. Washington, U.S: Clutter Fairy Publishing.
- Smith, K.T. (2010). Work-life balance perspectives of marketing professionals in generation Y, *Services Marketing Quarterly, 31* (4), 434–447. <http://dx.doi.org/10.1080/15332969.2010.510724>
- Smola K. ve Sutton, C. D. (2002). Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium, *Journal of Organizational Behavior 23*(4), 363–382.
<http://dx.doi.org/10.1002/job.147>
- Strauss, W., & Howe N. (1991). *Generations: the history of America's future, 1584 to 2069*. New York, N.Y.: William Morrow Company.
- Tapscott, D. (2008) *Grown up digital: how the net generation is changing your world*. New York, N.Y.: McGraw-Hill.
- Tatlıcan, Ü. ve Çeğin, G. (2014). *Ocak ve zanaat: Pierre Bourdieu derlemesi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tatlıdil, H. (2002). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel analiz*. Ankara: Akademi.
- Tezcan, M. (1993). *Eğitim sosyolojisinde çağdaş kuramlar ve Türkiye*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Toker, C. (2015, 29 Nisan). Dünyada espor. [Web log post]. Erişim adresi: <https://bit.ly/2Z8ixzU>

Tolbize A. (2008) Generational differences in the workplace, *Research and Training Center on Community Living*. Minnesota, U.S.: University of Minnesota. Retrieved from <https://bit.ly/2ZKxMOI>

Tunçel, A. (2014). Gençlerin sosyal medya kullanımı ve demokratik siyaset. E.B. Akca (Ed.), *Yeni medya; yeni pratikler, yeni olanaklar* içinde (s. 59–78). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Winnicott, D. W. (2010). *Oyun ve gerçeklik* (T. Birkan Çev.). İstanbul: Metis Kitap.

Resim

Bilginatolyesi (2015, 11 Ağustos). League of Legends. *Bilginatolyesi*. Erişim adresi: <https://bit.ly/2ZNB7wA>