

Spor Bilimleri Fakültesi Okuyan Öğrencilerin Dijital Oyunlara Karşı Tutumlarının İncelenmesi¹

Mehmet KUMARTAŞLI¹, Süleyman YILDIRIM², Abdullah Yavuz AKINCI³

DOI: <https://doi.org/10.38021asbid.1200562>

ORJİNAL ARAŞTIRMA

¹Süleyman Demirel
Üniversitesi,
Spor Bilimleri
Fakültesi,
Isparta/Türkiye

²Süleyman Demirel
Üniversitesi,
Spor Bilimleri
Fakültesi,
Isparta/Türkiye

³Süleyman Demirel
Üniversitesi,
Spor Bilimleri
Fakültesi,
Isparta/Türkiye

Öz

Günümüz dünyasında sürekli gelişen ve değişen teknoloji faktörü, birçok alanda etkisini göstermektedir. Bu etkilerden kendisine oldukça pay biçen alanlardan biri dijital oyun sektörüdür. Dijital oyun süreçlerinin planlamasında dikkat edilmelidir, bireyin oynadığı oyunlar bireyin bilişsel, duyuşsal ve sosyal boyutlarını etkilediği unutulmamalıdır. Bu etkileşimin sonuçlarının olumlu veya olumsuz olması tamamen ama tamamen bireyin elinde olan bir durumdur. Biz bu çalışmamızda ise spor bilimleri okuyan öğrencilerin uzaktan eğitimin yaygın olduğu günümüz şartlarında Dijital Spor Oyunları Motivasyon Ölçeği (DSOMÖ) ile dijital spora karşı tutumlarını incelenmesi amaçlanmıştır. "MAKÜ" ve "SDÜ" üniversitelerinden toplamda 420 kişinin katılımıyla, nicel bir araştırma yapılmıştır. Çalışmamızın sonucunda; Cinsiyet değişkenine göre, "Takıma Bağlılık tutumu" ve "Sosyalleşme" alt boyutlarında anlamlı bir fark oluştu, Okul değişkeninde ise "Takıma Bağlılık tutumu" ve "Eğlence" alt boyutunda anlamlı bir fark oluştu. Katılımcıların bölüm değişkenine göre ise "Eğlence" alt boyutunda ise anlamlı bir fark oluştu. Bu anlamlı fark; Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin, Yöneticilik Bölümü öğrencileri ve Öğretmenlik Bölümü öğrencilerine göre Eğlence tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Dijital oyun, Spor Bilimleri, Tutum

Sorumlu Yazar:

Mehmet
KUMARTAŞLI
mehmetkmrtsl@hotmail.com

Examination of the Attitudes of Students of the Faculty of Sports Sciences Towards Digital Games

Abstract

The ever-changing technology in today's world affects many aspects of life. One of the areas where digital games have a large impact is the gaming industry. Care should be taken in the planning of digital game processes, it should not be forgotten that the games played by the individual affect the cognitive, affective and social dimensions of the individual. In this study, we aimed to examine the attitudes of students studying sports sciences towards digital sports with the Digital Sports Games Motivation Scale in today's conditions where distance education is common. The quantitative research involved 420 participants from "MAKU" and "SDÜ" universities. Our study revealed that; According to the gender variable, there was a significant difference in the sub-dimensions of "Team Commitment" and "Socialization", while in the School variable, there was a significant difference in the "Attitude of Team Engagement" and "Fun" sub-dimensions. According to the department variable of the participants, there was a significant difference in the "Entertainment" sub-dimension. This significant difference; It has been determined that the students of the Coaching Department have higher entertainment attitudes than the students of the Department of Management and the students of the Teaching Department.

Keywords: Digital game, Sports Science, Attitude

Yayın Bilgisi

Gönderi Tarihi:
07.11.2022

Kabul Tarihi:
13.12.2022

Online Yayın Tarihi:
19.12.2022

Giriş

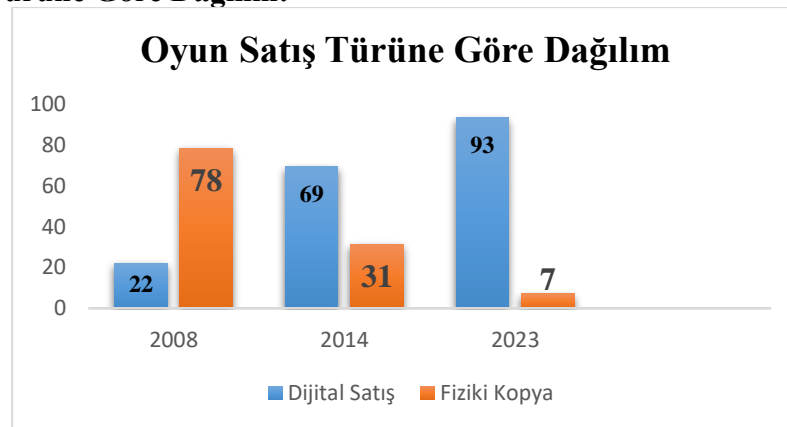
Spor, insan yaşamında insanlığın var oluşundan günümüze kadar nüfuz etmiş ve daima etkin bir rol almış, iyi bir reklam ve kendini ifade etme sürecidir. Teknolojinin de gelişmesiyle kitlelere ve toplumlara ulaşması daha kolaylaşan spor faaliyetleri, günümüzde birçok platformda kendini var ettiği görülmektedir. Spor; radyonun icadından, günümüzün vazgeçilmeyen; televizyon, bilgisayar, internet ve akıllı telefonların icadına kadar sürekli adından söz ettiren, kendini bu yeniliklere ayak uyduran ve yoluna emin adımlarla devam etmektedir. Spordaki bu gelişmeler sadece izleyici konumunda kalmayıp, süreç içinde aktif bir şekilde yer almaya kadar gitmiştir. İşte bu sürece de dijital spor oyunları denmekte, toplumları, kültürleri, din, dil, ırk fark etmeksizin tek bir çatı altında toplayabilen bir çatı haline geldiği inkâr edilemez bir durumdur. . En basit örnekle; çağımızın vazgeçilmesi akıllı telefonlara yüklenen uygulama ve programlarla dünyanın bir ucundaki insanla aynı platformu paylaşıp, belli bir amaç ve gaye doğrultusunda ortak hedefler güdülebilmektedir. Bireylerin hayatındaki bu değişimler zamandan ve ekonomiden tasarruf edebilmeleri, sağlıktan eğitime, eğlenceden ulaşımına birçok alanda etkili olmuştur (Sağlık Bakanlığı, 2018; Can ve Tozoğlu, 2019)

Türk Dil Kurumu (TDK) 'na göre oyun; bilişsel, duyuşsal ve psikomotor alanların gelişimini destekleyici, belli hedef ve amaçları barındıran, zamanın hoş ve verimli geçirilmesine yardımcı olan faaliyetlerdir. Yine aynı sözlükte dijital ifadesi; verilerin gerekli donanım ve ortamlar aracılığıyla, bireyin anlayabileceği şekle dönüştürmesidir (TDK, 2020). Bu dönüşüm sanal ortamın bize gerçeklik hissi uyandırarak, teknolojik araç-gereçlerle oluştuğu bilinmektedir. Önemi her geçen gün daha artan teknoloji, spor ve oyun boyutlarında da etkisini iyiden iyiye gösterdiği görülmektedir. Bu gelişmeler spor ve oyun kavramları için; bilgisayar altyapılı oyunlar (Zula, PUBG, Age of Empires serisi vb.) Konsol oyunları (Playstation serisi, Xbox serisi, Vr(Sanal Gerçeklik Gözlüğü) vb.) ve taşınabilir cihazlarda oynanan mobil oyunlar (cep telefonu, tablet,, nintendo serisi vb.) olarak karşımıza çıkmaktadır (Kılıcı, 2020). Daha genel bir tabirle bu tür faaliyetlere dijital oyunlar da denebilmektedir. Son zamanlarda bir arada sıkça görülen; “Oyun” ve” Dijital” kelimelerinin birleşimi ile günümüzün eğlence ve boş zaman aktivitelerinde önemli bir yere sahip olan dijital oyun terimini ortaya çıkarmaktadır. Dijital oyun, bireyi çok boyutlu olarak gelişimine fayda sağlayan, belli bir amacı ve sınırlılıkları olan, güzel ve verimli zaman geçirmekte kullanılan, eğlencenin sanallaşmış ve bir donanım sayesinde elektronik olarak kullanılan oyun türüdür (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018). Teknolojik gelişmeler bir zincir halinde tüm sektörleri ve sektörlerle bağlı alt sektörleri de etkilemektedir. Başta bilgisayar alanındaki güncellemeler ve gelişmeler bir bütün halinde dijital oyun kavramını da etkilemektedir. Yaşamımızın bir parçası haline dönüşen ve her anlamda yaşamımızı kolaylıklar dünyasına çeviren teknolojik gelişmeler, sadece bize kolaylık sağlaması ile değil,

yaşamımıza heyecan katan, oyunsal faaliyetlerle sosyalleştiren ve hoş vakit geçirmemize neden olanda bir durumdadır. Özellikle pandemi ve sosyal izolasyon dönemlerinde giderek yaygınlaşan ve ilgisi kat ve kat artar hale geldiği görülmektedir (Cihan ve Ilgar, 2019). Dijital oyun kapsamında ele alınan yazılımların hepsinde veri ve reaksiyonların sanal ortama aktarılması; belli başlı ekipmanların kombinasyonu, birleşimiyle meydana gelmektedir. Hareket ve düşüncelerimizi sanal ortama ileten yazılımdan, klavyeye, iletiyi görmemizi sağlayan monitörlere kadar bu örnekler çoğaltılabilmektedir (Kirriemuir, 2002).

Dijital oyunların ve bu oyunlara harcanan zamanın bireylerin gündelik yaşamının doğal bir süreci olmaya başlaması, oyundan alınan zevk ve hoşça vakit geçirmenin de ötesine giderek; bireyin gerçek yaşamını, dijital ortama aktardığı görülmektedir. Bu bağlamda da oyunun kuralları dışındaki illegal faaliyetler (Hileler, haksız kazanç)’e yönelmeye başlamıştır. Amaç kazanma kaybetme faktöründen uzaklaşıp tüketim kültürüne dâhil olmuştur (Binar ve Sütçü, 2008). Oyun sektörünün gelişmesiyle birlikte kopyalama ve lisanssız şekilde oyunlara açık bir şekilde de ulaşılmaya başlandı. Bu durum yıllar geçtikçe oyun yapımcılarının ekstra güvenlik önlemleri almasıyla sayının oldukça düştüğü ve iyice düşeceği öngörülmektedir. Günümüzde farklı platformlarda oyunların satıldığı görülmektedir. Aşağıdaki grafikte de görüldüğü gibi dijital satış sayılarının, kopyalarına kıyasla daha az olması sebebiyle son zanda bu olumsuz seyrin azaltılması için oyun geliştiriciler tarafından bazı önlemler ve önemli adımlar atılmaktadır. “IDATE DigiWorld Research’ın yayınladığı araştırmaya göre dijital oyunlarda satış türü 2008’de %22 dijital %78 fiziksel kopya iken bu rakam 2023’te %93 oranında dijital olarak gerçekleşeceği öngörülmektedir” (Gazete Duvar, 2020).

Şekil 1. Oyun Satış Türüne Göre Dağılım:

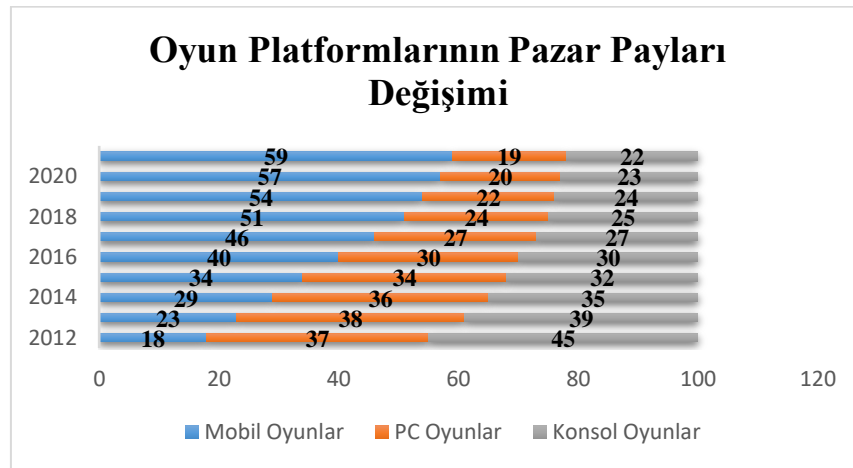


Dijital oyunlar ilk olarak konsol oyunları olarak varlık göstermiştir. Türkiye de ise ilk dijital oyunlar 1980’li yılların ortalarında satılmaya başlanan “Atari ve Commodore 64” üzerinden oynanan kartuşlu oyunlardır. Türkiye de PC teknolojisinin yaygınlaşmasıyla birlikte konsol oyunları (Nintendo, Play Station, X box, Sanal Gerçeklik-VR), telefon teknolojisinin de gelişmesiyle birlikte mobil oyunlar (Google Play ve App Store)’den ulaşılan uygulamalarla popülerlik kazanmış hem evlerde hem de ev dışında dijital oyunlara ulaşım imkânları sağlanmıştır. Dijital oyun başka bir

değişle video oyunlarına ilk örnek 18 Ekim 1958 yılında Amerikalı fizikçi William Higinbotham tarafından “Tennis for Two” isimli çok basit bir tenis oyunu verilebilir (Wikipedia, 2020).

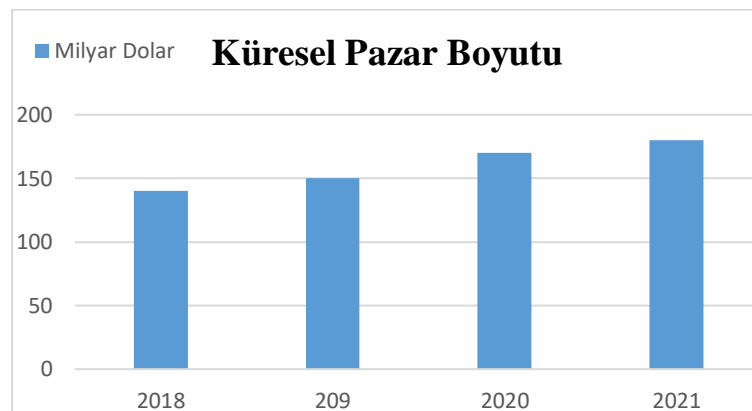
Dijital oyun piyasasının son zamandaki gelişiminde birçok etken sayılabilir. Bu durumlara örnek olarak bu ifadeler verilebilir:

- Teknolojik gelişmelerin akıllı cihaz, bilgisayar ve internet kullanımını arttırması
- Teknolojik donanım ve cihazların her bütçe ve ekonomiye göre olması
- Ekipman üretim ve imalinin ucuzlaması
- İnternet ve sanal ortamların yaygınlaşması
- Akıllı telefon, tablet kullanımını fazlaşması ile oyun türlerinin yaş aralığının genişlemesi
- E-spor 'un da artık bir sektör olarak görülmesi (Dijital Oyunlar Raporu, 2019).



Şekil 2. Oyun Platformlarının Pazar Paylarının Değişimi

Yıllar geçtikçe ivmesi yükselen küresel oyun pazarı büyüklüğünün, 2021 yılında ise yapılan araştırmalara göre pazarın payının 180 milyar dolara yaklaşacağı ve platformlara göre dağılımı Nevzoo Oyun platformlarının pazar payları değişimi ve küresel pazar büyüklüğü tablolarında belirtilmiştir (Nevzoo, 2018).



Şekil 3. Oyun Platformlarının Küresel Piyasadaki Pazar Boyutu

Dijital oyun piyasası oluşumundan, gelişimine ve yükselmesine kadar olan süreçte ABD'nin ipe göğüslediği bilinmektedir. Ancak Çin, pazar payı konusunda ABD'den daha üstün konumdadır. ABD ve Çin dışında pazardan pay almak isteyen gelişmiş Asya ve Avrupa ülkeleri de mevcuttur. Çin'in sektördeki hızlı yükselişinde mobil teknoloji anlamında yaptığı çalışmalar mobil oyunların dünya genelinde yer edinmesinin, çok fazla ilgi görmesinde katkısı oldukça fazladır. Küresel çapta ortalama büyüme hızı %10, 2 olan ve her geçen zamanda üstüne koyarak her yıl ortalama %20'lik büyüme oranına ulaşmıştır. Dijital oyun sektöründe dünyada %28 ine sahip olan Çin pazarı, dünyada %23'lük paya sahip ABD piyasası ile dikkat çekmektedir (Dijital Oyunlar Raporu, 2019); (Nevzoo, 2018).

Dijital oyunlar türlerine, oynanma ortamlarına, ekipman ve donanımsal farklılıklarına ve hitap düzeyine göre kendi içerisinde çeşitlenmektedir. Bu çeşitlenmeler; ağ tabanlı, taktik-strateji, yapboz-eşleştirme, macera, aksiyon, spor, rol alma-kendini ifade etme ve simülasyon çeşitleri gibi sınıflandırılabilir. Tablo 1

Tablo 1

Dijital Oyun Türleri

Oyun Türü	Amaç	Örnek
Taktik	Oyunun en önemli amacı kazanmak, rakibi yenmektir. Oyun oynanırken, oyun içi anlık planlamalar, stratejiler ve uygulamaları planlamak çok önemlidir. Oyuncu genelde rakibi alt etmek için rakibi yıpratma ve üstünlük kurmaya çalışır. Rakibinde hamlelerine karşı oyunun seyri ilerler.	Satranç, Tycoon Serisi, Warcraft, Total War, Civilization6 vb.
Yapboz	Oyunda ki en önemli nokta bireyin, bilişsel ve duyuşsal düzeylerini geliştirmektir. Bu tür oyunlarda genellikle rakip olmaz. Belli düzen ve kurallar dahilinde de oyun devam eder ve temel amaç bireyin gelişimidir.	Angry Birds, Tetris, Zuma, Candy Crush serisi vb.
Macera	Macera oyunları araştırma ve keşfe dayalı, belirli aşama ve süreçleri barındıran. Oyunda kendi süreçlerini izleyebileceğin bir oyun türüdür. Adventure oyunları olarak ta adlandırılmaktadır.	The Longest Journey, Star Wars serisi, Assassin's Creed Serisi vb.
Aksiyon	Aksiyon oyunları tamamen bireyin bütün psikomotor ve diğer alanlarını içinde barındıran oyun türüdür. Vücudun tüm fonksiyonlarının uyum içinde çalıştığı, el göz uyumu, zamanlama, ani refleksif hareketler, hız, çeviklik gibi uygulamaları öne çıkaran, mental ve fiziksel boyutları olan oyunlardır. Oyunu oynayan kişilerin rakibe yada sanal zekalara karşı gösterdikleri mücadeleleri de içinde barındırır.	Pac-Man, Call of Duty: Serisi, Grand Theft Auto, Far Cry, Dragon Age, Minecraft vb.
Spor	Spor içerikli oyunlar, gerçeğiyle aynı mantıkta olan ama sadece yapay ortamda oynan oyunlardır. Spor faaliyetlerinin kendine has hareket ve içeriğinin oyun ortamında olmasıdır.	PES, NBA, Formula1,UFC, Football Manager vb.
Rol Yapma	Oyuncu belli bir durumda bir karakterin rolünü üstlenir. Oyunda kullanılması gereken ne varsa kendine göre şekillendirerek, oyun karakterini düzenler. Rol yapma oyunlarının en çok görüldüğü oyunlar Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunlarıdır (MMORPG), oyunları sanal ortamda oyuncuların oyun içindeki çeşitli karakterle oynanan oyunlardır.	Dungeons & Dragons, Ever-Quest, Diablo, World of Warcraft vb.
Simülasyon	Simülasyon oyunları gerçek hayatta yaşanması ihtimal durumların sanal ortamlar sayesinde uygulanabilmesi, eğitim ve analiz amaçlı pratik	The Sims, Car Mechanic Simulator,

yapılması, ekonomiklik ilkesine uygun olarak, gerçek hayatta yapılması zor olan durumların bilgisayar ortamında uygulanmasıdır.	Euro Truck Simulator vb.
Not: Örnek olarak verilen oyunlar türlerin popüler oyunlarından. Başka pyunlarda örnek gösterilebilir.	
Kaynak: (http://en.wikipedia.org/wiki/Video_game_genres#Strategy (Erişim: 10 Ekim 2022), (Ögel, 2012))	

Gelişen dünyada dijital oyuna ilgi artmaktadır. Bu doğrultuda ülkemizde de dijital oyunlara ilgi artmaktadır. Özellikle pandemi döneminde toplumsal yasaklardan dolayı teknolojiye olan ilgileri artmıştır. Bu çalışmada; dijital spor oyunları motivasyon ölçeği'nin (DSOMÖ) Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin uzaktan eğitim ve pandemi sürecinde dijital spor oyunlarına karşı tutumlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Gereç ve Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmanın modeli için nicel araştırma türlerinden ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. İlişkisel tarama yöntemi birden fazla değişken arasındaki yorumlamalar yapılırken tercih edilen yöntemdir. Değişkenlerin birbirlerine olan etkileri ile birbirlerini etkileme düzeylerini ölçerken kullanılan nicel araştırma türüdür (Karasar, 2008).

Araştırma Grubu

Araştırmanın örneklem grubunu Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi (Makü) ve Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi (Sdü) Spor Bilimleri Fakültesi Lisans ve Lisans Üstü Bölümlerini okuyan öğrenciler oluşturmuştur. Ölçeğe 207 kadın, 213 erkek ve toplamda 420 (n=230 Makü, n=190 Sdü) kişi oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Ölçek olarak; Kılıcı (2020) tarafından Türkçeye uyarlanmış Dijital Spor Oyunları Motivasyon Ölçeği kullanılmıştır. "Ölçeğin orijinali Kim ve Ross (2006) tarafından; sosyal etkileşim (4 madde), spor bilgisi uygulamaları (3 madde), fantezi (3 madde), yarışma (3 madde), eğlence (3 madde), oyalama (2 madde), spor ile tanımlama (2 madde) olmak üzere 7 alt boyut ve toplam 20 madde olarak geliştirilmiştir. Cianfrone vd. (2011) ise bu ölçeğe 5 yeni madde ve 1 alt boyut daha ekleyerek; yarışma (3 madde), oyalanma (3 madde), eğlence (3 madde), fantezi (3 madde), sosyallik (4 madde), spor bilgisi (3 madde), spora ilgi (3 madde), takım kimliği (3 madde) olmak üzere 8 alt boyut ve toplam 25 madde olarak yeniden uyarlamışlardır. Kılıcı (2020)'nin Türk kültürüne uyarlamasında 10 maddenin geçerlilik katsayısının altında olduğu için çıkarılmıştır. Ölçek Türkiye uyarlamasında 15 maddelik bir ölçek çeviri/geri çeviri yöntemi ile uyarlanmıştır. Kılıcı (2020)'nin yaptığı çalışmaya

göre 5 alt boyut uygun görülmüştür. Bunlar: “Takıma Bağlılık”, “Eğlence”, “Sosyalleşme”, “Fantezi” ve faktör “Rekabet” tir.”

Verilerin Analizi

Ölçeklerin geçerlilik değeri (doğrulamalı faktör analizi) ve güvenilirlik (Cronbach Alpha) değerleri test edilmiştir. Ölçeğin Cronbach’s Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,812 olarak hesaplanmıştır. Verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Ölçeğin 5 alt boyutu, toplam, cinsiyet, bölüm ve okul değişkenleri olarak incelenmiştir. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiksel teknikler kullanılmış. İkili grup karşılaştırmalarında bağımsızlık örneklem t testi, çoklu grup karşılaştırmalarında ise tek yönlü varyans analizi testleri uygulanmıştır. Verilerin analizleri için SPSS 22,0 programı kullanılmıştır.

Bulgular

Tablo 2

Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Tanımlayıcı İstatistikleri

Cinsiyet	Okul		Bölüm					
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde				
Erkek	213	50.7	Makü	230	54.8	Öğretmenlik	154	36.7
Kadın	207	49.3	Sdü	190	45.2	Antrenörlük	139	33.1
						Yöneticilik	127	30.2
Total(n)	420- %100							

Tablo 2’ de katılımcıların frekans değerleri belirtilmiştir. Değerlere göre katılımcıların %50,7’si erkek ve %49,3’ü kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Okul kısmında da %54,8’i Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinden, %45,2’si ise Süleyman Demirel Üniversitesindedir. Bölümlerin değerleri de öğretmenlik bölümü %36,7, antrenörlük bölümünden %33,1 ve yöneticilik bölümünden de %30,2’lik kısmı oluşturmaktadır.

Tablo 3

Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Dijital Spor Oyunları Motivasyon Tutumlarının Alt Boyutları ile t testi Sonucu

	Cinsiyet Değişkeni	N	\bar{X}	Sd.	t	df	p
Takıma Bağlılık Alt Boyutu	Erkek	213	10,554	3,451	3,224	418	0,01*
	Bayan	207	9,498	3,259			
Eğlence Alt Boyutu	Erkek	213	10,244	3,804	0,318	418	0,75
	Bayan	207	10,130	3,508			
Sosyalleşme Alt Boyutu	Erkek	213	9,085	3,073	2,435	418	0,02*
	Bayan	207	8,377	2,875			

Fantezi Alt Boyutu	Erkek	213	8,873	3,115	0,210	418	0,83
	Bayan	207	8,812	2,896			
Rekabet Alt Boyutu	Erkek	213	9,056	3,272	1,654	418	0,10
	Bayan	207	8,541	3,108			
Dijital Spor Oyunları Motivasyon Tutumu	Erkek	213	47,812	13,162	2,013	418	0,04
	Bayan	207	45,357	11,770			

*p<0,05

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital spor oyunları motivasyon tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; 2,013; $p<0,05$). Verilere göre erkek katılımcıların dijital spor oyunları motivasyon tutumları ($\bar{X}= 47,812$), bayan katılımcıların dijital spor oyunları motivasyon tutumlarından ($\bar{X}= 45,357$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Takıma Bağlılık Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; 3,224; $p<0,05$). Verilere göre erkek katılımcıların Takıma Bağlılık tutumu ($\bar{X}= 10,554$), bayan katılımcıların Takıma Bağlılık tutumlarından ($\bar{X}= 9,498$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Sosyalleşme Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; 2,435; $p<0,05$). Verilere göre erkek katılımcıların Sosyalleşme tutumu ($\bar{X}= 9,085$), bayan katılımcıların Sosyalleşme tutumlarından ($\bar{X}= 8,377$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Eğlence Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; 0,318; $p>0,05$). Verilere göre erkek katılımcıların Eğlence tutumu ($\bar{X}= 10,244$), bayan katılımcıların Eğlence tutumları ile ($\bar{X}= 10,130$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Fantezi Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; 0,210; $p>0,05$). Verilere göre erkek katılımcıların Fantezi tutumu ($\bar{X}= 8,873$), bayan katılımcıların Fantezi tutumları ile ($\bar{X}= 8,812$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Rekabet Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; 1,654; $p>0,05$). Verilere göre erkek katılımcıların Rekabet tutumu ($\bar{X}= 9,056$), bayan katılımcıların Rekabet tutumları ile ($\bar{X}= 8,541$) benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4

Katılımcıların Okul Değişkenine Göre Dijital Spor Oyunları Motivasyon Tutumlarının Alt Boyutları ile t testi Sonucu

	Okul Değişkeni	N	\bar{X}	Sd.	t	df	p
Takıma Bağlılık Alt Boyutu	Makü	230	10,461	3,170	2,814	367,39	0,05*
	Sdü	190	9,516	3,694			
Eğlence Alt Boyutu	Makü	230	9,704	3,465	-3,011	418	0,03*
	Sdü	190	10,774	3,804			
Sosyalleşme Alt Boyutu	Makü	230	8,661	2,886	-0,563	418	0,57
	Sdü	190	8,826	3,126			

Fantezi Alt Boyutu	Makü	230	8,791	2,949	-0,386	418	0,69
	Sdü	190	8,905	3,180			
Rekabet Alt Boyutu	Makü	230	8,674	2,930	-0,890	369,29	0,37
	Sdü	190	8,958	3,497			
Dijital Spor Oyunları Motivasyon Tutumu	Makü	230	46,291	11,733	-0,559	418	0,57
	Sdü	190	46,979	13,475			

*p<0,05

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların okul değişkenine göre Takıma Bağlılık Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır ($t_{0,05, 367,39}$; 2,814; $p<0,05$). Verilere göre Makü katılımcılarının Takıma Bağlılık tutumu ($\bar{X}= 10,461$), Sdü katılımcıların Takıma Bağlılık tutumlarından ($\bar{X}= 9,516$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların okul değişkenine göre Eğlence Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; -3,011; $p<0,05$). Verilere göre Sdü katılımcıların Eğlence tutumu ($\bar{X}= 10,774$), Makü katılımcıların Eğlence tutumlarından ($\bar{X}= 9,704$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların okul değişkenine göre Sosyalleşme Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; -0,563; $p>0,05$). Verilere göre Sdü katılımcıların Sosyalleşme tutumu ($\bar{X}= 8,826$), Makü katılımcıların Sosyalleşme tutumları ile ($\bar{X}= 8,661$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların okul değişkenine göre Fantezi Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; -0,386; $p>0,05$). Verilere göre Sdü katılımcıların Fantezi tutumu ($\bar{X}= 8,905$), Makü katılımcıların Fantezi tutumları ile ($\bar{X}= 8,791$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların okul değişkenine göre Rekabet Alt Boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; -0,890; $p>0,05$). Verilere göre Sdü katılımcıların Rekabet tutumu ($\bar{X}= 8,958$), Makü katılımcıların Rekabet tutumları ile ($\bar{X}= 8,674$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların okul değişkenine göre Dijital spor oyunları motivasyon tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($t_{0,05,418}$; -0,559; $p>0,05$). Verilere göre Sdü katılımcıların dijital spor oyunları motivasyon tutumları ($\bar{X}= 46,979$), Makü katılımcıların dijital spor oyunları motivasyon tutumları ile ($\bar{X}= 46,291$) benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 5

Katılımcıların Bölüm Değişkenine Göre Dijital Spor Oyunları Motivasyon Tutumlarının Alt Boyutları Göre One Way Anova Testi

	Bölüm Değişkeni	N	O	Sh	df	f	p
Takıma Bağlılık Alt Boyutu	Öğretmenlik Bölümü	154	9,558	3,557	2	2,397	0,09
	Antrenörlük Bölümü	139	10,295	3,523			

	Yöneticilik Bölümü	127	10,323	2,989			
Eğlence Alt Boyutu	Öğretmenlik Bölümü	154	9,675	3,290			
	Antrenörlük Bölümü	139	11,058	4,041	2	6,103	0,01*
	Yöneticilik Bölümü	127	9,858	3,491			
Sosyalleşme Alt Boyutu	Öğretmenlik Bölümü	154	8,403	2,983			
	Antrenörlük Bölümü	139	9,173	3,125	2	2,489	0,08
	Yöneticilik Bölümü	127	8,661	2,823			
Fantezi Alt Boyutu	Öğretmenlik Bölümü	154	8,929	2,863			
	Antrenörlük Bölümü	139	8,863	3,046	2	0,177	0,84
	Yöneticilik Bölümü	127	8,717	3,147			
Rekabet Alt Boyutu	Öğretmenlik Bölümü	154	8,487	3,216			
	Antrenörlük Bölümü	139	9,007	3,170	2	1,190	0,31
	Yöneticilik Bölümü	127	8,961	3,203			
Dijital Spor Oyunları Motivasyon Tutumu	Öğretmenlik Bölümü	154	45,052	12,251			
	Antrenörlük Bölümü	139	48,396	13,301	2	2,621	0,07
	Yöneticilik Bölümü	127	46,520	11,851			

*p<0,05

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların bölüm değişkenine göre Eğlence tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olduğu saptanmıştır ($f_{0,05,2}$; 6,103; $p<0,05$). Verilere göre Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin Eğlence tutumları sırasıyla ($\bar{X}=11,058$), Yöneticilik Bölümü öğrencilerinin Eğlence tutumlarından ($\bar{X}=9,858$), Öğretmenlik Bölümü öğrencilerinin Eğlence tutumlarından ($\bar{X}=9,675$) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların bölüm değişkenine göre Takıma Bağlılık tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($f_{0,05,2}$; 2,397; $p>0,05$). Verilere göre Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin Takıma Bağlılık tutumları ($\bar{X}=10,295$), Yöneticilik Bölümü öğrencilerinin Takıma Bağlılık tutumları ($\bar{X}=10,323$), Öğretmenlik Bölümü öğrencilerinin Takıma Bağlılık tutumlarının ($\bar{X}=9,558$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların bölüm değişkenine göre Sosyalleşme tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($f_{0,05,2}$; 2,489; $p>0,05$). Verilere göre Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin Sosyalleşme tutumları ($\bar{X}=9,173$), Yöneticilik Bölümü öğrencilerinin Sosyalleşme tutumları ($\bar{X}=8,661$), Öğretmenlik Bölümü öğrencilerinin Sosyalleşme tutumlarının ($\bar{X}=8,403$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların bölüm değişkenine göre Fantezi tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($f_{0,05,2}$; 0,177; $p>0,05$). Verilere göre Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin Fantezi tutumları

($\bar{X}=8,863$), Yöneticilik Bölümü öğrencilerinin Fantezi tutumları ($\bar{X}=8,717$), Öğretmenlik Bölümü öğrencilerinin Fantezi tutumlarının ($\bar{X}=8,929$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların bölüm değişkenine göre Rekabet tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($f_{0,05,2; 1,190}$; $p>0,05$). Verilere göre Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin Rekabet tutumları ($\bar{X}=9,007$), Yöneticilik Bölümü öğrencilerinin Rekabet tutumları ($\bar{X}=8,961$), Öğretmenlik Bölümü öğrencilerinin Rekabet tutumlarının ($\bar{X}=8,487$) benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların bölüm değişkenine göre Dijital Spor Oyunları Motivasyon tutumları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı saptanmıştır ($f_{0,05,2; 2,621}$; $p>0,05$). Verilere göre Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin Dijital Spor Oyunları Motivasyon tutumları ($\bar{X}=48,396$), Yöneticilik Bölümü öğrencilerinin Dijital Spor Oyunları Motivasyon tutumları ($\bar{X}=46,520$), Öğretmenlik Bölümü öğrencilerinin Dijital Spor Oyunları Motivasyon tutumlarının ($\bar{X}=45,052$) benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tartışma

Yaşadığımız çağda önemli bir yere sahip olan teknoloji, dijital oyun sektörünü de etkilemiştir. Dijital oyunlar artık birçok alanda karşımıza çıkmaktadır, örneğin; eğitim sektöründen eğlence sektörüne, araba, uçak, sağlık alanındaki gerçek ortam tecrübesi sunan simülasyonlara, askeri tatbikatlardan gündelik hayatta karşımıza çıkabilecek birçok olası durumu dijital ortamda bizlere yansıtmaktadır. Geniş kitlelere hitap eden dijital oyunların arz talep durumları da bir hayli yüksek durumlardadır. Talebin fazla olması üreticiyi de yenileşmeye zorlamaktadır. Bireylerin piyasaya çıkan yeni sürüm dijital oyunlara ulaşma fırsatı sunmaktadır. Bu süreçler göz önünde tutularak bireyin bilişsel, duyuşsal alanlara etkileri, dijital oyun sektörüne yön verdiği görülmektedir.

Kretschmann'a göre dijital spor oyunları, sosyalleşme süreçlerinde etkin rol aldığını belirtmektedir (Kretschmann, 2010). Esentaş ve diğerlerinin çalışmasına göre; Dijital spor sektörünün Türkiye'de kullanımı artan bir durum olduğu, dijital sporun bireyin kullanımına göre olumlu veya olumsuz sonuçlar doğurduğu görülmektedir. Durumun olumlu kullanılmasında bireyi aktif ve sosyal bir yaşama götürdüğü fakat iyi olumsuz kullanımda da dijital bağımlılığa yönelttiği görülmektedir (Esentaş vd., 2018). Bizim çalışmamızda da bu sonuçlarla paralellik göstermektedir.

Literatürdeki çalışmalarda daha çok dijital oyunların olumsuz etkileri üzerine yapılan çalışmalar olduğu dikkat çekmektedir. Fakat dijital oyunların insan yaşamına oldukça fazla olumlu yönleri de vardır. Yorgunluk ve stresi azaltma, serbest zamanları değerlendirme, sıkıcı kent yaşantısından uzaklaştırma, yoğun iş temposu ve stresinden uzaklaştırmada önemli rol almaktadır. Bireyin hoş vakit geçirmesinde, karşılaştığı sorunların üstesinden gelebilmesinde büyük ölçüde yardımcı olduğu anlaşılmaktadır. Bunların yanı sıra bireyin yaşamında kendine olan güveninin arttığı, görsel ve anlamsal özelliklerinin geliştiği (Green ve Bavelier 2003, Griffiths 2005) ve içeriğinde oyun

bulunduran eğitim durumlarının ders ve sosyal başarıyı arttırdığı (Green ve Bavelier 2003, Prot vd., 2014) da görülmüştür. Bozkurt (2014), yaptığı çalışmada; dijital oyunların bireyde, algı ve seçicilik anlamında değişimlere sebep olduğunu söylemektedir. Wang ve Chen (2010) ise; öğrencilere sayısal, sözel ve diğer branşlar ki derslerin konu içeriklerinin öğretilmesinde, kalıcılığı sağlamak ve öğrencide öğrenme güdüsünü en verimli hale getirmek için derslerin dijital oyunlar ile desteklenerek artabileceği sonucuna ulaşmıştır.

Çalışmamızda Dijital Spor Oyunları Motivasyon Ölçeği(DSOMÖ) verilerine göre erkek katılımcıların dijital spor oyunları motivasyon tutumları bayan katılımcıların dijital spor oyunları motivasyon tutumlarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Cinsiyet değişkenine göre ise kadın ve erkek katılımcılarda “Eğlence”, “Fantezi” ve “Rekabet” alt boyutlarında anlamlı bir fark olmadığı, “Takıma Bağlılık tutumu” ve “Sosyalleşme” alt boyutlarında erkek katılımcıların daha yüksek olduğu ve değerlerin anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Yaptığımız çalışmamızda çıkardığımız başka bir sonuç ise; “Takıma Bağlılık tutumu” ve “Eğlence” alt boyutunda anlamlı bir fark oluğu. Okul değişkeninde ki diğer alt boyutlarda anlamlı fark olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmanın verilerine göre “Takıma Bağlılık tutumu” ‘nda Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi(Makü) okuyan öğrencilerin, “Eğlence” alt boyutunda ise Süleyman Demirel Üniversitesinde okuyan öğrencilerin verilerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

(DSOMÖ)’de katılımcıların bölüm değişken verilerine göre Katılımcıların bölüm değişkenine göre Dijital Spor Oyunları Motivasyon tutumları ve “Takıma Bağlılık tutumu”, “Sosyalleşme”, “Fantezi” ve “Rekabet” alt boyutlarında anlamlı bir fark olmadığı. “Eğlence” alt boyutunda ise anlamlı bir fark oluğu görülmüştür. Bu anlamlı fark; Antrenörlük Bölümü öğrencilerinin, Yöneticilik Bölümü öğrencileri ve Öğretmenlik Bölümü öğrencilerine göre Eğlence tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde covid-19 ve benzeri hastalıklar yüzünden insanlar evlerinde daha fazla vakit geçirmektedirler. Evlerde geçirilen bu zamanlarda insanlar işlerini, eğitimlerini ve yaptıkları uğraşlarını ev ortamlarına taşımış oldukları bilinmektedir. Bu sebeple de insanlar günlerinin çoğunu dijital ortamlarda, bilgisayarlarının, telefonlarının başındadırlar. Özellikle öğrenci grubu dijital oyun ortamında daha fazla aktif durumdadırlar. Dijital oyun oynama bilişsel ve duyuşsal anlamda bireyin çok yönlü olarak gelişmesini sağlarken psikomotor ve fiziki özellikler konusunda maalesef aynı durum söz konusu değildir. Oyunlarda aşırı hırs, sorumluluk alma, kazanma arzusu ön plana çıkmaktadır. Yaptığımız çalışma farklı yaş gruplarına, farklı mesleklere yapılarak, yaş grubu ve çalışma ortamlarına göre dijital oyun düzeyleri araştırılabilir. Çalışma farklı üniversite veya diğer

okul kademelerine uygulanabilir. Okul kademelerine ve farklı illere göre karşılaştırmalar yapılabilir. Dijital oyun tutumları farklı düşünce ve örneklemelere göre yeni anlamlar kazanabilir.

Araştırmacıların Katkı Oranları Beyanı

Araştırmanın tüm aşamalarında iki yazar da eşit katkıda bulunmuştur.

Kaynakça

- Binar, M., ve Sütçü, G. B. (2008, Mart 14). *Türkiye’de dijital oyun sektörü ve oyun geliştiricileri çalıştay ve paneli*. İstanbul.
- Bozkurt, A. (2014). Homo ludens. Dijital oyunlar ve eğitim. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-21
- Cianfrone, B., Zhang, J., ve Ko, Y. J. (2011). Dimensions of motivation associated with playing sport video games: modification and extension of the sport video Game Motivation Scale. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 1(2), 172-189.
- Cihan, B. B., ve Ilgar, E. A. (2019). Dijital spor oyunlarının sporcular üzerindeki etkilerinin incelenmesi: Fenomenolojik bir çözümleme. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(1), 172.
- Dijital Oyunlar Raporu. (2019). Güvenli İnternet Merkezi. <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf> adresinden alındı
- Esentaş, M., Güzel, P., ve Vural, M. (2018). Popüler kültürde rekreatif bir etkinlik olarak dijital sporlar. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 20(1), 71-79.
- Gazete Duvar*. (2020, 6 2). 24.03.2021 tarihinde <https://www.gazeteduvar.com.tr/ekonomi/2020/06/02/tennis-for-twodan-140-milyar-dolarlik-sanal-dunyaya> adresinden alındı
- Green, C. S., ve Bavelier, D. (2003) Action video game modifies visual selective attention. *Nature*, 423, 534–537.
- Griffiths, M. D. (2005) *The therapeutic value of videogames*. Handbook of Computer Game Studies. J. Goldstein, J. Raessens (Eds), Boston. MIT Pres, s.161–171.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemi: kavramlar-ilkeler-teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kılıcı, A. K. (2020). Dijital Spor Oyunları Motivasyon Ölçeği (DSOMÖ): Türkçe’ye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Uluslararası Spor, Egzersiz ve Antrenman Bilimi Dergisi*, 6(1), 6.
- Kim, Y. K., ve Ross, S. (2006). An exploration of motives in sport video gaming. *International Journal of Sport Marketing and Sponsorship*, 8(1), 34.
- Kirriemuir, j. (2002). Video gaming, education and digital learning technologies. *D-Lib Magazine*, 8(2).
- Kretschmann, R. (2010). Developing competencies by playing digital sports-games. *Online Submission,US-China Education Review*, 7(2), 67-75.
- Newzoo. (2018, 04 30). *Global Game Market Report Premium2018*. 03.24. 2021 tarihinde Newzoo | The Destination for Games Market Insights: [https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/#:~:text=Today%2C%20Newzoo%20released%20the%20latest,year%20before%2C%20or%20%2416.2%20billion](https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/#:~:text=Today%2C%20Newzoo%20released%20the%20latest,year%20before%2C%20or%20%2416.2%20billion.). adresinden alındı
- Ögel, K. (2012). *İnternet bağımlılığı - İnternetin psikolojisini anlamak ve bağımlılıkla başa çıkmak*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Prot, S., Anderson, C., Gentile, D. A., Brown, S. C., ve Swing, E. L. (2014). The positive and negative effects of video game play. *Media and the Well-Being of Children and Adolescents*, 109- 128.
- Sağlık Bakanlığı, (2018). *Dijital oyun bağımlılığı çalıştayı*, Sonuç Raporu.

Tdk. *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. 1230, 2020 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı

Wang, L. C. and Chen, M. P. (2010). The effects of game strategy and preferencematching on flow experience and programming performance in game-based learning. *Innovations in Education and Teaching International*, 47, 39–52.

Wikipedia. *Wikipedia*. 10.10.2020 tarihinde https://tr.wikipedia.org/wiki/Tennis_for_Two adresinden alındı

Yükçü, S., ve Kaplanoğlu, E. (2018). E-Spor endüstrisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 534.



Bu eser [Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) ile lisanslanmıştır.

ⁱ Bu çalışma 6. Uluslararası Akademik Spor Araştırmaları Kongresi'nde özet bildiri olarak sunulmuştur.