



**T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**E-SPOR OYUNCULARININ MOTİVASYONU ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

**HAZIRLAYAN
Sunay GÜNGÖR GÜLSOY
1840201028**

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN
Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA
ISPARTA-2022**

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Doktora tezi olarak sunduğum “E-spor Oyuncularının Motivasyonu Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmanın, tez safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Sunay GÜNGÖR GÜLSOY

ISPARTA, 2022



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Sunay Güngör GÜLSOY
Öğrenci Numarası	1840201028
Enstitü Ana Bilim Dalı	İşletme Anabilim Dalı
Programı	İşletme
Programın Türü	() Tezli Yüksek Lisans (X) Doktora
Danışmanının Unvanı, Adı-SOYADI	Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA
Tez Başlığı	E-spor Oyuncularının Motivasyonu Üzerine Bir Araştırma
Turnitin Ödev Numarası	1928475310

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 150 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 18/10/2022 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönergesinin 14 üncü maddesinde yer alan filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

Kaynakçalar hariç, alıntılar dahil, 10 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç;

% 16'tır.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

16/12/2022

(İmza)

Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA

ÖZET

Teknoloji ve dijitalleşme diğer alanlar gibi spor alanını da etkileyerek, spor paradigmasına farklı bir boyut kazandırmıştır. Bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve dijital oyunların artması ile oluşan bu boyut sporun uygulama alanlarını sanal ortamlara taşımıştır. Bu ortamda, yeni bir spor aktivitesi olarak e-spor meydana gelmiştir. E-spor'da kendi içerisinde niş spor dallarını oluşturmuştur. Lol, Volarant, CS:GO, Hado vd. bunlardan bazılarıdır. E-spor çoğunlukla gençler tarafından uygulanan bir spor dalıdır. Bu sporun özellikle üniversiteli gençler içerisinde popüler hale gelmesi, e-spor konusunda araştırma yapılmasını gerekli kılmıştır.

Bu araştırmada, Türkiye'de 90 ilde e-spor kulübü ve takımı bulunan üniversitelerde e-spor oynayan öğrencilerin motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri üzerinde etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklemini Türkiye'de farklı şehirlerde bulunan ve üniversitelerde eğitim gören e-sporde aktif olarak yer alan 558 amatör ve profesyonel e-spor oyuncuları oluşturmaktadır. Çalışmada Öz ve Üstün'ün (2019) yılında oluşturdukları beş alt boyuta sahip 'E-spor Motivasyon Ölçeği' ile araştırmacı tarafından oluşturulan kişisel bilgileri ve e-spor bilgilerini içeren demografik bilgi formu kullanılmıştır. Çevrimiçi anket yolu ile elde edilen veriler istatistiksel paket programına aktarılmıştır. E-spor motivasyonları ile değişkenler arasında belirlenen hipotez testleri doğrultusunda korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır. E-sporcuların motivasyonlarının genel not ortalaması üzerinde bir etkisinin olmadığı, yeni sosyal çevre oluşturmada pozitif ve anlamlı yönde kısmen etkilediği sonucuna varılmıştır. Ayrıca e-spor motivasyonlarının alt boyutu olan 'Duygu ve Beceri Boyutu' ile 'İlişkisel Benlik Boyutu'nun yeni sosyal çevre oluşturmaya pozitif ve anlamlı yönde etkilediği, 'Rekabet ve Başarı Boyutu' ile 'Boş Zaman Değerlendirme Boyut'larının ise motivasyon üzerinde etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: E-spor, E-spor Pazarlaması, Motivasyon, E-spor Motivasyonu.

ABSTRACT

Technology and digitalization have brought a different dimension to the sports paradigm by affecting the sports field as well as in other areas. With the widespread use of computers and the increase in digital games, the application areas of sports have been moved to virtual environments. In this environment, e-sports has emerged as a new sports activity. E-sports has also created niche sports within itself. Lol, Valorant, CS:GO, Hado et al. are some of these. The fact that e-sports users are mostly young people and that e-sports has become increasingly popular among them has led to this study on e-sports.

In this study, it was aimed to examine the effect of grade point average (GPA) and creating a new social environment on the motivation of students playing e-sports in universities with e-sports clubs and teams in 90 cities in Turkey. The sample of the study consists of 558 amateur and professional e-sports players who are actively involved in e-sports in different cities in Turkey and studying at universities. In the study, the 'E-sports Motivation Scale' with five sub-dimensions created by Deniz Öz and Ferhat Üstün (2019) and the demographic information form containing the personal information and e-sports information of the players created by the researcher were used. The data obtained through the online questionnaire were transferred to a package program that is widely used for statistical analysis. Correlation and multiple linear regression analyzes were applied in line with the hypothesis tests determined between the e-sports motivations and the variables. It was concluded that the motivation of e-sportsmen did not have an effect on the overall grade point average, but had a positive and significant to be partially effect on creating a new social environment. In addition, it was found that the 'Emotion and Skill Dimension' and the 'Relational Self Dimension', which are the sub-dimensions of e-sports motivations, positively and significantly affect the creation of a new social environment and it also has been determined that 'Competition and Success Dimension' and 'Leisure Time Dimension's have no effect on e-sport motivation.

Key Words: E-sport, E-sport Marketing, Motivation, E-sport Motivation.

TEŞEKKÜR

Akademik yolculuğumda bir akademisyenin sahip olması gereken akademik vakar anlayışını öğreten, yolumu aydınlatan, performansımın her düşüşünde beni motive edip tekrar ayağa kaldıran, gece gündüz fark etmeksizin akademik tüm sorularımı cevaplandıran, bu araştırmayı gerçekleştirirken tüm bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan, lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimim sürecinde beni her zaman destekleyen kıymetli danışman hocam, Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA'ya,

Tez izleme sürecinde araştırmamın daha iyi bir seviyeye gelebilmesi için bilgi ve önerilerini paylaşan değerli hocalarım Prof. Dr. Nuri ÖMÜRBEK, Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ'e, süreci kontrol eden değerli hocam Prof. Dr. Meltem KARAATLI'ya,

Bu süreçte hem akademik hem de manevi desteğini esirgemeyen iyiki yollarımızın kesiştiği, Doç. Dr. Emine ÖNDER'e, Doç. Dr. Mahmut ALP'e, Doç. Dr. Gürhan SUNA'ya, Öğr. Gör. Şeyma KURŞUN'a, Nihal KUTSAL'a, Nazife ve Oğuz KAYA çiftine, Nesrin ÖZCAN'a,

Tezimin yazım sürecinde manevi olarak yardımlarını esirgemeyen, bu hayali gerçekleştirmemde her zaman desteğini hissettiğim değerli ablam Nimet GÜNGÖR ANIK ve kıymetli eşi Mehmet ANIK'a, her daim yanımda olan Figen GÖKDOĞAN'a,

Değerli eşime, var olmasaydınız yapamazdım dediğim ilham perilerim kızım Asel'e ve oğlum Bilhan Yılmaz'a sonsuz teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI	i
YEMİN METNİ	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
KISALTMALAR DİZİNİ	xii
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

E-SPOR

1. E-SPOR KAVRAMININ TANIMI.....	3
2. E-SPOR'UN TARİHSEL GELİŞİMİ	5
3. E-SPOR LİTERATÜR TARAMASI.....	7
4. E-SPOR EKOSİSTEMİ AKTÖRLERİ	15
4.1. Oyun Üreticileri	15
4.2. Video Oyunları	16
4.3. Bireysel Sporcular-Takımlar	18
4.4. Seyirciler.....	20
4.5. Sponsorlar	21
4.6. Medya	23
5. HUKUKSAL AÇIDAN E-SPOR' UN YERİ	24
6. SAĞLIK VE PSİKOLOJİ AÇISINDAN E-SPOR' UN YERİ.....	25
7. SOSYOLOJİ AÇISINDAN E-SPOR' UN YERİ.....	25
8. DİJİTAL PAZARLAMA AÇISINDAN E-SPOR'UN YERİ	26
8.1. Pazarlama Bileşenleri Açısından E-spor'un Değerlendirilmesi	26
8.2. 4E Açısından E-spor Değerlendirmesi	30

2. BÖLÜM

MOTİVASYON, SPOR ve E-SPOR MOTİVASYONU

1. MOTİVASYON KAVRAMI	33
2. MOTİVASYONU ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	34
2.1. Ekonomik Faktörler	34
2.2. Psiko-Sosyal Faktörler.....	35
2.3. Örgütsel-Yönetmel Faktörler	35

3. MOTİVASYON TÜRLEİ.....	36
3.1. İçsel Motivasyon	36
3.2. Dışsal Motivasyon	36
3.3. Motivasyonsuzluk.....	37
4. MOTİVASYON TEORİLERİ	37
4.1. Kapsam (İçerik) Teorileri	37
4.1.1. İhtiyaçlar Hiyerarşisi.....	37
4.1.2. Erg Teorisi	38
4.1.3. Çift Faktör (Hijyen-Motivasyon) Teorisi	39
4.1.4. Başarma Gereksinimi Teorisi	41
4.2. Süreç Teorileri	41
4.2.1. Beklenti Teorisi.....	42
4.2.2. Geliştirilmiş Beklenti Teorisi.....	43
4.2.3. Eşitlik Teorisi.....	43
4.2.4. Hedef Teorisi	44
4.2.5. Sonuçsal Şartlandırma Teorisi	44
5. SPOR VE E-SPOR KAVRAMLARININ MOTİVASYON İLE İLİŞKİSİ.....	45
6. SPOR MOTİVASYONU ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALARA YÖNELİK LİTERATÜR TARAMASI.....	46
6.1. 2016-2021 Yılları Arasında Spor Motivasyonu Üzerine Yapılan Çalışmalar	46
6.2. E-spor Motivasyonu Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	52
7. SPOR VE E-SPOR MOTİVASYONLARININ BOYUTLARININ İNCELENMESİ.....	53
7.1. Spor Motivasyonunda Yapılan Çalışmaların Boyutlarının İncelenmesi.	53
7.2. E-Spor Motivasyonunda Yapılan Çalışmaların Boyutlarının İncelenmesi .	54
7.3. Spor Motivasyonu ve E-spor Motivasyonu Boyutları Karşılaştırılması	55
7.4. Spor ve E-Spor Motivasyonu Boyutları	55

3. BÖLÜM

E-SPOR OYUNCULARININ MOTİVASYONU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI	58
2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	59
3. ARAŞTIRMANIN MODELİ	60
4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....	62
5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	63
5.1. Veri Toplama Metodunun Belirlenmesi	63
5.2. Veri Toplama Aracı	63
5.3. Anket Formu.....	64

5.4. Örneklem Seçimi ve Büyüklüğünün Belirlenmesi	65
6. ARAŞTIRMANIN KISITLARI.....	65
7. BULGULAR	66
7.1. Faktör Analizi	66
7.2. Veri Toplama Aracının Güvenilirliği	69
7.3. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri ve E-spor Hakkındaki Görüşleri.....	71
7.4. Korelasyon Analizi	75
7.5. Hipotezlerin Analizlerine İlişkin Değerlendirmeler	76
7.6. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	77
7.6.1. E-spor Motivasyonun Genel Not Ortalaması Üzerindeki Etkisi	77
7.6.2. E-spor Motivasyonunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi.....	79
7.6.2.1. E-Spor Motivasyonu Duygu ve Beceri Faktörünün Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi	80
7.6.2.2. E-Spor Motivasyonu İlişkisel Benlik Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi	82
7.6.2.3. E-Spor Motivasyonunun Rekabet ve Başarı Boyutunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi	84
7.6.2.4. E-Spor Motivasyonunun Boş Zaman Değerlendirme Boyutunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi	85
8. TARTIŞMA	87
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	93
KAYNAKÇA	96
EKLER.....	130
EK: ANKET FORMU	130
ÖZGEÇMİŞ.....	135

TABLÖLER DİZİNİ

Tablo 1. Bilgisayar Oyunu ve E-spor Karşılaştırması.....	4
Tablo 2. 2012-2022 Yılları Arasında E-spor Üzerine Yapılan Çalışmalar	7
Tablo 3. 2021 Yılı Dünya’da İlk 10’da Yer Alan Oyun Şirketleri ve 2020 Yılından İtibaren Büyüme Payları	15
Tablo 4. 2021 Yılı Türkiye’de Popüler Olan E-spor Şirketleri	16
Tablo 5. 2021 Yılı Küresel E-Spor Raporu	17
Tablo 6. 2019 Yılında Türkiye’de En Fazla İndirilen E-spor Uygulamaları ve Oyunları	18
Tablo 7. 2021 Yılı Dünya Kıtaları Çapında Aktif E-spor Oyuncu Sayısı.....	19
Tablo 8. 2021 Yılı Türkiye’deki E-spor Oyuncu Sayısı	20
Tablo 9. 2020-2025 Yılları Arası E-spor İzleyici Sayısı ve Türleri	20
Tablo 10. 2021 Yılı Türkiye E-spor ve Oyuna Yatırım Yapan Markalar	22
Tablo 11. 2021 Yılı Türkiye’deki Dijital E-spor Medya Kanalları.....	24
Tablo 12. Dijital Pazarlama ve E-spor Pazarlamada Tutundurma Bileşeni	29
Tablo 13. 2016-2021 Yılları Arasında Spor Motivasyonu Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	46
Tablo 14. Spor Motivasyonu Konusunda Yapılan Çalışmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçları.....	51
Tablo 15. E-spor Motivasyonu Konusunda Yapılan Çalışmalar.....	52
Tablo 16. E-spor Motivasyonu Konusunda Yapılan Çalışmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçları.....	52
Tablo 17. Spor Motivasyonu ve E-Spor Motivasyonu Boyutları Karşılaştırılması ..	55
Tablo 18. Araştırmaya Dahil Edilen Üniversiteler.....	58
Tablo 19. Güvenilirlik Analizi	64
Tablo 20. Açıklanan Toplam Varyans Değerleri	66
Tablo 21. Maddelerin Faktör Yükleri.....	67
Tablo 22. Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı.....	69
Tablo 23. Duygu ve Beceri Faktörü Güvenilirlik Analizi	70
Tablo 24. Rekabet ve Başarı Faktörü Güvenilirlik Analizi	70
Tablo 25. Boş Zaman Değerlendirme Faktörü	71
Tablo 26. İlişkisel Benlik Faktörü	71
Tablo 27. Katılımcıların Demografik Verileri ve E-spor Hakkındaki Görüşlerinin Dağılımı.....	72
Tablo 28. E-spor Motivasyonuna İlişkin Maddelerin/İfadelerin Dağılımı.....	73
Tablo 29. Korelasyon Tablosu	76
Tablo 30. E-Spor Motivasyonunun Genel Not Ortalaması Üzerindeki Etkisi	78
Tablo 31. E-Spor Motivasyonunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmada Etkisi	79
Tablo 32. Duygu ve Beceri Faktörünün Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi.....	81

Tablo 33. İlişkisel Benlik Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi.....	83
Tablo 34. Rekabet ve Başarı Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi.....	84
Tablo 35. Boş Zaman Değerlendirme Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi	86

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. 2020-2025 Yılları Arası Dünya Bazında Markaların E-spor Sponsorluk Harcamaları (Milyon Dolar).....	23
Şekil 2. Deneyim Ekonomisinin 4 E'si (Eğlence, Eğitim, Estetik, Kaçış)	31
Şekil 3. 2016-2021 Yılları Arasında Yapılan Spor Motivasyonu Çalışmalarının Boyutlarının Dağılımı	53
Şekil 4. 2016-2021 Yıllarında Yapılan E-spor Motivasyonu Çalışmalarının Boyutları.....	54
Şekil 5. E-spor Motivasyon Boyutları ile Oluşturulan Araştırmanın Modeli.....	61

KISALTMALAR DİZİNİ

2*2 BHE	: Sporda 2*2 Başarı Hedefleri Envanteri
ABÖ	: Akademik Benlik Ölçeği
AF	: Açıklayıcı Forum (Anket)
ARPANET	: Advanced Research Projects Agency
ATM	: Automatic Teller Machine
BAEÇV	: Başarı Algısı Envanteri Çocuk Versiyonu
BDY	: Bulanık Delphi Yöntemi
BEMÖ	: Beden Eğitimi Motivasyon Ölçeği
BZMÖ	: Boş Zaman Motivasyon Ölçeği
EKMÖ	: E-spor Katılım Motivasyon Ölçeği
ESTÖ	: Ekstrem Spor Tüketim Ölçeği
FAKMÖ	: Fiziksel Aktivite Katılım Motivasyon Ölçeği
GÖYÖ	: Genel Öz Yeterlilik Ölçeği
GPA	: Genel not ortalaması
IPTV	: İnternet Sözleşmesi
KÖ	: Küme Örneklemesi
MBC Games	: Güney Kore Televizyon Oyun Kanalı
MHYÖ	: Motivasyon ve Hedef Yönelim Ölçeği
MMÖ	: Marathon Motivasyon Ölçeği
NACE	: National Association of Collegiate
NSFNet	: National Science Foundation
NUPHA	: Beslenme ve Fiziksel Aktivite
ÖİTÖ	: Öğrenmeye İlişkin Tutum Ölçeği
ÖMSÖ	: Öğrenme İçin Stratejileri Ölçeği
PC	: Personal Computer
RAÖ	: Risk Algısı Ölçeği
SAÖ	: Spor Anksiyete Ölçeği
SÇBMÖ 2	: Sporda Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği
SDDÖ	: Sporda Davranışsal Düzenlemeler Ölçeği
SGEYÖ	: Sporda Görev ve Ego Yönelimi Ölçeği
SGÖ	: Sporda Güdülenme Ölçeği
SGÖÇV	: Sporda Güdülenme Ölçeği Çocuk Versiyonu

SKGÖ	: Spora Katılım Güdüsü leği
SKMÖ	: Spora Katılım Motivasyon leği
SMA	: Sporda Motivasyonel Aracılar
SMÖ	: Spor Motivasyon leği
SÖBMÖ	: Spora Özgü Başarı Motivasyon leği
SPİPÖ	: Sportif Performansa İlişkin Psikolojik zellikler
STMO	: Spor Tüketim Motivasyon leği
SYBEÖ	: Sporun Yaşam Becerilerine Etkisi leği
SYBK	: Spor Yeteneği Benlik Kavramı
SYTÖ	: Sporda Yönlendirilmiş Tutum leği
TDÖÖ	: Tutku Durumsal zbenlik leği
TESFED	: Türkiye E-spor Federasyonu
UMMÖ	: Kişileri Ultra Maraton Koşmaya Motive Eden Faktörler leği
WCG	: World Cyber Games
YYG	: Yarı Yapılandırılmış Görüşme
YYBÖ	: Yüzyıl Beceri leği

GİRİŞ

Toplumdaki bireylerin geçmişte çevrelerini gözlemlmeleri ile taklit ederek oluşturdıkları eylemler sonraki süreçte bilinçli bir yapıya dönüşerek kültürel bir değere sahip olan oyun kavramını oluşturmuştur (Uysal, 2005). 1958 yılında, NewYork, Brookheaven Ulusal Laboratuvarlarında, fizikçi Willy Higinbotham tarafından ilk kez karşılıklı etkileşim döngüsü ile geliştirilen oyun tarihte ilk bilgisayar oyunu olarak yerini almıştır (Nosowitz, 2008).

Teknolojinin gelişmesi ile oluşan dijitalleşme her alanda süreklilik arz etmektedir. Bireyin sosyal yaşamı içerisinde psiko-sosyal gelişimini desteleyerek hızlandırmasına yardımcı olan faktörlerin başında gelen spor alanı da bu değişimden ciddi bir biçimde etkilenecek diğer alanlara göre daha baskın bir konuma gelmiştir. (Ekmekçi, 2016). Çağdaş bilimde, hiçbir çalışma alanı diğer alanlardan kesin bir biçimde ayıramamaktadır. Özellikle spor alanı gibi hızla gelişen bilişim ve bilgisayar bilim alanları içinde bu durum geçerlidir (Morgan, 2016). Spor alanında dijitalleşme, özellikle popüler branş olarak kendini gösteren e-spor çatısında gelişim göstermektedir. 1980’li yıllarda ‘arcade’ isimli oyun makineleri ile gelişmeye başlayan e-spor, bireysel veya takım halinde oynanan, rekabet ve stratejiye dayalı bir spordur.

Güney Kore merkezli, Uluslararası E-spor Federasyonu’nun (International e-Sports Federation-IeSF) 11 Ağustos 2008 yılında kurulması, e-sporun bir spor dalı olduğunun tescillenmesinde önemli bir adım olmuş ve e-sporu dünyaya tanıtmak, sürdürebilir kılmak ve küresel bir yapı haline getirmek amacıyla faaliyetlerine başlamıştır (Iesf, 2020). Türkiye’de e-spor 2000’li yıllardan önce atari salonlarında başlamıştır. Ülkemizde e-sporun örgütsel yapıda organize edilmesi Türkiye E-spor Federasyonu’nun 24/04/2018 tarihli ve 277144 sayılı Bakanlık Oluru ile kurulması, Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde hizmet vermeye başlaması ile gerçekleşmiştir. Federasyon Türk gençlerinin uluslararası e-spor platformlarında başarıya ulaşmaları misyonu ile, Türkiye’nin dünyada bir numaralı e-spor ülkesi olması, Türk e-spor ekolünü yaratmayı vizyon edinmiştir (TESFED).

Kitlesi yoğun bir şekilde büyüyen e-spor, 2020 yılında 1.209,6 milyon oyuncu sayısına ulaşmıştır (Web1). Newzoo'nun 2022 yılının başlarında yayımladığı küresel oyun raporuna göre yıllık %10 artış oranıyla e-spor izleyici sayısı 728.8 milyona, e-spor'dan elde edilen gelir yıllık %14,5 artış oranıyla 1.084 milyar dolara ulaşmıştır (Web 2).

Ciddi gelirlerin elde edilmesine imkân sağlayan e-spora katılım sadece ödül ya da kazanç amaçlı değildir. Gerçeklerden kaçma, eğlence, boş zamanı değerlendirme e-sporun diğer katılma unsurlarından bir kaçıdır. Üniversite öğrencilerinin e-spora kayıtsız kaldıkları durumlarda; sosyalleşmeden uzaklaşma düşüncesine sahip oldukları yapılan araştırmalar ile gösterilmiştir. Bir sosyal çevre içerisinde bulunabilme e-spora yönelten sebepler arasında gösterilebilir (Sağlam ve Topsümer, 2019). Ayrıca üniversite öğrencilerinin akademik performans değişkenleri bakımından ise e-sporun ürünü olan dijital oyun bağımlılığı arttıkça ders çalışma sürelerinin ve genel akademik ortalamalarının düştüğü ortaya çıkmıştır (Bülbül vd., 2018, s. 8). Bu doğrultuda e-spor literatürüne katkı sağlamak amacı ile üniversiteli e-sporcuların motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma üzerindeki etkisinin araştırılması gerekli görülmüştür.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde e-spor kavramı, e-sporun tarihsel gelişimi, e-spor üzerine yapılan çalışmalar, e-spor ekosistemi, dijital pazarlama ve diğer bilim dallarında e-sporun yeri konuları ele alınmaktadır. İkinci bölümde motivasyon kavramı, motivasyonu etkileyen faktörler, motivasyon türleri, motivasyon teorilerine yer verilmektedir. Ayrıca, spor, e-spor ve motivasyon ilişkisi üzerine yapılan çalışmalara da bu bölümde yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, e-spor motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma üzerindeki etkisinin ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan analizler ve bulgular mevcuttur. Son olarak çalışma, araştırma üzerine tartışma, sonuç ve öneriler sunularak tamamlanmıştır.

1. BÖLÜM

E-SPOR

1. E-SPOR KAVRAMININ TANIMI

Teknolojinin gelişimi ile kültür, endüstri ve spor alanlarında meydana gelen göreceli yeniliklerden dolayı e-spor kavramını anlamak zorlaşmıştır. Geleneksel sporların (hokey, beyzbol, basketbol ve futbol) aksine e-sporlar çoklu platformlardır (Jin, 2010).

Ulusal ve uluslararası e-spor alanında yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde kısaltma olarak yazılan ‘E-spor’ kelimesinin farklı uygulama örnekleri ile karşılaşmak mümkündür. Çalışma boyunca birlik ve bütünlüğü sağlamak amacı ile Elektronik Spor kelimesinin kısaltması olarak ‘E-spor’ kelimesi kullanılacaktır.

E-spor kavramı, 2010 yılından önceki yapılan akademik çalışmalarda daha çok bilgisayar oyunlarına verilen bir isim olarak literatürdeki yerini almıştır. Bilgisayar oyunları kültürel ve toplumsal ilerlemeleri teşvik ederek, oyunculara ve oyuncu olmayanlara hizmet eden çağdaş tüketici toplumunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Fromme, 2003; Williamson ve Facer, 2004).

E-spor ve bilgisayar oyun kavramları benzer kavramlar olarak değerlendirilmelerine rağmen aslında bilgisayar oyunları e-sporun ürünüdür. E-spor’da gerçekleşen oyun deneyimi, oyuncu etkileşimlerinin ötesine geçerek, daha geniş çevrelere nasıl yayıldığını göstermektedir. Tablo 1’de bilgisayar oyunları ve e-spor karşılaştırmasına yer verilmiştir.

Tablo 1. Bilgisayar Oyunu ve E-spor Karşılaştırması

Kategori	Bilgisayar Oyunu	E-spor
Oyun Yetisi	Acemi-Profesyonel	Profesyonel
Müsabakalar	Yok	Var
Oyun Türleri	Her Kategori	Belirli Kategoriler
Para Ödülü	Yok	Var
Kulüp	Yok	Var
Taraftar	Yok	Var
Kişisel Gelişime Katkı	Yok	Var
Strateji Yönünü Geliştirme Derecesi	Az	Çok
Kariyer İmkânı	Yok	Var
Lisans	Yok	Var
Çoklu Platform	Yok	Var
Günlük Antrenman	Yok	Var
Grup Çalışması	Yok	Var
Ligler	Yok	Var
Turnuvalar	Yok	Var
Çoklu Seyirci	Yok	Var
Rekabet	Yok	Var
Sponsorluk	Yok	Var

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Literatürde e-spor kavramı incelendiğinde: E-spor insanların bilgi ve iletişim tekniklerini kullanarak mental ve fiziksel yeteneklerini eğitip geliştirdiği, birçok oyuncuyu içinde barındıran rekabetçi sporun bilgisayar ve video alanıdır (Topalov 2007).

E-spor, eşler arası veya istemci sunucu teknolojisine dayanan, wifi, yerel ağ, geniş bant internet erişimi ile yerel hızda bilgisayarlarda, tabletlerde veya oyun konsollarında oynanan, internette kabul edilen lig ve turnuva kurallarına göre rekabetçi oyunları ifade eder (Weiss ve Loebbecke 2008).

E-spor, çeşitli firma veya spor organizasyonları tarafından sponsor olunan farklı ligler ve turnuvalarda oyuncuların ve takımların oynadığı oyunlar vasıtasıyla, spor, iş dünyası ve medya arasında bir tür iş birliğini temsil eder. Rekabete dayalı oyunlar ve sporun ortak yanları bulunmaktadır. Bu ortak yönler: Günlük antrenman,

grup çalışması ve daha önce hazırlanan stratejilerin eylemlerle buluşmasıyla gelen başarıdır (Hutchins, 2006; Warr, 2014).

Bilgisayara dayalı eğlence tüketiminin artmasıyla ilişkili çeşitli sosyal ve kültürel gelişmelerde dikkat çeken olay, bilgisayar oyunlarına organize ve rekabetçi bir yaklaşımın ortaya çıkması olmuştur. Böylece e-spor uygulaması, bilgisayar oyunlarının ve profesyonel sporların kesişme noktasında bulunmaktadır. E-spor insanların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak zihinsel veya fiziksel yeteneklerini geliştirdiği ve eğittiği bir spor faaliyetleri alanıdır (Wagner, 2007). E-spor’da oyuncular becerilerini ve yeteneklerini geliştirmek ve diğerlerinden daha iyi performans göstermek için rakipleri ile rekabet etmektedir (Burk, 2013).

İnsan bilgisayar ara yüzleri aracılığı ile oyuncuların ve takımların rekabet ettikleri bir ortamda, sporun temel yönlerinin elektronik sistemler tarafından kolaylaştırıldığı spor türüne e-spor denir (Hamari ve Sjöblom, 2017, s. 213). E-spor organize edilmiş video rekabet oyunlarıdır (Jenny vd. 2017).

E-spor bilişim teknolojilerini kullanırken, oyuncuların mental yeteneklerini de geliştirdikleri bir spor dalıdır (Kocadağ, 2017, s.50). E-spor rekabetçi ya da profesyonel video oyuncululuğuna dayalı bir spor dalıdır (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017, s. 35).

Bütün bu tanımlar doğrultusunda e-spor: Bilişim teknolojileri kullanılarak bireysel veya takım olarak oynanan, alıcılar, tüketiciler¹ ve seyirciler için bir değer ifade eden, strateji ve rekabete dayalı bir spor türüdür.

2. E-SPOR’UN TARİHSEL GELİŞİMİ

E-spor’ un tarihsel gelişim süreci iki temel aşamadan oluşmaktadır. Bunların ilki bilgisayar oyunlarının popülerliğinin ve tüketicide eğitim seviyesinin artış gösterdiği dönemdir. İkincisi ise internet ve dijital teknolojiler ile oluşan dinamik teknolojik evrimin yaşandığı dönem olarak ifade edilmektedir (Hartmann ve Klimmt, 2006). 1940’lı yıllarda ortaya çıkarak, 1980’li yıllarda ‘Atari’ marka oyun konsolları ile bir ivme kazanarak video oyunları yerini dijital oyunlara bırakmıştır. Globalleşme

¹ E-spor ekosistemi çevresinde yer alan alıcılar (oyun üreticileri, medya, sponsor), tüketiciler (bireysel sporcu, takımlar, seyirciler)den oluşmaktadır.

ile gelişen dijital oyunlar tekli ortamlardan çıkarak, çoklu oynanan bir yapıya dönüşmüştür (Coşkun ve Öztürk 2016, s. 680).

E-spor ekosistemi, alıcılar (oyun üreticileri, medya, sponsor) ve tüketiciler (bireysel sporcu, takımlar, seyirciler) olarak iki geniş gruptan oluşmaktadır. Kayıtlara geçen resmi olmayan ilk e-spor turnuvası, 1980 yılında, Amerika Birleşik Devletleri'nde Atari Firması tarafından organize edilen ve 10 binden fazla katılımcının rekabet ettiği, 'Space Invaders Championship' olmuştur. E-spor'un temelleri Blockbuster, Nintendo ve Atari gibi sektörün büyük firmaları tarafından atılmıştır. E-sporların bu ilk dönemi 'Arcade Dönemi' olarak ifade edilmektedir. Bu dönemde, rekabetin sürdürülebilirliğini sağlamak adına ilk kez kalıcı skor tablosu uygulaması gerçekleştirilmiştir. Böylece oyuncuların birbirlerine karşı giriştikleri mücadele skor tabloları ile en üst düzeye çıkarılmıştır. 1980'lerde Arpanet ve NSFNET gibi yerel ağlar aracılığı ile bilgisayarlar arasında bağlantı kurulmaya başlanmıştır. 1990'larda WWW'in (World Wide Web) ortaya çıkması ile yerel ağlar son bularak, küresel bir ağ altyapısı oluşturulmuştur (Kocadağ, 2017, s. 50; Wagner, 2007).

1997 yılında, İngiltere'de 2 bin katılımcı ile düzenlenen 'Quake' turnuvası ilk resmi e-spor turnuvası olarak kabul edilmektedir. 2000 yılında e-spor liginin kurulması, Güney Kore'de Kore E-spor Elektronik Birliği'nin (KeSPA) kurulması ve Dünya Siber Organizasyonu'nun kurulması e-sporun gelişmesi açısından önemli aşamalardır. 2002 yılında New York'ta 'Major League Gaming' kurulmuştur. 2008 yılında 48 üyesi bulunan Uluslararası E-spor Federasyonu (IeSF) kurulmuştur. 2016 yılında federasyon, Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) ile e-sporun tanınması için resmi yazışmalar gerçekleştirmiştir. Bunun sonucunda, IOC tarafından federasyona ait 48 üyeden 22 tanesi tanımıştır. 2017 yılında Asya Olimpiyat Komitesi tarafından bir açıklama yapılarak, 2022'de Çin'de gerçekleştirilecek olan Asya Oyunları'nda e-sporun madalya yarışmalarında resmi bir yarışma olarak yer alacağı duyurulmuştur. Son olarak, Paris 2024 Olimpiyat Oyunlarında e-sporun yer almasına karar verilmiştir (Jonasson ve Thiborg, 2010; DiFranciscou vd., 2018).

Türkiye'de ilk e-spor takımı 2003 yılında kurulan 'Dark Passage' takımıdır. 2005 yılında 'Team Turquality' ve sonrasında 2008 yılında 'HWA Gaming' takımları kurulmuştur. 2015 yılında 'Beşiktaş Jimnastik Kulübü', 2016 yılında Fenerbahçe ve

Galatasaray Spor Kulüpleri e-spor takımlarını kurmuştur. Bu kulüpler League of Legends turnuvaları için e-spor takımlarına resmi destek vermişlerdir. Akademik mecralarda da e-spor takımları bulunmaktadır. Bahçeşehir Üniversitesi'nin 'League of Legends' takımı olan 'BAU', Akdeniz, Anadolu, Balıkesir, Bilgi, Başkent, Dokuz Eylül Üniversiteleri kulüpleri ve takımları bunlardan bazılarıdır. Türkiye E-spor Federasyonu 24/04/2018 tarihli ve 277144 sayılı Bakanlık Oluru ile kurularak, Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde hizmet vermeye başlamıştır. 2014 yılı itibari ile profesyonel liglere katılacak oyunculara iller bazında gençlik ve spor müdürlükleri tarafından e-spor oyuncu lisansı verilmektedir (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017; Mustafaoğlu, 2018, s. 88).

2018 yılında Uluslararası E-spor Federasyonları Birliği'ne 51'inci üye ülke olmak için başvuru tamamlanmıştır (Web 3). 2020 yılında Türkiye'nin Uluslararası E-Spor Federasyonları Birliği'ne üyeliği kabul edilmiştir (Web 4).

3. E-SPOR LİTERATÜR TARAMASI

2012-2022 yılları arasında e-spor üzerine yapılmış olan farklı disiplinlerdeki çalışmalar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. 2012-2022 Yılları Arasında E-spor Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2012	Seeger	E-spor Oyunlarında Gerçek Spor ve Dijital Uyum Arasındaki İlişki		Nitel	Spor Pazarlaması	Dijitalleşme sadece spor ve sporla ilgili iletişimi değiştirmekle kalmaz, sporun içeriğini de değiştirir.
2013	Seo	Elektronik Sporlar: Deneyim Ekonomisinin Yeni Bir Pazarlama Ortamı		Nitel	Pazarlama	Şirketler, oyun özelliklerinin gelişiminden ziyade e-spor deneyiminde yer alanlarla iş birliği içerisinde olması gerekmektedir.
2013	Weiss ve Schiele	Rekabetçi Bağlamlarda Sanal Dünyalar: E-spor Tüketici İhtiyaçlarının Analizi		Hibrit	Dijital Pazarlama.	E-spor oyuncularının eğlence tanımı farklıdır. E-spor oyuncuları kendileri ve diğer takım oyuncuları ile yarışma rekabet halinde olmayı eğlence yerine tanımlamaktadır.
2015	Martonçık	E-sporlar: Eğlenmek İçin Mi Yoksa Amaçları Gerçekleştirmek İçin Mi Oynanıyor	KUD (İnsan Envanteri Ölçeği) Yaşama hedeflerini ve temel kişilik özelliklerini ölçen bir ölçek.	Nicel	Psikoloji	E-spor oyuncuları kendilerini daha iyi bir seviyeye getirmek için ve sosyal etkileşimde bulunmak için e-spor oynar.

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2016	Hilvoorde ve Pot	E-sporlarda Uygulama ve Temel Yetenek Becerileri		Nitel	Spor	E-spor motor becerilerini geliştirmeye yönelik olsa da temel hareket becerileri ile gelişebilmesi için spor ve beden eğitimi bölümlerinde var olmalıdır.
2016	Geiler	E-spor: Kitle Fenomenine Giderken		Nitel	Sağlık	Yeni nesil sporlar e-spor ile gelişmektedir. Para ödülü e-spor katılımcıları için önemlidir.
2016	Seo	E-spor Alanında Profesyonel Tüketim ve Kimlik Dönüşümler		Nitel	İşletme	E-spor oyuncularını için e-spor ciddi bir rekabet ortamı, kişisel gelişimlerini destekleyen bir ortamdır.
2016	Seth vd.	Sanallaşmış Atletler: Spor Kavramının İçerisinde E-sporun Yeri		Nitel	Spor	E-spor fiziksel aktivite ve kurumsallaşmadan yoksun olsa da e-spor bir spor türüdür.
2017	Hamari ve Sjöblom	E-sporlar Nedir? İnsanlar Niçin Onu İzler?	MSSC (Spor Tüketimi İçin Kullanılan Motivasyon Ölçeği) bu ölçek 7 (yedi) puanlı Likert ölçeğine dayanır.	Nitel	Teknoloji	E-sporu izleyen seyirciler bilgi edinme, takımlar arasındaki rekabeti hissetme ve yeni takımları takip etme amacı ile e-spor izlemektedir.
2017	Aktuna ve Ünlüöner	Yeni Bir Turizm Çeşidi Olarak Elektronik Spor Turizmi		Nitel	Turizm	Türkiye’de 2014 yılından itibaren e-spora ilgi gösterilmeye başlanmıştır. Bu kadar yeni olan spor dalının Türkiye’de turizm ile ilişkilendirildiği çalışma sayısı oldukça azdır.
2017	Gray vd.	Efsanelerin Efsanesi Oyuncularının Erkek Hormonluk Testinin Cevapları: Testosteron, Kortizol, DHEA veya Androstenedion’da Değişiklik Olmaması, Ancak Aldosteronda Azalma Olması	Deney	Nitel	Sosyoloji	Genç erkeklerde testosteron, kortizol, DHEA ve androstenedion e-spor yaparken değişmemiştir. Aldosteron seviyeleri oyun sırasında hem insanlara hem de bilgisayara karşı azalmıştır. Testosteron, DHEA ve androstenedion değişimi, oyun süresi ile ilişkilidir.
2017	Keiper vd.	LoL’de LoL İçin Bir Neden Yok: Üniversiteler Arası Atletik Departmanlara E-spor Eklenmesi		Nitel	Ekonomi ve Spor	Fiziksel eyleme dayalı “spor” alanında, e-sporların bir spor olarak kabul edilip edilmeyeceği konusunda netlik bulunmamaktadır. E-sporların üniversiteler arası atletizm programlarına nasıl fayda sağlayabileceği değerlendirilmelidir.
2017	Kocadağ	Elektronik Spor Kariyeri ve Eğitim		Nitel	Sosyal Bilimler	Kariyer olarak tercih edilen e-spor hakkında bilgi sahibi olunmalıdır. E-spor artı ve eksileriyle beraber kariyer seçeneği olarak öğrencilere sağlıklı bir değerlendirme yapmalarına olanak sağlayacak şekilde aktarılmalıdır.

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2017	Llorens	E-spor Oyunları: Yeni Bir Spor Uygulamasının Yükselişi		Nitel	Spor-Etik-Felsefe	Dijital sporların hızla yayıldığı günümüzde e-sporun geniş bir takipçi kitlesine ve etraflarında belirli bir kurumsal çerçeveye sahip olmaları koşuluyla, bir spor olarak kabul edilmeleri gerekmektedir.
2017	Tomecka	Çeşitli Yorumlar Işığında E-spor da Dahil Olmak Üzere Spor		Nitel	Spor	Geleneksel olarak anlaşılan spora göre, satranç, kart oyunları, otomatik oyunlar veya e-sporlar gibi faaliyetler, spor sayılmamaktadır. Bu durumda gelecekte gerçek spor ve sanal gerçekliğe dayalı sporun tek olması öngörülmektedir.
2017	Üçüncüoğlu ve Çakır	Modern Spor Kulüplerinin E-spor Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma		Nitel	Spor	Birçok ülkede Olimpiyat Komiteleri tarafından kabul gören ve teknolojik yeniliklerin gerisinde kalmak istemeyen mega spor olaylarının da takibinde olan e-sporun gelecek yıllarda modern spor kulüpleri tarafından giderek artan bir ilgiye maruz kalması şaşırtıcı olmayacaktır.
2018	Heere	Toplumun Sportifleşmesinin Benimsemek: Sporda Polimorfik Bir Bakışla E-sporun Tanımlanması		Nitel	Spor Yönetimi	Spor endüstrisinin kendisi e-sporu bir spor olarak benimsediğinden, akademisyenler e-sporu sporlaşmanın bir tezahürü olarak benimsemeli ve e-sporun olumlu ve olumsuz etkilerini incelemelidir.
2018	Bányai vd.	E-sporun Psikolojisi: Sistemik Literatür Taraması		Nitel	İşletme	Spor ve e-sporun daha fazla karşılaştırılması ve değerlendirilmesi, benzerliklerin ve farklılıkların geliştirilmesi gerekmektedir.
2018	Bayram	Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde E-spor Turizmine Katılma Niyeti	Gülizar Akkuş'un (2013) literatürden yararlanılarak geliştirdiği ölçekten	Nicel	Turizm	E-sporcuların davranışa yönelik tutumu, öznel normları ve algılanan davranış kontrolü, e-spor etkinliklerine katılma amaçlı seyahat etme niyetlerini etkilemektedir.
2018	Ecevit vd.	Elektronik Spor ve Elektronik Sporcular Üzerine Betimsel Bir İnceleme	Argan ve ark., (2006) tarafından geliştirilen 'Elektronik Spor Anketi'	Nicel	Sağlık ve Spor	Elektronik sporcuları güdüleyici etmenlerde ilk üç sırayı eğlence, oyun tutkusu ve oyun sevgisi almaktadır. En az yüzdeyi ise para kazanma, profesyonel olma, sportif başarı ve kariyer elde etmek seçenekleri almaktadır. Bu da elektronik sporcuların e-sporu amatör olarak yaptığının göstergesidir.
2018	Kocaömer	Elektronik Spor Faaliyetlerinde Sponsorluğun Marka Değeri Üzerine Etkisi: League Of Legends Örneği		Nicel	Halkla İlişkiler	Sponsorluğa yönelik tüketici algılamalarının, tüketicilerin sahip olduğu marka sadakati, marka farkındalığı çağrışımları ve algılanan kalite algılarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2018	Macey ve Hamari	Video Oyunları, E-spor Gösterileri ve Kumar Arasındaki İlişkileri Araştırılması.	Oyun Bağımlılığı Ölçeği (GAS: Lemmens, Valkenburg ve Peter, 2009)	Nicel	Sosyoloji	Gün boyu e-spor oynayan bir oyuncu toplumsal faaliyetlere katılmadığı ve iletişim kuramadığı için, toplumdaki diğer bireylerden koparak etkileşim eksikliği yaşamaktadır. Bu nedenle sosyal becerilerini kaybetmektedir.
2018	Mustafaoğlu	E-spor, Spor ve Fiziksel Aktivite		Nitel	Spor	Hareketsizliğe bağlı olarak enerji tüketiminde azalma ve olası obezite gelişimi ile mücadele etmek için e-sporcuların severek aktif olarak katılabilecekleri ve katılımlarını sürdürebilecekleri egzersiz, rekreasyonel aktiviteler ve spor gibi fiziksel aktivitelere katılımını arttırmaya yönelik yapılandırılmış haftalık programların oluşturulması hedeflenmelidir.
2018	Mustafoğlu vd.	E-spor Oyuncularının Demografik Özellikleri, Oyun Oynama Süreleri ve Başarılarını Etkileyen Faktörler		Nicel	Sağlık	E-spor, 18 yaş ve altı gençlerde, erkekler arasında, öğrenciler arasında özellikle de lise düzeyinde ve İstanbul ilinde daha yaygın olduğu saptanmıştır. E-sporcuların bu oyunları oyun tutkusu nedeniyle oynadıkları, takım oyunlarını daha fazla tercih ettikleri, ulusal turnuvalarda daha başarılı oldukları görülmüştür. Ayrıca, e-sporcuların yoğunluğunun birden fazla oyun türü oynadıkları ve başarıyı etki eden kişisel faktörler arasında ilk sırada takım oyunu, araç-gereç olarak ise internet hızının olduğu sonucuna varılmıştır.
2018	Parshakov vd.	Çeşitlilik İyi mi Kötü mü? E-spor Takım Analizlerinin Kanıtları	Hofstede'nin Örgüt Kültürü Modeli	Nicel	Ekonomi	Ekonomi teorilerinin farklı yönlerini test etmek için e-spor iyi bir alandır. E-spor sektörü çoğunlukla ödüle ve performansa dayalı olduğundan ticari firmalardaki teşviklere benzemektedir. Son olarak, sporun temel yönleri elektronik sistemler tarafından kolaylaştırıldığı için veriler kapsamlıdır.
2018	Yenişehirli oğlu vd.	Elektronik Spor Etkinliklerinin Turizm Potansiyelini Belirlemeye Yönelik Kavramsal Bir Çalışma: E-spor Turizmi		Nitel	Spor	Spor organizasyonları gibi e-spor organizasyonları da turizmin gelişmesi için birincil kaynak olabilir. E-spor turnuvalarına düzenlenen turistik geziler ve seyahatler turizm için büyük bir potansiyele sahiptir.
2018	Yükçü ve Kaplanoğlu	E-spor Endüstrisi		Nitel	İşletme	E-spor yeni bir çalışma alanı ve Türkiye ile ilgili yapılacak araştırma fırsatları bulunmaktadır.

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2019	Abanazir	E-spor ve AB: İngiliz Köprü Birliği'nden Görüntü		Nitel	Hukuk	Avrupa Birliği e-sporu bir spor olarak ele alarak düzenlemeyi mi seçecek yoksa e-sporu eğlence endüstrisinin başka bir kolu, düzenli bir ekonomik faaliyet olarak mı etiketleyecek? AB hukuku açısından bakıldığında, AB organları nezdinde olası bir davanın ekonomik faaliyetin özellikleri dikkate alınarak önceden belirlenmiş parametrelere göre karara bağlanacağı iddia edilebilir.
2019	Abarbanel ve Johnson	Şike Üzerine E-spor Tüketicilerinin Perspektifleri: Kumar Farkındalığı ve Oyun Bütünlüğündeki Etkileri		Nitel	Sosyoloji (Kumar Çalışmaları)	E-spor tüketicileri şikeyi bir hile olarak değerlendirmektedir. Şike ile ilgili hukuk bazında çalışmalar yapılması konunun çözülmesine yardımcı olacağı görüşü belirtilmiştir.
2019	Akgöl	Spor Endüstrisi ve Dijitalleşme: Türkiye'de E-spor Yapılanması Üzerine Bir İnceleme		Nitel	Spor	Rekabet kavramını içeren e-spor izleyenlerle takımlar ve oyuncular arasında bağ oluşturmaktadır. Markalar için önemli bir pazar alanı sunmaktadır. Amatör olarak başlayan sporcular profesyonel olduklarında sektörde en fazla bilinen aktör durumuna gelmektedir.
2019	Bányai vd.	E-spor Oyuncuları ve Eğlence Oyuncuları Arasında Psikiyatrik Sıkıntı ve Oyun Bozukluğu Arasındaki Motivasyonların Aracılık Etkisi	Çevrimiçi Oyun Anketi Motifleri (MOGQ) On Öge İnternet Oyun Bozukluğu Testi (IGDT-10) Kısa Semptom Envanteri	Nicel	Psikoloji	E-spor oyuncuları ve eğlence amaçlı olarak e-spor ile ilgilenenlerin bu spora yönelmelerindeki en büyük etkenin gerçekten kaçış olduğunu duygusu olduğu söylenebilir. İki grup rekabet ve beceriye dayalı bir spor olduğu için e-spor ile ilgilenmektedirler.
2019	Cottrell vd.	Sanal Bir Dünyada Spor Psikolojisi: E-sporlarda Çalışan Uygulayıcılar İçin Dikkat Edilmesi Gerekenler		Nitel	Spor Psikolojisi	E-spor alanında psikolojik talepler göz önüne alındığında, e-sporcuların zihinsel beceri hizmet sunumundan yararlanmaları gerekmektedir. Herhangi bir yeni veya teknoloji tabanlı performans ortamında olduğu gibi, profesyonellerin etkili ve etik uygulama için belirli hususlara dikkat etmeleri avantajlı olabilir.
2019	Deniz ve Üstün	E-spor Katılım Motivasyonu Ölçeğinin (EKMÖ) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması		Nicel	Spor	E-spor aktivite ve müsabakalarına motive eden faktörlerin belirlenmesine yönelik olarak oluşturulan ölçek AFA sonucunda, 5 faktörlü geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak kullanılabilir durumdadır.
2019	Evren vd.	Spora Yeni Yaklaşım-E-spor		Nitel	Sosyoloji	E-sporun tarihi, sektör paydaşları, oyun türleri üzerinde yerel ve global olarak ekonomik bilgi verilmiştir.

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2019	Freeman ve Wohn	E-spor Takımının Oluşumu ve Koordinasyonu nu Anlama		Nitel	Bilişim	E-spor takımının oluşumunda bilgisayar destekli işbirlikçi çalışma anlayışı benimsenmiştir. Bu anlayış yazılım programlarına dayanmaktadır. Bu sistem çeşitli bağlamlarda (ör. toplu içerik oluşturma, yapım, çok oyunculu çevrimiçi oyun oynama, yurttaş bilimi ve kitle kaynak kullanımı) her türden kullanıcı grubu için birçok yeni ekip biçiminin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır.
2019	Gül vd.	E-spor Katılım Motivasyonu Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması		Nicel	Spor	E-spor Katılım Motivasyon Ölçeği geçerli ve güvenilir bir veri toplama aracı olarak kullanılabilir.
2019	Kocadağ ve Oğuz-Duran	Elektronik Spor Kariyeriyle İlgilenen Lise Öğrencilerinin Mesleki Karar Düzeyleri		Nicel	Sosyal Bilimler	E-spor ile ilgilenen öğrencilerin e-spor kariyeri yapma ve e-spor turnuvalarında ödül kazanma istekleri mesleki kararsızlıklarının anlamlı bir yordayıcısıdır.
2019	Menteş ve Saygın	E-spor ve Geleneksel Spor ile Uğraşan Sporcuların Zihinsel Dayanıklılık ve Bilişsel Esneklik Durumlarının İncelenmesi	Spor da Mental Dayanıklılık Ölçeği-Bilişsel Esneklik Ölçeği	Nicel	Spor	Erkek e-sporcular erkek geleneksel e-sporculara göre daha iyi bir bilişsel esneklik düzeyine sahiptir. Erkek e-sporcular kadın e-sporculara göre daha rekabetçi oldukları, kadın e-sporcular ise e-sporu rekreatif bir amaçla uyguladıkları söylenebilir.
2019	Peter vd.	Bağımlılık Davranışlarında Toplumsal Damgalanma: Casino Kumar, E-sports Kumar ve İnternet Oyun	Sosyal Mesafe Ölçeği (Link ve Arkadaşları 1987)-İlişkilendirme Ölçeği (Corrigan 2003)	Nicel	Sosyoloji	İnternet üzerinden oyun oynamak, kumarhanelerde oyun oynamaktan toplumsal damgalanma yönünden daha hafiftir.
2019	Pişkin vd.	Spor Endüstrisinin Yükselen Alanı E-sporun Dünya Ekonomisindeki Yeri		Nitel	Ekonomi	E-spor uygulamaları için gereken ekipmanlar ve bu ekipmanlara özgü piyasaya sürülen rekabetçi oyunlardaki artışlar ülkelerin ekonomi kalemlerine etki edebilecek bir potansiyele sahiptir.
2019	Summerley	Sporun Gelişimi: Geleneksel Spor ve E-sporun Erken Kurumsallaşma sürecinin Karşılaştırmalı Bir Analiz		Nitel	Sosyoloji (Kültür ve Oyun)	Geleneksel spor kurumları e-spor kurumlarına göre daha güçlü bir konumdadır. E-spor çeşitli teknolojik ve ticari bağımlılıkları nedeni ile geleneksel spor kurumlarından daha dezavantajlı durumdadır.
2020	Takakura vd.	E-spor Sporcuları İçin Akupunktur		Nitel	Sağlık	Ağrı ve yorgunluğun azaltılması, performansın iyileştirilmesi ve genel sağlığın teşvik edilmesi için e-spor sporcularında akupunktur tedavisinin etkin olacağı düşünülmektedir.

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2019	Ward ve Harmon	E-sporlarda Süperstarlar		Hibrit	Spor	E-spor, hızla büyüyen izleyiciler, turnuvalar, katılımcı sayısı, gelir akışları ve ödül havuzları ile bir dizi video oyunu yarışmasını temsil eder. Büyük ölçüde İnternet aracılığıyla olduğu için, E-sporun bir süperstar pazarını temsil ettiğini göstermek için oyuncular ve ödül kazançları yeterlidir. Oyuncular ödül kazanma fırsatı tarafından motive edilmektedir.
2019	Xue vd.	E-sporlarda Hikayeler, Kimlik ve Topluluk		Nitel	Spor Yönetimi	Reddit sosyal medya platformu e-sporcuların kimliğini inşa etmede iyi bir alandır.
2019	Macedo ve Falcão	Profesyoneller gibi: Amazon E-spor Senaryosunda İletişim, Arkadaşlık ve Grup	Etnografik Araştırma (Yüz Yüze Görüşme)	Nitel	Bilişim	E-spor'un iletişim, oyun çalışmaları, sosyoloji ve e-spor felsefesi alanlarını birleştirdiği düşünülerek e-sporun hibrit yönünü ele alan teorik bir çerçeve sağlamaktadır.
2020	Bertschy vd.	Bir Futbol Markasının E-sports Uzantısı: Paydaşların Birlikte Çalışması Mı?		Nitel	Spor Yönetimi	Futbol taraftarlarının kulübün yeni e-spor faaliyetleriyle ilgilenmediğini ya da bu etkinliklerle çok sınırlı düzeyde ilgilendiği belirtilmiştir. Aynı anda hem futbol hem de e-spor tutkunu olan çok az oyuncu, e-spor aktivitelerini mevcut futbol marka anlamı çerçevesinde yorumlama eğilimindedir.
2020	Egliston	Kazanmak İçin E-spor, Yayın Uzmanlığı ve Dota 2 izle	Bernard Stiegler Teknik Teorisi (Teknik ve Zaman)	Nitel	İletişim	E-spor katılımcıları tarafından oyun içi beceriyi geliştirme isteğinden ziyade ekonomik olarak arzu edilen (sürekli izlemeye neden olabilecek etkenler) bir kavram olarak değerlendirilmektedir.
2020	Holden vd.	E-sporlarda Cinsel Tacize Karşı Mücadele		Nitel	Hukuk	E-spor liderleri e-sporun içerisinde yer alan cinsel tacize karşı daha fazla sessiz kalırsa potansiyel yatırımcılar ve tüketicilerden tepki görme riski ile karşılaşabilirler.
2020	Jang ve Byon	E-Skortlar ve E-spor Oyunuyla İlişkili Sonuçlar	Birleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi 2 (UTAUT2, Venkatesh ve diğerleri,2012)	Nitel	Spor Pazarlaması	E-spor türlerinin üç kategorisini (hayal gücü, fiziksel canlandırma ve spor simülasyonu) belirlemek ve her grup için e-spor oyun niyetinin arkasındaki itici güçler incelenmiştir.
2020	Pedraza vd.	E-spor Psikolojisi İçin Bilimsel Aşama Belirlemek: Sistematik Bir Derleme		Nitel	Spor ve Egzersiz Psikolojisi	E-spor'da bilişsel ve oyun içi performans ile ilgili faktörler baz alınarak derleme yapılmıştır.
2020	Qian vd.	Oyunun İçinde: E-sporlarda Çevrimiçi Seyirci Motivasyonu ve Bir Ölçeğin Gelişimi Boyutları		Hibrit	Spor Yönetimi	Belirlenen güdüler ölçümlenebilir ve ilişkili güdülerin altında yatan nedenleri bulma yeteneğine sahip güvenilir ve geçerli bir araç geliştirilmiştir.

Yıl	Yazar	Konu Başlığı	Anketler ve Ölçekler	Yöntem	Disiplin	Sonuç
2021	Aslan ve Çoknaz	Güçlü ve Zayıf Yönleri ile E-spor: Yönetici ve Akademisyen Bakış Açısına Dayalı Nitel Bir Çalışma	Yarı Yapılandırılmış Görüşme	Nitel	Spor	Spor yönetimi akademisyenleri ve e-spor yöneticilerinin bakış açısına dayalı olarak ortaya çıkan güçlü ve zayıf yönler e-sporun geleceği açısından önemli konulardır.
2021	Ekdahl ve Ravn	Sanal Dünyalarda Somut Katılım: E-spor Uygulayıcıları Örneği		Nitel	Spor	CS:GO ve LoL'ün sanal dünya yanıltmalarında farklı biçimler yer almaktadır. Genel amaç, ister bir takım ister bir oyuncu olarak, rakiplerin anlık eylemlerine ve oyun içi hareketlerini bedensel manipüle edecek şekillerde maskelemek veya yanıltmaktır.
2021	Tan	Dünyanın En Büyük E-sporuna Sahip Olmak: Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakkı ve Dota		Nitel	Hukuk	Şirketler ilk olarak yaratıcılığı teşvik ederken aynı zamanda yükselme potansiyeli olan eserlerin kontrolünü sağlayabilecek uygun bir son kullanımı lisans sözleşmesine sahip olmak ve güvence altına alınmasını sağlamalıdır.
2022	Beşiktaş	E-sporla Zihinsel Antrenman Teknikleri		Nitel	Spor	Zihinsel antrenman teknikleri yapılması planlanan her türlü zihinsel antrenman çalışması içinde çalışmanın etkinliğini artırmak için kullanılabilir. Hem fiziksel hem psikolojik performansa olumlu katkılar yapabilmektedir.
2022	Cotrufo	Ncaa Division II ve III Athletic Direktörlerinin E-sporun Ortaya Çıkışına İlişkin Algıları		Nicel	Spor	Mevcut Atletizm Direktörleri, kurumlarında e-sporun kaçınılmaz olarak ortaya çıkışını anlıyor ve benimsiyor; ancak, e-spor uygun bir şekilde uygulanacak ve yönetilecekse, genel tartışmaya daha fazla dahil olmaları gerektiğini düşünmektedirler.
2022	Karakuş	E-spor Oyuncularının Sporcu Kimlikleri ile Etkili İletişim Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	Sporcu Kimliği Ölçeği, Takım Sporlarında Etkili İletişim Ölçeği	Nicel	Spor	E-spor hakkında yapılan eleştirilere rağmen e-spor sporun doğasına uygundur. E-spor oyuncularının sporcu kimliği düzeylerinin artmasıyla etkili iletişim seviyelerinin de artması beklenmektedir.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde; Farklı bilim alanlarında incelenen e-spora yönelik; e-sporun kavram olarak spor olarak sayılıp sayılmayacağı, e-sporun gelişimi için yapılması gerekenler, e-sporun hukuki boyutları, e-spor pazarı, e-spor motivasyonları gibi konulara yer verilmiştir. Araştırma, literatürdeki e-spor üzerine yapılan araştırmalardan farklı olarak, İşletme Alanında e-spor oyuncularının motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri

üzerine etkilerini incelemeye yönelik ulusal ve uluslararası yayımlarda, üniversitelere yönelik ilk çalışma olarak yer almaktadır.

4. E-SPOR EKOSİSTEMİ AKTÖRLERİ

E-spor ekosistemi içerisinde; oyun üreticileri, video oyunları, bireysel sporcular-takımlar, seyirciler, sponsorlar ve medya yer almaktadır.

4.1. Oyun Üreticileri

Oyun üreticisi, bir oyunu üreten, geliştiren, dağıtım ve bakımından sorumlu olan, kâr elde eden bir kurumdur. Küreselleşme nedeni ile bilişim sektöründe değişiklikler meydana gelmiştir. Oyun üreticileri eski oyun merkezli anlayışlarını bırakmak zorunda kalmışlardır. Pazarlama paradigmalarını strateji boyutunda yenileyerek, oyunun üretilmesi, izletilmesi, oyuncular ve seyirci arasındaki iletişim ve etkileşim sağlama kanallarında dijital pazarlama ve medya kanallarını kullanmaya başlamışlardır. Oyun üreticisi şirketleri sanal eğlence sektörü konumuna gelmişlerdir. Bu dönüşüm şirket gelirlerine de katkı sağlamıştır (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018, s. 537; Karhulahti, 2017, s. 46).

Tablo 3'te 2021 yılında dünyada ilk 10'da yer alan e-spor şirketlerinin gelirleri ve 2020 yılından itibaren büyüme oranlarına yer verilmiştir.

Tablo 3. 2021 Yılı Dünya'da İlk 10'da Yer Alan Oyun Şirketleri ve 2020 Yılından İtibaren Büyüme Payları

Şirket Adı	2021 Yılı Gelir	2020 Yılından İtibaren Büyüme Payları
TSM	540 milyon dolar	%32
100 Thieves	460 milyon dolar	%142
Team Liquid	440 milyon dolar	%42
Faze Clan	400 milyon dolar	%31
Cloud 9	380 milyon dolar	%9
G2 E-sports	340 milyon dolar	%94
Fnatic	260 milyon dolar	-
Gen. G	250 milyon dolar	%35
NRG E-sports	240 milyon dolar	%55
T1	220 milyon dolar	%47

Kaynak: Web 5

Tablo 4’te 2021 yılı Türkiye’de popüler olan e-spor şirketlerine yer verilmiştir.

Tablo 4. 2021 Yılı Türkiye’de Popüler Olan E-spor Şirketleri

2k Games	Bubadu	Fingersoft	King
4399	Bytedance	Firaxis Games	Kingsgroup
89 Trillion	Candivore	First Touch	Klei Entertainment
Ahoy Games	Capcom	Follow Circles	Kojima
Amanotes	CD Projekt Red	Forgegames	Konami
Amzg	Chess Prince	Fromsoftware	Kolibri Games
Appquantum	Chess.Com	Fugo	Kooapps
Appquiz	Coda Platform	Gamebasics	Krafton Game Union
Apps Information	Concernedape	Gameforge	Krafton, Inc.
Arenanet	COWON	Gameloft	Larian Studios
Arkane Studios	Crazy Labs	Garena Online	Lilith Games
Ascella Mobile	Crytek	Gartic	Lion Studios
Astragon	Critical Force	Grinding Gear Games	Lokum
Axeinmotion	Cubinet	Good Job Games	Lowtech Studios
Ayasis	Daily Innovation	Gooogame	Lunime
Aybars Yalcin	Deep Silver	Habby	Magic Tavern
Azur Interactive	Devolver Digital	Halfbrick	Maksim Gamarnik
Bandai Namco	Dream Games	He2 Apps	Marul Games
Beach Bum	Dress Games For Girls	Headupgames	Masomo
Beauty Salon Std.	Ea Games	Hinterland Games	Matchingham Games
Bee Games	Easybrain	Homa	Mattel 163
Bethesda	Epic Games	IGG	Mechanist
Better World Gam.	Etermax	Ilyon Dynamics	Mediocre
Bioware	Facepunch Studios	Imangi	Mihoyo
Blizzard/Activision	Fanatee	Innersloth	Miniclip
Boke	FDG Entertainment	İposeidon	MNO GO APPS
Boomhits	Fidget DeviMihoyo	Ketchapp	Mojang

Kaynak: Web 6

4.2. Video Oyunları

Kullanıcı arayüzü ile insan etkileşimini içeren, iki veya üç boyutlu görüntüler ve video üretebilen, bir video cihazından görsel geri bildirim sağlayan, elektronik bir oyuna video oyunu denir (Jackson ve Games, 2015, s.14). E-spor içerisinde video oyunları bulunmaktadır ve günümüzde mobil iletişimin gelişmesiyle her ortamda erişilebilir duruma gelmiştir. 2019 yılında Güneydoğu Asya, Hindistan ve Brezilya gibi pazarlarda mobil e-sporlar büyük bir artış göstermiştir. Mobil e-sporlar da canlı

görüntüleme sayısı da çok büyük bir artış göstererek bu pazara büyük bir katkıda bulunmaktadır. 2018'de 15,3 milyon izlenme saatinden 2019'da 98,5 milyona sıçramıştır. (%600'den fazla artış) Tablo 5'te, dünyadaki en popüler e-spor oyunları, oynama türü ve oyuncu sayısına yer verilmiştir.

Tablo 5. 2021 Yılı Küresel E-Spor Raporu

OYUN İSİMLERİ	OYUN PLATFORMU	OYUNCU SAYISI (Milyon)
League of Legends	PC	348.8
Counter-Strikes- Global Offensive	PC	215
Dota2	PC	198.9
Overwatch	PC	109,9
Hearthstone	PC	37.0
Tom Clancy's Rainbow Six Siege	PC	32.4
Arena of Valor	Mobil	31.6
PUBG Mobile	Mobil	27.9
Playerunknown's Battlegrounds	PC	26.8
Starcraft II	PC	22.8
Rocket League	PC	20.4
Super Smash Bros. Ultimate Console	Konsol	18.6
Garena Free Fire	Mobil	13.3
Call of Duty: Black Ops 4	Konsol	13.3
Magics. The Gathering	PC	12.9
World of Warcraft	PC	10.3
FIFA 19	Konsol	7.7
Street Fighter V	Konsol	7.0
Super Smash Bros. Melee	Konsol	5.2
Mobile Legends. Bang Bang	Mobil	4.0
Tekken 7	Konsol	3.8
Clash Royale	Mobil	3.8
Teamfight Tactics	PC	3.4
FIFA 20	Konsol	3.0
TOPLAM		1.209,6

Kaynak: Web 7

Tablo 6’da 2019 yılında Türkiye’ de en fazla indirilen e-spor uygulamaları ve oyunlarına² yer verilmiştir.

Tablo 6. 2019 Yılında Türkiye’de En Fazla İndirilen E-spor Uygulamaları ve Oyunları

E-spor Aplikasyonları	E-spor Oyunları	
Whatsapp Messenger	Pubg Mobile	Tencent
Instagram	Candy Crush Saga	Activision Blizzard
Facebook	101 Okey Plus	Zynga
Facebook Messenger	Brawl Stars	Supercell
Twitter	Clash of Clans	Supercell
Sahibinden.com	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton
E-Devlet	Words of Wonders	Fugo
Ziraat Mobil	Kelime Gezmece	Big Star Games
Letgo	Subway Surfers	Kiloo
Hepsiburada	Clash Royale	Supercell

Kaynak: Web 8

4.3. Bireysel Sporcular-Takımlar

E-spor faaliyetleri sanal ortamda bilişim çevrelerinde gerçekleşmektedir. E-spor’da bireysel sporcu elektronik oyun alanları sistemlerini kullanan, insan bilgisayar ara yüzünü tüm bilgisayar ekipmanlarını dokunma duyusuyla işleve geçiren kişidir (Hamari ve Sjöblom, 2017, s. 213).

E-spor’da, birden fazla oyuncunun bir araya gelerek düzenli eğitim, takım çalışması ve taktiklerin uygulanması ile oluşan bütünlük e-spor takımlarını oluşturur. Modern sporlardaki bu benzerlik e-sporla paralel yapıdadır (Hamari ve Sjöblom, 2017; Hutchins, 2006).

² E-spor’da aplikasyon ve oyun kavramları birbirinden farklıdır. Aplikasyon e-spor’da uygulama alanları anlamına gelmektedir. Aplikasyonlar e-spora dolaylı bir erişim sağlamaktadır. Oyunlar ise direkt bir erişim sağlamaktadır

Son yirmi yıldır dünya çapında video oyunu oynamak boş zamanın popüler aktivitesi olarak önemini arttırmaktadır. Video oyunları oynayan oyuncu sayısının artması, oyuncuların motivasyonlarının finansal kaynak fırsatına dayandığının bir göstergesidir (Griffiths, 2017; Banyai vd., 2018).

E-spor oyuncularının kadın ve erkekten oluşan karma bir yapıya sahip olması, profesyonel düzeyinde seçilmeleri özellikle iş hukuku ve kamu hukuku politikası uygulamaları bakımından normatif etkileri olan bir konudur. Profesyonel oyuncular kulüpler tarafından kiralanıp, menajerinin gözetimi altındadır, düzenli olarak antrenman yaparlar ve bunun için maaş almaktadırlar (Llorens 2017, s.472).

Tablo 7’de 2021 yılı Dünya çapında aktif e-spor oyuncu sayısı yer almaktadır.

Tablo 7. 2021 Yılı Dünya Kıtaları Çapında Aktif E-spor Oyuncu Sayısı

Kıtalar	30-150 Bin Arası Olan	151 Bin-700 Bin Arası Olan	701 Bin-1 Milyon Arası Olan	1 Milyondan Fazla
Asya				1.478,9
Avrupa			715.8	
Latin Amerika		419.6		
Kuzey Amerika		284.4		
MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika)		168.4		
Sahra Altı Afrika Ülkeleri	143.6			
Avustralya	32			

Kaynak: Web 9

2021 yılı verilerine göre dünyada aktif e-spor oyuncu sayısı en fazla olan ülke Asya Ülkeleridir. Tablo 7’de verilen dağılımda Asya Ülkelerinden sonra oyuncu sayısı 701 Bin-1.000 Milyon arasında olan Avrupa Ülkeleri, 151-700 Bin arası olan Latin Amerika, Kuzey Amerika, Orta Doğu ve Kuzey Afrika Ülkeleri, 30-150 Bin arası Sahra Altı Afrika Ülkeleri ve Avustralya ülkeleri bulunmaktadır. 3,5 yılda ülkemizde 2 bin 467’si kadın olmak üzere toplam 8 bin 126 e-sporcu federasyonumuz tarafından lisanslanmıştır. Bu sürede lisanslı kulüp sayısı 165’e çıkarken, e-spor salonu sayısı ise

bu yıl itibari ile 57'ye yükselmiştir. Federasyonun 68 ilde temsilcilikleri hayata geçirilmiş ve yine 2021 yılı itibariyle 64 antrenör sayısına ulaşılmıştır (Web 10).

Tablo 8'de 2021 Yılı Türkiye'deki e-spor oyuncu sayısına yer verilmiştir.

Tablo 8. 2021 Yılı Türkiye'deki E-spor Oyuncu Sayısı

Oyuncu Yaş Aralıkları	10-20 Yaş Arası	21-35 Yaş Arası	36-50 Yaş Arası
Yaşa Göre %	27	44	29
	KADIN	ERKEK	
Cinsiyete Göre %	48	52	
	Düşük	Orta	Yüksek
Gelire Göre %	29	30	41

Kaynak: Web 11

Tablo 8'de verilen dağılımda 2021 Yılı Türkiye'de 10-35 yaş arası oyuncu dağılımı %71 oranındadır.

4.4. Seyirciler

E-spor tabandan tavana doğru bir harekettir. Bu yönüyle etkileşimliliği de ön plana almış, bu durum oyuncu, taraftar buluşmasını kolaylaştırmıştır. E-spor sektörünü finanse eden asıl unsur seyircilerdir (Akgöl, 2019: 220). Tablo 9'da 2020-2025 yılları arası seyirci verilerine yer verilmiştir.

Tablo 9. 2020-2025 Yılları Arası E-spor İzleyici Sayısı ve Türleri

YILLAR	KİŞİ SAYISI (MİLYON)
2020	220,5
2021	249,5
2022	270,9
2025	322,7
TOPLAM	1.063,6

Kaynak: Web 12

Tablo 9’da belirtildiği üzere 2020 yılından itibaren 2025 yılına kadar e-sporu izleyen seyirci sayısında artış gözlenmektedir. 2025 yılı verisi tahmini olarak verilmiştir.

E-spor izleyicisinin çoğunluğu çevrimiçi ve çok oyunculu oyunun gerçekleştiği ortamda bulunmasından dolayı izlenme veya katılma ortamlarının tek sağlayıcısı olan medya türleri (Twitch ve Youtube) oldukça sık kullanılmaktadır. Geleneksel sporla kıyaslandığında: Geleneksel spor izleyicileri müsabakaların bulunduğu ortama kısıtlı ve sınırlı olarak gitmektedir. Müsabakaya gidemeyen izleyiciler ise belirli meblağlar ödeyerek şifreli televizyon kanallardan izlenim sağlayabilmektedir (Pişkin vd., 2019, s. 271). Nielsen 2018 araştırma raporuna göre bu durum izleyici ekonomisini zorlamakta ve hem de izleyici sayısını düşürmektedir. Ayrıca geleneksel sporda lig gelirlerden ortalama %40’ını televizyon hakları olarak belirli kanallara kaptırmaktadırlar. Geleneksel spora kıyasla, e-spor seyircilerinin ve takımlarının gelir dağılımları ve izlenme sayılarında şimdilik bir kısıt bulunmamaktadır. (Web 13).

4.5. Sponsorlar

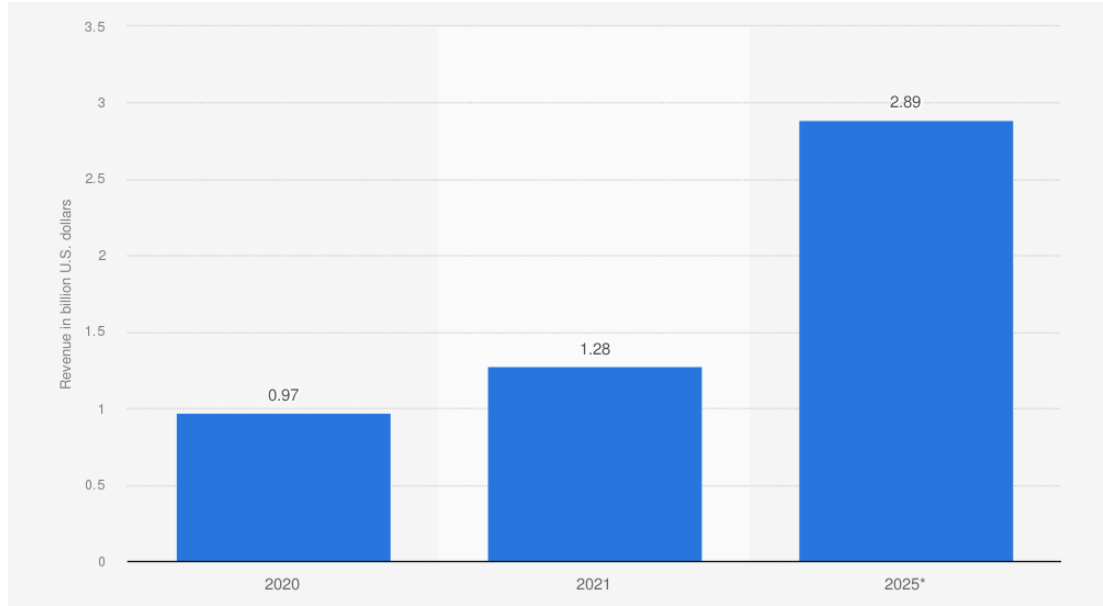
İşletmelerin tüketicilerle bir bağ kurmasına yardımcı olan kaynaklardan bir tanesi de sponsorluktur. Tüketici nezdinde marka ile ilgili olumlu bir algı yaratmaya çalışmak için sponsorluktan faydalanılır. İşletmeler son yıllarda tüketicilerin dikkatini çeken sağlık, müzik, eğitim ve spor gibi alanlarda sponsorluk yapmaktadırlar (Özer, 2011, s. 45). Sponsorluk, tüm spor dallarında olan ve e-spor alanında da sektörün içerisindeki önemli bileşenlerden birisidir. Türkiye’de gelişme aşamasında olan e-spor takımlar ve oyuncular için sponsorlar ana gelir kaynağı durumundadır. Markalar e-spor da yer alan turnuvalara, liglere yayın platformlarına sponsor olmaktadır. Sponsor olan markaların geniş kitlelerini bilişim, oyun, tüketicilerin bu alanda kullandıkları markalar oluşturmaktadır. Son yıllarda e-sporla ilişkisi olmayan markalarında sponsorlukların da bir artış gözlenmektedir (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018, s. 544; Akgöl: 2019, s. 222). Tablo 10 incelendiğinde e-spora yatırım yapan markaların sadece bilişim markaları olmadığı gözlemlenmektedir.

Tablo 10. 2021 Yılı Türkiye E-spor ve Oyuna Yatırım Yapan Markalar

Acer	Corsair	KFC
Altınyıldız Classics	Doritos	Little Caesars
Aoc	Esa	Logitech G
Arko Men	Eti	Maximum
Asist Analiz	Fastpay	Migros
Asus	Gamesatış	Monster Notebook
Axe	Getir	MSI
Bacar Automotive	Gilette	Nescafe
Bahçeşehir Üniversitesi	Gökrail	Nimo Tv
Bilcee	Grimelange	Old Spice
Biocore	Hawk	Olips
Bitci.Com	HDI Sigorta	Omen By HP
Bitexen	Head & Shoulders	Opet
Bkm Express	Hepsiburada	Ozan Superapp
Borusan Otomotiv	Hi2games	Papara
Bursagb	Hyperx	Paribu
Bynogame	İnce Hesap	Puma
Carrefoursa	İninal	Rampage
Chupa Chups	İtopya	Razer

Kaynak: Web 6

2020-2025 yılları arasında dünya bazında markaların e-spor sponsorluk harcamaları Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. 2020-2025 Yılları Arası Dünya Bazında Markaların E-spor Sponsorluk Harcamaları (Milyon Dolar)

Kaynak: Web 14

Şekil 1’de 2020-2021 yılı e-spor sponsorluk harcamaları ile 2025 yılında yapılacak tahmini harcama oranları verilmiştir. 2020 yılından itibaren %97 oranında başlayan e-spor sponsorluk harcamaları %31 oranlık bir artışla 2021 yılında %1,28 oranına ulaşmıştır. 2025 yılı dünya bazında bu oranının %2,89 oranına ulaşacağı tahmin edilmektedir.

4.6. Medya

E-spor paradigması içerisinde geleneksel medya ve dijital medyanın yeri ve konumu farklı olarak değerlendirilebilir. E-spor açısından değerlendirildiğinde genç ve orta yaş oyuncu yüzdesi daha yüksek olan bu sektörde dijital medya geleneksel medyaya göre daha etkin bir durumdadır. Hedef kitleye ulaşım ve geri dönüş döngüsünde etkinlik açısından dijital medya geleneksel medyadan daha üst konumundadır. E-spor oyuncu ve taraftarlarının geleneksel medya içerisinde yer alan televizyon, radyo, gazete gibi araçları kullanımı için az zaman ayırmaktadırlar. Dijital medya içerisinde barınan e-spor online yayın gibi araçlarla oyuncu ve taraftarlara

ulaşmada hem daha aktif hem daha baskın durumdadır (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017, s. 42). 2021 yılı Türkiye’deki dijital e-spor medya kanallarına Tablo.11’de yer verilmiştir.

Tablo 11. 2021 Yılı Türkiye’deki Dijital E-spor Medya Kanalları

Acun Medya	Hürriyet E-spor
Dijital Sporlar	Invade E-spor
Elektronik Sporlar	Medya E-spor
E-spor Analist	Migros E-spor
E-spor Gazetesi	Mobidictum
E-sporin	Multiplayer
E-sporkolik	Mynet E-spor
E-sport Times	Onedio Gaming
E-sports 360 Mag	Playerbros
Fanatik E-spor	Red Bull E-spor
Gamerbase	Save Butonu
Hubog	Thats Game Bro

Kaynak: Web 6

5. HUKUKSAL AÇIDAN E-SPOR’ UN YERİ

Dünya çapında hızla büyümeye devam eden e-spor üzerinde yasal düzenlemelerin yapılması zorunlu hale gelmiştir (Grabowski, 2019, s.185). E-spor’ da oynanan her video oyunun kuralları telif hakkı ile korunmaktadır. Oyunu üreten kişi oyunun kurallarını da belirlemektedir. Video oyunlarının her türlü kullanımı da fikri mülkiyet kanunlarına (oyun sahibine) tabidir (Abanazir, 2019, s. 5-6).

Fikri mülkiyet haklarına yönelik düzenlemelerin aksine, e-sporların uygulanmasına yönelik hukuki düzenlemelerde eksiklikler bulunmaktadır. Özellikle, müsabakalara yönelik kontratların niteliği, ayrımcılık, şike hileler ve sponsorluklara yönelik koruyucu ve önleyici düzenlemelere gereksinim duyulmaktadır. Bazı düzenlemelerin olması hukuk paradigmasında e-sporu belirsiz ve düzensiz hale getirmiştir. E-spor müsabakalarında, merkezi bir yönetim mekanizmasının olmayışı hangi düzenlemelerin geçerli ve geçersiz olduğu konusunda sorun oluşturmaktadır.

Çünkü, e-spor oyuncularının önemli bir kısmı genç yaş gruplarından oluşmaktadır. E-spor'un hukuksal açıdan en büyük sorunu ise tekel bir yönetim anlayışına dayalı olup merkezi bir yönetim sistemi olmaması ve yapılan kontratlardır (Grobowski, 2019, s. 186).

6. SAĞLIK VE PSİKOLOJİ AÇISINDAN E-SPOR' UN YERİ

E-spor'un en fazla tartışıldığı alanlar arasında sağlık ve psikoloji gelmektedir. Bu iki alanda e-sporun olumlu ve olumsuz etkileri karşılıklı olarak incelenmektedir. Oyun takımlarına üyelik ve LAN (Yerel İnternet Ağı) partilerine katılım e-spor oyuncularının dostane ilişkiler kurması ve ait olma ihtiyacını karşılamaktadır. E-spor oynamak, boş zamanı harcamanın değerli bir yolu ve hızla değişen modern dünyada gençlerin kendilerini ifade etmenin bir yolu olabilmektedir (Martoncik, 2015, s. 211).

Dünya genelinde gençler arasında daha fazla oynanan e-spor, klasik spor gibi adrenalin, erkek egemenliği, rekabet, izlenme ve şiddet gibi olumsuz duyguları barındırmaktadır. E-spor oynayan gençler farklı düzeylerde gelir elde edebilirler. E-spor içerisinde şiddet, sözlü taciz ve küfür içeriği mevcuttur (Özsoy ve Çat, 2018, s. 4782). Fiziksel aktiviteye ihtiyaç duyulmaması, e-sporun modern spor kategorisinde yer alması konusundaki en büyük eleştirilerden birisidir. Bilgisayar başında e-spor oynayarak günün çoğu saatini geçiren e-sporcular haftalık fiziksel aktiviteye katılım sürelerine ulaşmaları için teşvik edilmelidirler (Mustafaoğlu, 2018, s. 93).

E-spor oynamak, uzun süre aynı pozisyonda kalıp bilgisayar kullanımı sonucu az miktarda kas aktivitesi gerektirdiği düşünülebilir. Lakin bu az olan kas aktivitesinin, kronik ağrıya sebep olabileceği düşünülmektedir. Cinderella lifleri hipotezine göre uzun süreli kasılmalar sonucunda damar tıkanıklığı yorgunluğu hatta çeşitli kas liflerinde dejenerasyon ile sonuçlanabileceği belirtilmekte ve kas lifi onarımının yavaş olabileceği aynı zamanda uzun sürdüğü belirtilmiştir (Bilgin ve Kutsal 2017).

7. SOSYOLOJİ AÇISINDAN E-SPOR' UN YERİ

Sosyoloji açısından e-spor ile ilgili olarak farklı iki görüş bulunmaktadır. Bunlardan ilki e-sporun toplumsal düzeyde asosyalleşme meydana getirdiği anlayışıdır. E-spor' un sürekli oynanması oyunculara bağımlılık halini almaktadır. E-

spor oynayan kişide saldırganlık tutumu artmaktadır. Gün boyu e-spor oynayan bir oyuncu toplumsal faaliyetlere katılmadığı ve iletişim kuramadığı için, toplumdaki diğer bireylerden koparak etkileşim eksikliği yaşamaktadır. Bu nedenle sosyal becerilerini kaybetmektedir (Macey ve Hamari, 2018, s. 347).

Karşıt görüş olarak ise, e-spor oyuncularını rekabet anlayışı içerisinde takım ruhu güdüsüyle oynadıkları için bir etkileşim içerisinde olduklarıdır. Bu etkileşim sayesinde sosyalleşmektedirler (Web 15).

E-spor içerisinde cinsiyet ayrımcılığı yaşanmaktadır. E-sporlara katılan kadınlar erkeklere kıyasla önemli ölçüde daha cinselleştirilmiş ve vücut odaklı yorumlar almaktadır. Gelişmekte olan bir spor olarak e-spor, diğer sporlarda kök salmış olan cinsiyet sorunlarını ele alma potansiyeline sahiptir. Kadınların çevrimiçi olarak karşılaştıkları taciz yaygın olabilir ve öz saygıda olumsuz değişiklikler, öz nesneleştirme ve pasif katılım (ör. çevrimdışı veya sessiz) yaşanabilir. Bu süreçte kadınların e-sporlardan kopma gibi tutum ve davranışları etkileyebilir. Cinsiyet ve cinsiyetle ilgili davranışlar tartışılmadığı ve tacizin önüne geçilmediği süreçte, e-spor kadın atletler için istenmeyen sonuçlar vermeye devam edebilir (Web 16).

8. DİJİTAL PAZARLAMA AÇISINDAN E-SPOR'UN YERİ

Son yıllarda internetin hızla gelişmesi küreselleşmeyi açıklayan nedenlerden birisi olarak yaygın şekilde kullanılmaktadır. Dijital Pazarlama, pazarlama uygulaması olan ve teorisinde değişen talepleri ticari ve mikro ekonomik düzeyde değerlendiren bir alandır (Chaffy ve Patron, 2012). Dijital Pazarlamada e-spor kendi bileşenleri açısından değerlendirilmektedir. Bu kapsamda dijital oyun en çok karşılaşılan kavramlardan bir tanesidir. Dijital oyun; içerisinde farklı hikayeler barındıran, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin hakimiyet kurmasıyla oluşan dijital olarak özendirilen rekabet varlığı için üretilen bir metadır (Fidaner, 2009, s. 90; Binark ve Sütçü, 2008, s. 41-42; Kaymas, 2017, s. 105).

8.1. Pazarlama Bileşenleri Açısından E-spor'un Değerlendirilmesi

Geleneksel pazarlama karması, '4P' Product (Ürün), Price (Fiyat), Place (Dağıtım), Promotion (Tutundurma) olmak üzere dört bileşenden oluşmaktadır.

Gelişim sürecine bağlı olarak pazarlamanın uygulanabilirliği dijital boyuta da taşınmıştır. Dijital pazarlama alanında tutundurma bileşeni geleneksel pazarlamadan farklılıklar gösterebilmektedir. Geleneksel pazarlama karmasını oluşturan 4P (Ürün, Fiyat, Dağıtım ve Tutundurma) bileşenlerinin yanında Dijital Pazarlama Karmasına People (İnsan), Process (Süreç) ve Physical Evidence (Fiziksel Kanıt) eklenerek 7P oluşturulmuştur (Dave, 2019).

Geleneksel pazarlamada ürün; tüketici ihtiyaçları doğrultusunda, fiziksel ve kimyasal özellikleri ile karşılamaya çalışan üretim süreci sonucu oluşur. Dijitalleşmenin ortaya çıkması ile çevrimiçi oyunlar, programlar ve müzik gibi dijital ürün ve hizmetler meydana gelmiş ürün politikasını büyük ölçüde değiştirmiştir (Baltes, 2015, s. 34).

Yukarıdaki açıklamalar kapsamında, e-spor pazarlaması açısından; ürün, online oyun olarak değerlendirilebilir. Oyuncuların diğer oyuncularla etkileşime girmesine izin veren, birlikte oynanan az sayıda oyuncusu olan oyunlar online oyun olarak değerlendirilir (Osvald vd., 2019). Geleneksel pazarlamada fiyat yeni ürün (yüksek fiyat ve düşük fiyat) stratejisi ve mevcut ürün stratejisine göre belirlenirken, dijital pazarlamada fiyatlandırma stratejileri aşağıda belirtilmiştir.

Fiyat Farklılaştırması ve Dinamik Fiyatlandırma: Farklı müşteri gruplarının farklı fiyatları ödemeye razı olduğu duruma fiyat farklılaştırması denir. Dinamik fiyatlandırma ürünlerin liste fiyatından farklı olarak satılmasıdır (Yıldırım, 2015, s. 24; Tarakçı ve Göktaş, 2020, s. 253).

Bireyselleştirilmiş Fiyatlandırma: Müşterilerin algıladıkları değere göre (Paket, çoklu ürün, aşırı fiyat indirimleri) bölümlere ayrılması ile oluşan fiyatlandırmadır (Torlak, 2004, s. 25).

Uyarlama Fiyatlandırma: Müşterilerin değer yargılarını karşılayabilmek için ürün stratejisi ve fiyat stratejisinin birleştirilerek kullanılmasıdır (Ancarani, 2002, s. 683).

Markaya Dayalı Fiyatlandırma: Müşteriler markaların kalitesi, içeriği gibi sebeplerle o markaya karşı bir bağlılık oluşturur. İşletmelerde kendi markalarına sadık olan müşterilerine fiyatlandırma stratejisi uygulayabilir (Kazmi ve Hasnain, 2015, s. 27; Yıldırım, 2015, s. 26).

Yaşam Boyu Değeri Fiyatlandırma: Müşterinin işletme ile alışverişte bulunduğu dönemlerde o müşteriden beklenen kâr toplamına göre fiyatın belirlenmesidir. (Yapraklı ve Keser, 2012, s. 484).

Alternatif Kanal Fiyatlandırma: Temeli ilişkisel pazarlamaya dayalıdır. Müşteri değeri doğrultusunda müşterilerin dijital ortamda farklı alternatifleri kullanabilmesine fırsat veren fiyat türüdür (Yıldırım, 2015, s. 27).

Opsiyonlu Fiyatlandırma: Rekabet sağlayan bu fiyat türü belirli koşullara göre (ödeme, teslim vd.) fiyatın opsiyonlu olmasıdır (Yıldırım, 2015, s. 27).

Çoğu zaman internet üzerinden satılan ürünlerin fiyatları dünya çapında bilinen güçlü para birimleri (Dolar veya Euro) üzerinden belirlenir. Çevrimiçi satın alma işlemlerinde ödeme koşulları banka havalesi gibi ödeme sistemleri üzerinden yapılır (Diaconescu, 2010; Baltes, 2015, s. 34).

E-sporda fiyat internet ortamının sağlanması koşulu ile ücretli, ücretsiz, freemium ve hibrit gibi yaklaşımlarla belirlenir. Smite, Realm Royale, Hots vd. oyunlar ücretsiz, PUBG CS:GO, DOTA 2 vd. oyunlar ücretlidir. Fakat bu türler içerisinde belirli seviyelere kadar ücretsiz, belirli seviyelerden sonra ücret ödenmektedir.

Dijital pazarlamada dağıtım fonksiyonu geleneksel pazarlama dağıtım fonksiyonundan farklıdır. Dijital pazarlamada dağıtım kanalı genellikle üretici ve nihai tüketici arasında e-ticaret mağazası ve kurye olarak iki aracı yer alır. Bu kuralın istisnası dijital ürünlerdir. Çünkü istemciler doğrudan çevrimiçi ürünleri indirir. E-sporda dağıtım dijital ürün kapsamında değerlendirilir. Twitch, Youtube gibi e-spor yayıncıları kullanılarak e-spor ürünü kullanılır.

Geleneksel pazarlamada promosyon (tutundurma) kavramı üretici tüketici ve araçlarla iletişim kurarak mal ve hizmetlerle ilgili bilgi vermek işletmeye değer katmaya yönelik mesajların iletilmesine ilişkin pazarlama çabalarıdır. Geleneksel pazarlamadaki tutundurma araçları başlıca: Reklam, kişisel satış, satış tutundurma, tanıtma (duyurma) ve halkla ilişkilerdir.

Dijital Pazarlama ve E-spor Pazarlama’da Tutundurma Bileşeni ayrıntılı olarak Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Dijital Pazarlama ve E-spor Pazarlamada Tutundurma Bileşeni

TUTUNDURMA	DİJİTAL PAZARLAMA	E-SPOR PAZARLAMASI
Reklamcılık	Etkileşimli görüntülü reklamlar, tıklama başına ödeme sağlayan reklamlar, sosyal ağlarda etkili reklamlar bulunmaktadır.	Youtube, Twitch gibi sosyal medya platformlarında haber sitelerinde ve herhangi bir blog da E-spor ile ilgili reklamlar bulunmaktadır.
Satış	Sanal satış personeli, site mağazacılığı, destekli satış, satış ortaklığı pazarlaması bulunmaktadır.	Belirli sitelerden ücretli oyun alma, alım sonrası yaşanan sıkıntılarda yardım desteği bulunmaktadır.
Satış Promosyonu	Kupon, ödüller, çevrimiçi sadık programlar gibi teşviklerden faydalanılmaktadır.	E-spor veya ekipmanları satın alınırken indirimler ve ödüllerden faydalanılmaktadır.
Halkla İlişkiler	Online halkla ilişkiler, sosyal yardımlar, sanal kampanyalar, bültenler, e-bültenler, linkler bulunmaktadır.	E-sporun en fazla olduğu alanlardan birisidir. E-spor sanal dünyada yer aldığı için kampanyaları, oyun üreticilerinin bültenleri, e-bültenleri bulunmaktadır.
Sponsorluk	Bir online siteye, olaya veya hizmete sponsorluk vardır.	E-sporu ayakta tutan en önemli işlev markaların sponsor olmasıdır.
Doğrudan Mail	E-bülten kullanımıyla e-posta seçmek ve çözüm odaklı maile odaklanılmaktadır.	Oyuncuların mail hesaplarına oynadıkları oyunlarla ilgili güncelleme haberleri gelmektedir.
Sunma, Gösteri, Sergileme	Web seminerleri, sanal gösteriler ve en iyi dağıtım örnekleri yapılmaktadır.	E-spor seminerleri, sanal turnuvalar yapılmaktadır.
Alışveriş	E-ticaret sitelerinde reklam sunma, kişiselleştirilmiş öneriler, e-posta uyarıları gelmektedir.	E-spor belirli oyun markalarına sahip olan firmalar veya sosyal medya ağlarından ücretli veya ücretsiz olarak temin edilmektedir.
Paketleme	Sanal seyahat turları, satın alınan ürünün küçük bir hediye ile satın alınan ürüne zarar gelmeden iyi paketleme yapılması gerekmektedir.	Sanal olarak elde edilmek istenmeyen e-spor ekipmanları (Oyun Konsolları) satın alınır ve iyi paketlenmesi gerekmektedir.
Ağızdan Ağıza İletişim	Sosyal, viral, bağ ortaklığı bulunun pazarlardaki etkileşimler, arkadaşla e-posta gönderim, linklerle etkileşim sağlanmaktadır.	Twitch, e-spor için ağızdan ağıza pazarlamanın en iyi örneklerinden biridir. Oyuncular, oyun üreticiler, yayıncılar bu mecra da birbirleri ile iletişim halinde olduklarından etkili bir etkileşim sağlanmaktadır.

Kaynak: Chaffey (2019) ve yazar tarafından oluşturulmuştur.

E-spor Pazarlamasında insan bileşeni e-sporun varlığından söz edebilmek için olması gereken ana unsurdur. Dijital Pazarlama da yer alan fiziksel kanıt bileşeni daha çok hizmet sektöründe yer alan elle tutulup, gözle görülmesi gereken bir unsurdur. Bu

bakımdan e-spor açısından e-spor ekipmanları alındığında değerlendirilmeye alınabilir. Süreç bileşeni dijital pazarlama alanında şirketlerin tüm pazarlama fonksiyonlarına ulaşmak için uyguladıkları yöntemler ve prosedürlerdir. Aynı durum e-sporda yer alan oyun üreticileri için geçerlidir.

8.2. 4E Açısından E-spor Değerlendirmesi

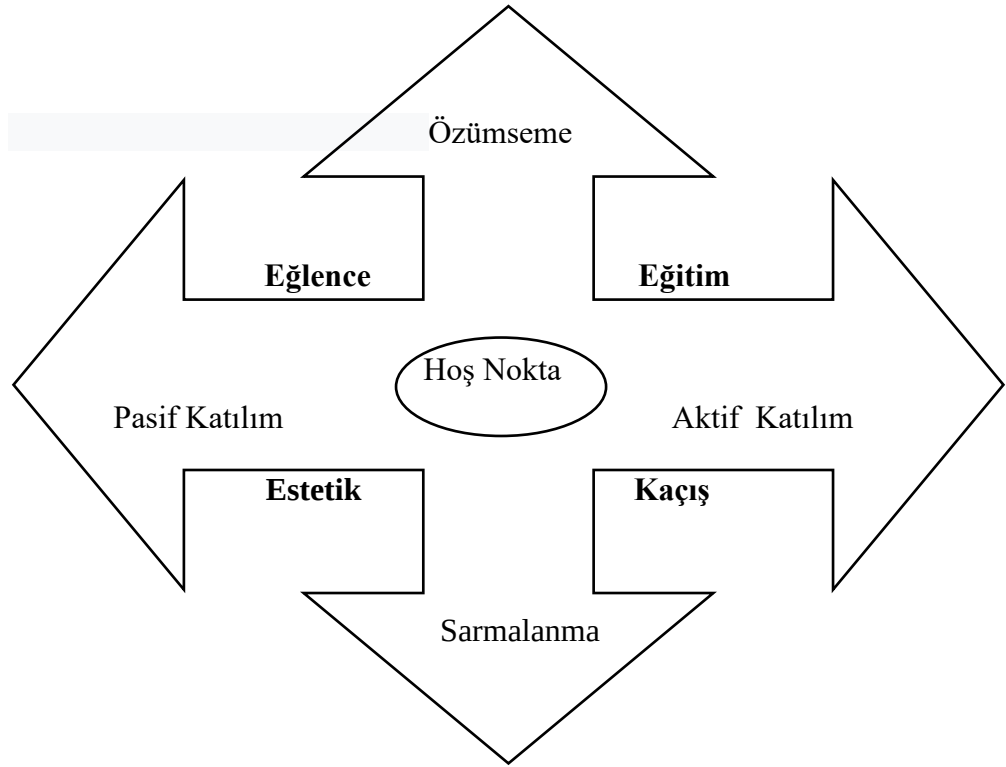
Deneyim ekonomisi 2000'li yılların başında global ekonomideki gelişmelerin ve hizmet alanında tüketici taleplerinin farklılaşmasının (sadakat ve öneme dayanan) bir parçası olarak ortaya çıkan ve farklı ekonomik açılımlara ön ayak olan bir kavramdır (Kociatkiewicz ve Kostera, 2010, s. 26, Yavan vd., 2019, s. 100; Sharan, 2020, s. 1).

Deneyim ekonomisinin temelinde Pine ve Gilmors'un 1999, 2001 yıllarındaki çalışmaları vardır. Pine ve Gilmors'un (1999, 2001) deneyim alanları iki temel üzerine dayalıdır. Bunlar; aktif/pasif ve sürükleyici/ilginç boyutlardır. Bu boyutları kullanarak Pine ve Gilmors dört deneyim alanı oluşturmuştur. Bunlar (4E): Eğlence, eğitim, estetik ve gerçeklerden kaçıştır.

E-spor açısından 4E boyutlarının ilki olan eğlence boyutu pasif katılım ile özümseme arasında bulunmaktadır. Bireyler eğlence olarak gördükleri duyuları ile pasif bir katılımla özümseme yaşamaktadır. E-sporda eğlence deneyiminin en önemli örneği rekabetçi bilgisayar oyunları etkinliklerinin yayınlanmasıdır. Büyümekte olan e-spor kültürünün popüleritesinde tüketiciler sadece bilgisayar ortamında oyun oynamaktan zevk almazlar. Son derece yetenekli olan oyuncuları izlemek de zevkli gelmektedir (Deligöz ve Ünal, 2017, s. 140; Christophers ve Scholz, 2010; Christophers ve Scholz, 2011).

Güney Kore'de genç yetişkinler arasında rekabetçi bilgisayar oyunlarının popüleritesini karşılamak için e-spor etkinliklerini yayınlayan MBC Games gibi bir dizi televizyon kanalı kurulmuştur (Peichi, 2008). Örneğin; IPTV'den e-spor turnuvasını izleyen Güney Kore'de yaşayan bir kişi ile Birleşik Devletlerde e-spor turnuvasını izleyen bir kişi IPTV'de görüşebilir. IPTV sayesinde sadece seyirciler için değil, oyuncular, oyun üreticileri yayıncılar içinde bir buluşma noktasıdır (Scholz, 2012).

Deneyim Ekonomisinin 4E'si Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. Deneyim Ekonomisinin 4 E'si (Eğlence, Eğitim, Estetik, Kaçış)

Kaynak: Pine ve Gilmore, 2012, s. 72

E-spor'da eğitim özümseme ve aktif katılım arasında kalan bir boyuttur. Eğitim deneyiminin gerçekleşebilmesi için tüketici aktif olarak etkinliğe katılmalı ve deneyime yoğunlaşmalıdır (Change, 2018, s.56). E-spor'da eğitim oyuncuların oyun stratejilerini, taktiklerini paylaşımlarına olanak tanımaktadır. Oyuncular ilgilendikleri bilgisayar oyunu hakkında görüş bildirerek tüketici bilgilerini arttırmaktadır. E-spor performansları açısından, uygulamalar hakkında oyun bilgisi ve oyun okuryazarlığının artması bir değerdir (Rambusch vd., 2007).

Sporda estetik kavramı, spor biliminin içerisinde var olan duyma, algılama, fiile dönüşen harekettir. Sanatsal spor dallarının içerisinde dans (zumba), buz pateni dansı, su balesi sporda estetik kavramına örnek olarak gösterilebilir. Müziğin varlığıyla bütünleşen bu sporlarda algı ve duyum yetenekleri gelişir. Estetiğin çalışma alanlarının içinde bu bileşenler bir bütündür (Orhun, 1998, s. 44). E-spor'da estetik deneyiminin açıklanmasında 'Liminoit Davranış' bileşeninin bilinmesi gerekmektedir. Liminoit davranış; insanların günlük yaşamlarından, davranışlarından

uzaklaşarak farklı bir ortamda anı yaşama istekleridir. İnsanın bir durumdan başka bir duruma geçme isteğidir. E-spor turnuvaları oyuncunun oyundaki karaktere bürünme isteğini gerçekleştiren ve estetik deneyimin somutlaştırıldığı ortamlardır (Polat, 2015, s. 100; Kozinets vd., 2004, s. 658). Estetik deneyim üreten performanslar katılımcıların tek bir performansına odaklanmış durumdadırlar. Ancak bu durumun estetik üzerindeki etkileri sınırlı düzeyde kalmaktadır Birçok e-spor tüketicisinin profesyonel oyuncu olma isteklerini ileterek, büyük profesyonel bilgisayar oyun turnuvaları (WCG gibi) e-spor tüketimi içerisinde önemli bir rol oynamaktadır. E-sporda estetik deneyim e-spor tüketicilerinin fantezilerinden ve liminoidlerden oluşturulmuş üstün karakterlerin mücadelesine dahil olunan turnuvalarda yaşanan muhteşem ortamdır (Pine ve Gilmore, 1999; Messier, 2011).

E-sporda kaçış Pine ve Gilmoore (1999) tarafından ifade edildiği gibi, bir performans esnasında tüketicilerin aktif katılım ve yoğunluğu deneyimlemeleriyle ortaya çıkmaktadır. Kaçış genel olarak bilgisayar oyunlarının ve e-sporların temel özelliğini temsil etmektedir. Gerçek bir dünyadan sanal bir dünyaya kaçış deneyimini gerçekleştiren internet kafeler aracı rolünü üstlenmektedir. Oyuncu, kendisini sanal karakterle özdeşleştirerek, oyun oynarken yoğun rekabet dürtüsü yaşamakta ve o anı yaşamaktadır. E-spor gerçek ve sanal dünyalar arasındaki sınırı bulanıklaştıran, e-spor oyuncularının hem çevrimiçi hem çevrim dışı kaçış performanslarını sergileyebilecekleri bir sahnedir (Seo, 2013, s. 1551).

2. BÖLÜM

MOTİVASYON, SPOR ve E-SPOR MOTİVASYONU

1. MOTİVASYON KAVRAMI

Motivasyon kelimesi Türkçe'ye Fransızca'dan geçerek, isteklendirme ve güdüleme anlamında kullanılmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2011). İnsanların fiziksel ve psikolojik ihtiyaçları doğrultusunda, edinilen tecrübelerden ve çevresel faktörlerden etkilenen, bireyin kişisel amaçlarına ulaşmak için gösterdiği çabaya motivasyon denir (Keller, 2010, s. 3; Schunk vd., 2014, s. 5).

Motivasyon, sosyal bağ kurma, ihtiyaçları karşılama, bilgi, heyecan, duygusal destek sağlama vd. ile oluşan bir sistemdir (Korytko vd., 2020, s. 20). Bu sistem iç kaynaklardan etkilenmiş olsa bile dış kaynaklar tarafından yapısı şekillendirilmektedir (Bahia, 2020, s. 761; Ryan vd., 2019; Noguti ve Waller, 2020, s. 1).

Çocukluktan başlayarak yetişkinlik döneminde yer alan bireyin (Tekkurşun ve Bozkurt, 2019), temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için, sahip olduğu eğitim ile bulunduğu iş hayatı gibi faktörlerin bireyin motivasyonu üzerinde istatistiksel olarak önemli bir etkisi bulunmaktadır (Kovaçi vd, 2020, s. 99; Smith ve Sweet, 2021, s. 70).

Çalışanların motivasyonunu önemli derecede arttıran, davranışsal kısıtlamaların iyileştirilmesinde, dış kaynakların oluşturduğu motivasyon bir araç olarak kullanılmaktadır (Ryan ve Deci, 2017, s. 89; Dasi vd., 2021, s. 78). Çalışanların gelişim ve yeteneklerinin gelişmesinde sosyal fayda sağlanmasında bilişsel ve duygusal yönde motivasyonun rolü bulunmaktadır (Robert vd. 2014; Trudel vd., 2020, s. 40; Tan, 2020, s. 218).

Algılanan değerın tüketiciyi tanımak için birincil parametre olduğu düşünüldüğünde, motivasyonun davranış ve performans belirlemede (Caniëls vd, 2019; Kim vd., 2015; Williams vd., 2021) rolü bulunduğu düşünülmektedir. Bireyin motivasyonu sosyal becerilerin gelişmesinde (Morela vd., 2021, s. 32), davranış sürekliliğinde ve yoğunluğunda etkilidir. (Schmid vd., 2021, s. 18; Lanchance ve Parent., 2020, s. 93).

Motivasyon belirlenen hedefi gerçekleştirmek üzere, bireyin içsel güdü perspektifinin sağlanarak eyleme geçmesini sağlama ve eylemin sürdürülebilirliğinin sağlanması döngüsüdür. (Demir ve Cicioğlu, 2018; Pintrich ve Schunk; 1996, Dilts, 1998; Lumsden, 1994). Bu güdünün sağlanabilmesi için üç temel boyut vardır. Bu boyutlar; içsel motivasyon için arzu, istek gibi manevi güdüler; ödül, para, davranışa verilen tepki gibi maddi güdüler dışsal motivasyon örnekleridir. Motivasyonun sağlanamama durumu motivasyonsuzluktur (Demir ve İlhan, 2019; Deci ve Ryan, 1985).

2. MOTİVASYONU ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Evrende hiçbir objenin bir gerekçesi olmadan bulunduğu durağan durumdan eylem durumuna geçmesi olası değildir. İnsanda yapısı gereği harekete geçebilmek, eylemde bulunabilmek için birtakım nedenlere sahip olmalıdır. Bu nedenler, insanın içinden veya dışından gelen uyarım, dürtü, güdü gibi doğal gerekçelerdir ve motivasyon bütünü oluşturur. Motivasyonu etkileyen faktörler; ekonomik faktörler (Acuner, 2010, s. 48), psiko-sosyal faktörler, yönetsel faktörler olmak üzere üç ana bölümden oluşmaktadır (Aksoy, 2020, s. 95).

2.1. Ekonomik Faktörler

Ücret, prim, kâra katılma, güvenlik ve sosyal haklar, emeklilik planları, ekonomik ve maddi ödülleri kapsayan ekonomik araçlar ekonomik faktörlerdir (Aksu ve Doğan 2020, s. 2040). Bireylerin gelir elde edebilmesinde ücretin önemi büyüktür. Artan ücret, primli ücret, maddi ödül (Lee vd., 2017, s. 685) ve kâra katılma bireyi motive eden ekonomik faktörlerdir (Örücü ve Kanbur, 2008, s. 87). Çalışanların bedensel ve ruhsal emeklerinin karşılığı olarak ücret ödemesi yapılmaktadır (Sule vd., 2015). Ücret tatmini, iş tatmini ile en güçlü ilişkiye sahiptir. Sorumluluğu yüksek birimlerde çalışanlara iyi ödeme yapmak, yöneticiler için iş tatmininin yüksek olmasını sağlayacaktır. Verimli çalışanları ödüllendirmek o kişilerin motivasyonlarını yükselten bir araçtır (Asaari vd., 2019, s. 48).

Motivasyonun her sektör ve iş kolu için çalışan gruplarda, (Parvatti ve Lalitha., 2021, s. 5) ekonomik faktörler konusunda ne şekilde değiştiği konusunda araştırma ve inceleme yapılması motivasyon için iyi bir göstergedir (Gay, 2016, s. 16).

2.2. Psiko-Sosyal Faktörler

Çalışma alanında özgürlük: Sosyalleşme, iş yerinde bulunulan konum, iş çevresi ile sağlanan uyuma, hiyerarşi tarafından beğenilme, psikolojik teminat ve psiko-sosyal faktörlerdir (Aksoy, 2020, s. 95). Çalışanların iş güvenliğinin sağlanması, sosyal ve kültürel faaliyetler, örgüt içinde güç, statü, kendini geliştirme ve otorite sahibi olma, iş tatmini, önerilerde bulunmak, inisiyatif almak ve bağımsız çalışmak, kişinin özel hayatına saygı duymak, psiko-sosyal faktörlerin başında gelmektedir (Şimşek ve Akgemci, 2019).

Psikolojik güdüler ile fizyolojik güdüler arasında bulunan en büyük fark, psikolojik güdülerin öğrenilmesine karşılık fizyolojik güdülerin doğuştan gelmesidir. Çalışma hayatı açısından kavranması en zor motivasyon psikolojik motivasyondur (Güner, 2016, s. 57) İnsanların geleceğe yönelik tasarruf yoluyla varlık oluşturmaya devam etmesi, planlama ufku, psikolojik motivasyonu temsil eden kriterlerdir (Copur ve Guper, 2019, s. 309).

2.3. Örgütsel-Yönetsel Faktörler

Bireyin ve örgütün amaçlarının paralellik göstermesi, örgüt tarafından alınan kararlarda söz sahibi olabilmesi, yeteneği ile verilen görevin dengeli olması (Adnan, 2018), fikirlerini açıklayabilme özgürlüğünün olması, örgütün sahip olduğu fiziki durumu ve dış çevre koşulları gibi faktörler örgütsel ve yönetsel faktörler olup, bireyin motivasyonunu etkilemektedir (Kolaylı ve Lorcü, 2017, s. 343; Mathur, 2012, s. 340).

Örgütlerin ve çalışanların tek bir hedef için toplanması (amaç birliği) motivasyon ve iş tatmininin artmasını sağlar (Altıntaş, 2020, s. 223). Çalışanların becerilerinin kalitesi doğrultusunda yetki verilmesi (yetki hakkı ve karar verme yetisi) pozitif olarak çalışanlara geri dönüş sağlamaktadır. Sahip oldukları yetki çerçevesinde karar alabilme özgürlüğü tanınan çalışanların iş yetisi seviyesi diğer çalışanlardan daha ön plandadır (Kılıç ve Yılmaz, 2019, s. 88).

Örgütte var olan problemlerin çözülebilmesi, çalışanların kendilerini üstlerine daha iyi ifade etmeleri iletişim odaklıdır. Bu işleyişi sağlamış olan örgütlerde çalışan bireylerin motivasyonları daha üst düzeydedir. Yapılan işte yaşanan hata oranları eksilir (Altıntaş, 2020; Saracel ve Taşseven, 2016).

Çalışanların tek bir iş kolundan ziyade, daha farklı iş kollarında da deneyim sağlaması iş tatmin düzeyini genişletmektedir. Bir iş başladıktan sonra çıktı bölümüne kadar işin takip edilmesi çalışan motivasyonunu artırmaktadır. Belirli aralıklarla çalışanların çeşitli bölümlerde çalışması iş rotasyonunu gerektirmektedir. Çalışanların iş yaparken bulundukları fiziksel koşulların iyileştirilmesi çalışanların yönetime memnuniyet sağlaması ve iş tatminlerinin yükselmesini sağlar (Bakan ve Yılmaz, 2021; Köse, 2021).

3. MOTİVASYON TÜRLERİ

Motivasyon türleri kendi içerisinde üç grup olarak incelenebilir.

3.1. İçsel Motivasyon

Bireyin kendisine bağlı olan içsel motivasyon tamamen özerktir. Yenilik, zorluk, öğrenme ve iyileştirme arayışındaki doğal eğilimi temsil eder. Coşku, tutku ve ilgi alanlarına dayanır. Bireyin otonom motivasyonu, duygusal olarak tetiklenmesi ve duyuşsal bir geri bildirim içinde olması içsel motivasyonun (başarı, tanınma, sorumluluk) ve içsel temelli güdülerin ana mekanizmalarıdır (Cerasoli vd., 2014; Chrupała vd., 2016; Kácha ve Ruggeri, 2018; Pniak ve Turska, 2020, s. 113).

Bir aktiviteden alınan zevk odaklı katılım, yetkinlik deneyimi, öğrenme-hedef yönelimi), performans, yaratıcılığın gelişmesi ile içsel motivasyon oluşur (Amabile ve Pratt, 2016; Di Domenico ve Ryan, 2017; Rheinberg ve Engeser, 2018, s. 379).

3.2. Dışsal Motivasyon

Dışarıdan bir şey elde etmek için bireyleri harekete geçiren motivasyonlar dışsal motivasyonlardır. Genellikle, bir tür ödül veya takdir almakla ilgili olmakla beraber çoğu zaman yeterli değildir (Guillen, 2021, s. 7-8).

Dışsal motivasyon, bireyleri süreçten çok sonuca odaklanarak bir görevi tamamlamaya teşvik eder (Lee vd., 2010). Şirketin sahip olduğu misyonu ve vizyonu, yönetim sistemi, denetleme işleyişi, örgüt içi ilişkiler ve çalışma şartları dışsal motivasyonun örnekleridir (Aryasri, 2020).

3.3. Motivasyonsuzluk

Bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik ne içsel ne de dışsal herhangi bir isteğin olmaması durumudur. Bu durum iş görenlerin motivasyonunun sağlanması ile dışsal ve içsel bir etki ile giderilmektedir (Aslan ve Doğan, 2020, s. 292, Güdül, 2015, s. 27). Örneğin, bir sporcunun spora katılma gerekçesini bulamadığı durumlarda motivasyonsuzluk oluşur (Demir ve İlhan, 2019, s. 63). Deneyimi az olan veya spora yeni başlayan sporcular motivasyonsuzluk yaşayabilmektedirler (Gürer, 2020, s. 3378).

4. MOTİVASYON TEORİLERİ

Bireylerin daha iyi performans için nasıl motive edilmesi gerektiği ve örgütsel hedeflere ulaşabilmek için çalışanların ne şekilde çalışması gerektiği noktasını oluşturmak üzere, bir dizi temel ve birbirini tamamlayıcı motivasyon teorileri bulunmaktadır (Bushi, 2021, s. 8).

4.1. Kapsam (İçerik) Teorileri

Kapsam teorileri, bireyin içinde bulunduğu ve kendisini belirli yönlerde davranışa sevk eden faktörleri değerlendirmektedir (Koçel, 2005, s. 584). Kapsam (İçerik) Teorileri kendi içerisinde; ihtiyaçlar hiyerarşisi, erg teorisi, çift faktör (hiyjen-motivasyon) teorisi, başarıma gereksinimi teorisi olmak üzere gruplandırılmıştır.

4.1.1. İhtiyaçlar Hiyerarşisi

1954 yılında Abraham Maslow tarafından oluşturulan ihtiyaçlar hiyerarşisinde; insanların genel olarak aynı sıra ile takip ettikleri genel ihtiyaçlarının tanınması ve tatmin edilmesi gerekliliği ifade edilmektedir. Bir kişinin hiyerarşideki en yüksek ihtiyacını, bulunduğu durumdaki ihtiyacı tamamen tatmin olana kadar tanımayacağını

ve takip edemeyeceğini belirten teorisini ortaya koymuştur (Goede vd., 2019; s. 718, Lussier, 2019, s. 336).

Çalışan ihtiyaçlarının hiyerarşik bir düzene göre önceliklendirilmesi ve çalışanları tatmin eden veya etmeyen ihtiyaçların kategorize edilmesi gerekmektedir. Bu durum, teorik olarak, çalışanların işte kalarak daha motive bir şekilde işini devam ettirmesini sağlar. İhtiyaçların karşılanmaması durumu, çalışanlar üzerinde kurumsal motivasyonsuzluk oluşmasına sebebiyet verebilir (Titus ve Chigozie, 2018, s. 179).

Weidmen'e göre (2016); şirketleşme, karşı kültür ve ana akım psikolojisi arasında sıkışarak, her ne kadar karşı kültür ve kurumsal yöneticilerden yararlanıp onlara hitap etse de hiçbir zaman çift yönlü bir uyum sağlayamamıştır.

4.1.2. Erg Teorisi

1972 yılında Clayton Alfreder tarafından geliştirilen ERG Teorisi'nde insan üç temel ihtiyaç grubu tarafından motive edilir. Bunlar; varoluş, mutluluk ve büyüme ihtiyaçlarıdır. İnsanoğlunun varoluş ihtiyacı, varlığının gereksinimi olan fizyolojik, psikolojik ve güvenlik ihtiyaçlarıdır. Mutluluk insanoğlunun kişiler arası ilişkisini sürdürme arzusunu ifade eder. Bu kategorinin içerisine, insanın toplumda kabul görerek oluşturduğu sosyal çevresi ve aidiyet duygusu girmektedir. Başkaları ile etkileşim içinde olma, birlikte başkalarına zarar verecek bir şey yapmamaya teşvik edecek bağlanma ihtiyacıdır. Büyüme ihtiyaçları ise kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirme, başarı ve takdir edilme arzularıdır (Arnolds ve Boshoff, 2002, s. 698; Daniel ve Gabriela, 2013, s. 375).

Her organizasyonun topluma hizmet etmek için en uygun performansı üretmesi ve yapısı itibari ile elverişli olması gerekmektedir. Bir organizasyonun birçok faaliyetlerdeki başarısının temeli insan kaynaklarına dayanmaktadır (Ramadhan vd, 2020). Erg teorisine göre; bir çalışanın aynı anda tatmin edilmesi gereken birden fazla ihtiyacı bulunmaktadır. Bu nedenle, çalışanlara gelişimleri için büyüme fırsatları sunulması gerekmektedir. Aksi halde çalışan ilerleme yönünde değil, gerileme yönünde gelişim göstermektedir. Çalışanlara iş hayatında iyi bir eğitim verilmesi onların iyi bir imaj oluşturma, sahip oldukları bilgi, beceri ve deneyimlerini birleştirme yetisi kazandırmaktadır (Yang vd., 2011). Yüksek performans gösterme eğiliminde

olan kişi daha fazla risk alma eğiliminde olmaktadır. Her yaptığı işten daha iyi bir iş ve daha yüksek başarı elde etme isteği başarma ihtiyacının temelinde bulunmaktadır (Supriadi, 2011; Sarapaivanich vd., 2019, s. 74-75).

4.1.3. Çift Faktör (Hijyen-Motivasyon) Teorisi

1959 yılında Frederick Herzberg tarafından geliştirilen çift faktör ya da iki faktör olarak bilinen hijyen-motivasyon teorisi; motivasyon faktörleri ile hijyen arasındaki farklılıkları göstermeye yöneliktir (Alshmemri, 2017, s. 12).

Bu teoriye göre hijyen olarak ifade edilen faktörler ‘memnuniyetsizlik’, motive edici olarak ifade edilen faktör ise ‘tatmin duygusu’ hissi ile ilgilidir. Hijyen faktörleri; kişilerarası ilişkiler, aylık maaş, denetleme, şirket politikaları ve yönetimi, çalışma şartları ile ilgilidir. Motive edici faktörler; tanınma, başarı, ilerleme, büyüme olasılığı ve sorumluluk ile bağlantılıdır (Hur, 2018, s. 330).

Başlıca hijyen faktörleri aşağıda belirtilmiştir.

Kişilerarası İlişkiler: Çalışan ve çalışanlar arasındaki çalışma ilişkileri, çalışanların üstleri, astları ve aynı konumdaki kişisel ilişkiler ile sınırlıdır. Çalışma ortamında ve mola zamanlarındaki işle ilgili etkileşimler ve sosyal tartışmaları içerir (Chiat ve Panatik, 2019; Thant ve Chang, 2021, s. 160-161).

Aylık Maaş: Çalışanın ücret veya maaş artışları, karşılanmayan ücretler, maaş artış beklentileri, çalışanın her türlü tazminatı bu konumda değerlendirilebilir. İşyerinde maaş artışları, ikramiye, sağlık politikaları net olmalıdır (Özsoy, 2019, s. 13).

Denetleme: Yönetici tarafından yapılan denetimin yeterli veya yetersiz, adaletli veya adaletsiz olması durumudur. İşyerinde iş tatmininin sağlanmasında çalışanın iş doyumunu düzeyinin artırılması gerekmektedir (Mehrad, 2020).

Şirket Politikaları ve Yönetimi: Yeterli veya yetersiz şirket yönetimi, organizasyonu, politikaları ve yönergeleri içermektedir. Bu faktör çalışanı etkileyen (Sobaih ve Hasanein, 2020, s. 323), iyi veya zayıf organizasyon politikalarını kapsamaktadır.

Çalışma Şartları: Çalışanın iş yaptığı tesisin fiziksel ortamını ilgilendirmektedir. İşin yapıldığı alan, havalandırma, kullanılan aletler, sıcaklık, güvenlik çalışanları memnun veya memnuniyetsiz kılar (Holston ve Mushi, 2018, s. 223; Alston, 2017).

Motive edici faktörler;

Tanınma: Kendi içerisinde pozitif ve negatif olarak iki bölüm halinde incelenmektedir. Pozitif Tanınma, çalışanın belirli hedeflere ulaşmak için, yüksek kaliteli iş ürettikleri zaman övgü veya ödüller almasıdır. Negatif tanınma ise; çalışanın yapılan işten dolayı olumsuz eleştirisi alması veya suçlanmasıdır (Bundtzen, 2020, s. 147).

Başarı: Çalışanın zor bir görevi tamamlaması, işle ilgili bir sorunu çözmesi başarı göstergesidir. Ayrıca birinin çalışmasının sonuçlarını olumlu görmek olumlu bir başarı örneğidir. İşte ilerleme kaydedememe, sorun çözmei gerçekleştirememeye negatif başarı olarak tanımlanabilir (Kotni ve Karumuri, 2018).

İlerleme: Çalışanın işyerinde olumlu durumu itibari ile konumunun üst seviyeye yükseltilmesidir. Çalışanların iş görevlerinin ve atamalarının çalışan üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkisi vardır. İş ister çok kolay ister çok zor, ilginç veya sıkıcı olsun işyerinde çalışanlar üzerinde memnuniyet veya memnuniyetsizlik etkisi gösterebilir (Yousaf, 2020, s. 90).

Büyüme Olasılığı: Bu olasılık çalışan kişinin işyerinde terfi alması, kişisel deneyimler yaşaması için fırsatlar oluşturmaktadır. Profesyonel gelişim için, yeni beceriler, yeni teknikler konusunda eğitim almak ve yeni mesleki bilgi edinme konusunda çalışana ortam oluşturmaktadır. (Shrivastava, vd., 2017, s. 262).

Sorumluluk: Bu faktör hem sorumluluk hem de iş ile ilgili yetkilendirmeyi içermektedir. Sorumluluk ve karar verme özgürlüğü çalışanın doyum elde etmesini sağlar (Urošević vd., 2016).

4.1.4. Başarma Gereksinimi Teorisi

1987 yılında David McClelland tarafından oluşturulan Başarma Gereksinimi Teorisi üç ana temele dayanmaktadır. Bunlar; güç, başarı ve bağlılıktır (Acquah, vd., 2021, s. 26; Eriyanto vd., 2021, s. 216; Osemeke ve Adegboyega, 2017, s. 163).

Güç İhtiyacı: İnsanların aynı davranışlarının tekrarlarından kaçınarak farklı bir davranışta bulunma durumudur. Güçlü olan insanlar başkalarını etkileme, yönlendirme ve öğretme (Sinha, 2015) arzusu duyarlar. Çalışkandırılar ve yüksek bir disiplin anlayışları bulunmaktadır. Güç ihtiyacı kendi içerisinde iki ana bölümden oluşmaktadır. Kişisel güç, kişinin kendi kazancı için sahip olmak istediği güçtür. Kurumsallaşmış güç, kişinin bireysellikten çıkarak grup çalışmasına yönelmesidir. Önceliği başkalarının yararları üzerine dayalıdır. (Khurana ve Joshi, 2017, s. 116). Grup çalışmalarında iyi bir şekilde hedefe odaklanılırsa başarılı olma durumu yüksektir. Güç ihtiyacı yüksek olan insanlar, güçlü insanların kontrolü altında olmaktan hoşnut olabilir (Sturm, vd., 2021).

Başarı İhtiyacı: Başarılı olmak için yoğun bir dürtü vardır. Başarının ardından gelen ödüllerden ziyade kişisel başarı için çabalamak gereklidir. Yüksek başarılılar, tesadüfen başarılı olmaktan asla hoşlanmazlar. Başarıyı garanti edecek yüksek riskler almaktadırlar. Zor problemlerin veya durumların üstesinden gelmek için gelişim gösterirler. Zor ama imkânsız olmayan projelere ihtiyaç duyarlar. (Saragih vd., 2019; Smith vd., 2020; Werdhiastutie vd., 2020, s. 748).

Bağlılık İhtiyacı: Bireyin, başkaları ile etkileşim halinde olma, sosyal hayatın tadını çıkarmaya çalışma, bulunduğu sosyal ortamda güçlü bir üyelik ihtiyacı hissetme durumu vardır. Profesyonel ortamda bu ihtiyaçlarını gizleme eğilimi gösterilir (Doeze vd., 2017, s. 9). Bağlılık ihtiyacını giderebilmek için, bireyler çalışma saatlerini en verimli şekilde kullanarak, işlerini zamanında tamamlama eğilimine girebilirler (Bhattacharya ve Mittal, 2020, s. 71).

4.2. Süreç Teorileri

Süreç teorisi belirli sonuçlara odaklandığı için yapılan faaliyetlerin dizilerine, sürelerine ve aralarındaki aralıklara odaklanır. Süreç teorileri, birçok disiplinde bilgi

birikimi için önemli bir mekanizma halindedir. (Friston vd.,2017; Niederman vd., 2018, s. 6)

Kişinin sahip olduğu ihtiyaçlar doğrultusunda, eylemine sebep veren dışsal çevredeki etkenlerin belirlenmesi süreç teorisinin ana hattını oluşturmaktadır. Kişi motivasyonu üzerinde etkisi büyüktür. Süreç teorileri, beklenti, geliştirilmiş beklenti, eşitlik, amaç, sonuçsal şartlandırma teorilerinden oluşan bir bütündür (Spigel ve Harrison, 2018).

4.2.1. Beklenti Teorisi

1964 yılında Victor Vroom tarafından oluşturulan Beklenti Teorisi, bireyin bir davranış sergileyeceğini ve bu davranış sonucunda bir beklenti içerisinde bulunduğunu anlatan motivasyon teorisidir. Teoride, kişinin motivasyonunu üç ana faktör üzerinde oluşturulmuştur. Bunlar, beklenti, araçsallık ve değerlilik (Rehman vd., 2019, s. 432).

Beklenti teorisi çalışan davranışının psikolojik yönüne odaklanır. Çalışanın motivasyonu ve hedef yönetimi ile ilgilidir (Llyod ve Mertens, 2018). Çalışan ile lider arasındaki ilişki, çalışma ortamı çalışanın motivasyonu üzerinde bir etki bırakmaktadır (Cropanzano vd., 2017).

Bu teorinin ilkesinde çalışanın yaptığı işin kalitesi doğrultusunda rasyonel bir sıralaması mevcuttur. Bu sıralama, çalışanın yapabileceği öngörüldüğü takdirde sorumluluğunu üstlenmesi, bu sorumluluğu yerine getirme becerisi, gerçekleştirme şansı ve sahip olduğu güvenden oluşmaktadır (Lunenburg, 2011; Parijat ve Bagga, 2014).

İkinci olarak, araçsallık bir performans-sonuç ilişkisi olarak değerlendirilmektedir. Bireyin harcanan çaba düzeyi, performans düzeyi ile doğrudan bağlantılıdır. Yüksek bir çaba iyi bir performans göstergesidir (George ve Humphrey, 202, s. 4; Hoffman ve Miller, 2019). Yüksek bir performansın oluşabilmesi için bilgiyi gizlemekten ziyade, bilginin paylaşılması gerekmektedir (Pereira ve Mohiyas, 2021, s. 370).

Üçüncü olarak değerlik, çalışanın mevcut çalışma koşullarında (Kandron, 2015) göstermiş olduğu performansından ödül kazanma arzusunun derecesidir. Belirli

bir ödöl, farklı çalışanlar tarafından farklı şekillerde istenebilir. Diğer bir ifade ile, pek çok iş gören belirli bir ödöl için çabalarırken, bazıları bu ödöl için çaba sarf etmeye değmeyeceğine karar vererek çabalarını azaltmaktadır (Akgündüz vd., 2020, s. 173).

4.2.2. Geliştirilmiş Beklenti Teorisi

1968 yılında Lyman Porter and Edward Lawler tarafından oluşturulan Geliştirilmiş Beklenti Teorisi'ne göre, çalışanlara verilen görevlerin açık, anlaşılır ve net olması gerekmektedir. Bu teori çalışanları neyin motive ettiğini anlamada, bilgi geliştirmede, dış çevreyi tanıma konusunda yardımcı olmaktadır (Foktas ve Jucevičienė, 2021; Soyoung ve Sungchan, 2017).

Zboja vd., (2020)'ne göre beklenti teorisi kâr amacı gütmeyen örgütlerde çalışmalara daha uygundur. İşverenler onları motive etmek için çalışanlarına olumlu davranış gösterirse, performans artışı sağlanmış olur. Çalışanlar çabalarının sonuç vereceğini anladıklarında, daha verimli çalışmaya teşvik edilmiş olacaktır. İyi performans ise ödüller ile sonuçlanır.

Porter ve Lawler' ın Geliştirilmiş Beklenti Teorisi, çalışanların birden fazla olasılık ile karşı karşıya kaldıklarında neden seçim yaptıkları, bir sonuca ulaşmak için ne kadar çaba harcamak istedikleri ile doğru orantılıdır (Тыпрымбаева ve Аймагамбетова, 2017, s. 144).

4.2.3. Eşitlik Teorisi

J. Stacy Adams'ın 1963 yılında geliştirdiği Eşitlik Teorisi; çalışanlar, bulundukları pozisyonda daha nitelikli olduklarını düşünme eğilimine yöneldiklerinde; girdileri (eğitim, beceri, deneyim) ile ödülleri (kendi yetisini daha üst seviyeye çıkaracak fırsatlar, kendini gösterebilme durumu) arasındaki denge durumundan oluşmaktadır (Ryan, 2016, s. 1588,1591). Eğer bu denge sağlanamazsa, çalışanlar hak ettikleri pozisyona ulaşamadıklarında olumsuz duygular yaşamaya başlayarak çalışma çabalarını azaltabilirler (Liu vd., 2015).

Günümüzde, bir organizasyonunun yeterliliği ister küçük ister büyük olsun, çalışanların performans ve memnuniyetleri ile tahmin edilmektedir (Homberg ve Vogel, 2016). Yöneticilerin, çalışanlarını kariyerleri ve gelişimleri doğrultusunda

doğru işe sevk etmesi çok önemlidir (Bahador vd., 2019, s. 68). Bu döngü sayesinde çalışanlar beklentilerini ayarlayabilecek ve kariyerlerine yönelik pozitif bir tutum sürdürebileceklerdir (Cheng, vd. 2020).

4.2.4. Hedef Teorisi

1968 yılında Edwen Locke ve Garry Latham tarafından oluşturulan Hedef Teorisi'nin alt yapısında; performans hedefleri, bilinçaltında belirlenen hedefler ve bu hedeflerin iş performansına etkisi konuları yer almaktadır. (Locke ve Latham, 2019, s. 93). Locke ve Latham 1990, 2002, 2013 yıllarında yaptıkları hedef teorisi üzerine araştırmalarının temel bulguları, çalışanın elinden gelenin en iyisini yapma ya da hiçbir hedefinin olmaması gibi belirsiz kolay bir hedeften ziyade çalışanın belirli ve yüksek bir hedef yüksek bir görev/iş performansına dayandığı yönündedir. (Robbins ve Coulter, 2018). Yüksek bir hedef, daha kolay bir hedefe ulaşmaktan daha fazla sabır ve çaba ister (Latham ve Steinhauer, 2017, s. 27).

Yöneticilerin, çalışanlarda örtülü başarı düzeyini yüksek performans göstergesine çıkarabilmesi için çalışanın ihtiyacının ne olduğunu tahmin etmesi gerekmektedir. (Latham ve Piccolo, 2012, s. 518). Göreve veya alana özgü, çalışanın öz yeterliliğinin değerlendirilmesi, mantıksal ilişkiler kurarak hedef belirlenmesi zor bir süreçtir (Locke, 2015).

4.2.5. Sonuçsal Şartlandırma Teorisi

1953 yılında Burrhus Frederic Skinner tarafından oluşturulan Sonuçsal Şartlandırma Teorisi'ne göre, çalışanların olumlu sonuçlara yol açan davranışları tekrarlanırken olumsuz sonuçlara yol açan davranışlar ise tekrarlanmaz. Yöneticiler, olumlu sonuçlara yol açan davranışlarını güçlendirmeli, olumsuz davranışları ise olumlu davranışa çevirme yolunda çalışmalıdır (Basri vd.,2020; Ryan vd., 2019).

Yöneticiler davranışın pekişmesi ya da değiştirilmesi için ceza ve ödül sistemini kullanabilirler. Ancak ödül sistemi, çalışanları cezadan çok daha fazla motive etmektedir (Tien, 2019, s. 8). Bu teori beklentiler, hedefler ve ihtiyaçlara dayalıdır (Robbins ve Coulter, 2018).

5. SPOR VE E-SPOR KAVRAMLARININ MOTİVASYON İLE İLİŞKİSİ

Sporda motivasyon, bilişsel güçlendirme ve başarılı olmak için gerekli çabayı gösterme davranışıdır (Bowman vd, 2020; Maslen, vd., 2019). Motivasyon bir sporcunun performansı için önemli bir bileşendir. Motivasyon tek başına bir sonuca ulaşmak için yeterli değildir. Bir sporcu atletik bir yarışmayı kazanmak için çok motive olabilir, ancak bu amaca ulaşmak için çaba göstermedikçe, bunu başarması mümkün olmayabilir. Ancak, motivasyon ve çaba yakından ilişkilidir. Bir kişi bir eylemi gerçekleştirmek için yüksek motivasyona sahipse, bunu yapmak için daha az çaba harcamak zorunda kalabilir. Tersine, birinin motivasyonu çok azsa, harcaması gereken çaba çok daha yüksek olabilir ve daha isteksiz hissedebilir (Ilieva vd., 2013, s. 198).

Spora katılımı teşvik eden başlıca faktörler; yetenek gelişimi, yeteneğin keşfedilmesi, eğlence, fiziki ve mental uyum, sosyalleşme ve başarıdır. Spora katılım motivasyonu egzersiz, mutluluk, heyecan, beceri gelişimi (Long, 2016, s. 1602), ve duygu kontrolü sağlayarak kişisel rahatlatma sağlamaktadır (Bum ve Jeon, 2016; Gill vd., 1983; White ve Duda, 1994; Kolt vd., 1999).

Sporda motivasyon gücü, başarı, statü fiziksel uygunluk, yarışma, hareket ve aktif olma (Ken ve Amber, 2017), arkadaşlık alt boyutlarına ilişkin organizmayı belli bir sistemle eyleme geçiren uyaranların toplamıdır (Akman ve Can, 2019, s. 13; Aycan ve Yıldız, 2019; Aydoğdu vd., 2019; Babbie, 2016; Bora ve Cengiz, 2016).

E-spor'a katılım motivasyonları ile ilgili olarak yapılan çalışmalar sonucunda; e-spordan hoşlanma, e-spor pazarlamasının içerisinde yer alan oyun tutkusu, maddi kazanç sağlama (Cranmer vd., 2021), kariyer sahibi olma, eğlence bileşenlerinin e-spor motivasyonuna neden olan etkenler olduğu belirlenmiştir (Lokhman vd., 2018, s. 208; Mustafaoğlu vd., 2018, s. 120).

Dwyer vd., (2019) yılında yaptıkları çalışmada; E-spor katılım motivasyonu bileşenleri olarak, gerçeklikten kaçma, sosyal iletişim sağlama, eğlence (Funk vd., 2017), rekabet yaşama boyutlarını bulmuşlardır. Bu bölümde spor ve e-spor motivasyonlarına ait bileşenlere detaylı olarak yer verilecektir.

6. SPOR MOTİVASYONU ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALARA YÖNELİK LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde 2016-2021 yılları arasında spor motivasyonu ve spora katılım motivasyonu üzerine yapılan makaleler incelenmiştir. Academic Search Ultimate, Business Search Ultimate, Dergipark, Emerald Premier eJournal, Taylor&Francis, TR Dizin, Web Of Science veri tabanlarında ‘motivation* and sport*’, ‘motivation participat* and sport*’, ve ‘motivasyon* ve spor*’, ‘participant to sport*’, ‘spora katılım*’ ‘motivation* and e-sport*’ ‘motivation participat* and e-sport*’, ve ‘motivasyon* ve e-spor*’, ‘participant to e-sport*’, ‘e-spora katılım*’ kelime gruplarına yönelik taramalar yapılmıştır. 2016-2021 yılları arasında toplam 1376 Ulusal, 249 Uluslararası araştırma içinden 110 tane makale değerlendirilmeye uygun bulunmuştur.

6.1. 2016-2021 Yılları Arasında Spor Motivasyonu Üzerine Yapılan Çalışmalar

2016-2021 yılları arasında spor motivasyonu kavramlarını ele alan araştırmalar incelenmiştir. Tablo 13’te incelenen araştırmalar sunulmuştur.

Tablo 13. 2016-2021 Yılları Arasında Spor Motivasyonu Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yıl	Yazar	Veri Toplama Aracı	Yöntem	Boyut/Alt Boyut	Çalışılan Alan
2016	Bezci	SGEYÖ-SGÖ	Nicel	Yakınlık-Tamamlayıcılık-Bağlılık	Spor
2016	Bullard	ÖMSÖ-SAÖ	Nicel	Öz Yeterlilik	Spor
2016	Ceylan vd.	ESTÖ	Nicel	Stres Atma, Uсталık, Estetik, Kendini Gerçekleştirme, Benlik, Başarı, Fiziksel Uygunluk, Rekabet, Eğlence, Zevk	Spor
2016	Dalkıran ve Aslan	SGÖ	Nicel	İçsel-Dışsal	Spor
2016	Görgüt ve Güllü	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2016	Kaygusuz vd.	SGEYÖ	Nicel	Görev-Ego-Yaşamsal Doygunluk	Spor
2016	Kelecek vd.	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama,	Spor
2016	Korkutata	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2016	Özşaker vd.	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama,	Spor
2016	Riccetti ve Chiecher	SMA	Nitel	Görev, Grup, Eğitim, Yetki	Eğitim
2016	Üstün vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor

Yıl	Yazar	Veri Toplama Aracı	Yöntem	Boyut/Alt Boyut	Çalışılan Alan
2017	Aygün ve Yetim	SKGÖ	Nicel	Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk/Enerji Harcama, Takım Üyeliği/Ruhu, Yarışma, Hareket Etme/Aktif Olma	Spor
2017	Başoğlu	BAEÇV	Nicel	Başarı-Öz Yeterlilik	Spor
2017	Çekiç ve Kurt	SGEYÖ	Nicel	Hedef Yönelimi, Başarı Stres, Gevşeme-Uyarılma, Özgüven	Spor
2017	Demirdöken vd.	BZMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal	Sosyal Bilimler
2017	Ekinci vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2017	Elmas ve Aşçı	2*2 BHE	Nicel	Uсталık-Yaklaşma, Uсталık-Kaçınma, Başarı-Yaklaşma, Başarı Kaçınma	Spor
2017	Gümüşdağ, ve Şöhret	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama,	Spor
2017	Gürer	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2017	Höfler vd.	ABÖ	Nicel	Benlik, Başarı, Rekabet	Fen ve Matematik
2017	Kaman vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2017	Kartal vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2017	Kurudirek	2*2 BHE	Nicel	Uсталık-Yaklaşma, Uсталık-Kaçınma, Başarı-Yaklaşma, Başarı Kaçınma	Spor
2017	Lamoned ve Huertas	BEMÖ		İçsel ve Dışsal Motivasyon	Eğitim
2017	Mendez vd.	TDÖÖ	Nicel	İç Motivasyon	Psikoloji
2017	Özgün vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2017	Öztürk ve Koca	SKMÖ	Nicel	Kendine Güven, Kararlılık, Mücadele	Spor
2017	Pehlivan vd.	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2017	Sarı ve Bayazıt	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2017	Voser vd.	AF	Nitel	Durum, Takım, Fiziksel Form, Serbest Enerji, Yetenekler, Arkadaşlar, Eğlence ve Diğerleri / Durumsal	Spor
2017	Wang vd.	SYBK	Nicel	Başarı	Sosyal Bilimler
2017	Yalçın vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma,	Spor
2017	Yıldırım	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2018	Keleş ve Kuruç	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2018	Aydoğdu vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme ve Başarıya Yaklaşma	Spor
2018	Çetinkaya ve Mutluer	SDDÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor

Yıl	Yazar	Veri Toplama Aracı	Yöntem	Boyut/Alt Boyut	Çalışılan Alan
2018	Diehl vd.	NUPHA	Karma	Yaşam Dengesi, Fitness, Vücut İmajı, Başkaları ile Temas, Eğlence	Tıp
2018	Eri	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2018	Filiz ve Demirhan	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2018	Genç vd.	SGEYÖ	Nicel	Görev-Ego-Yaşamsal Doygunluk	Spor
2018	Gök vd.	BAEÇV	Nicel	Görev-Ego Yönelimleri-Özel ve Genel Bilişsel Boyutlar	Spor
2018	Gülbahçe vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2018	Haslofça	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2018	Hazar vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2018	Karademir ve Karedemir	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma,	Spor
2018	Kaya vd.	SYTÖ	Nicel	Kazanma, Başarı	Sosyal Bilimler
2018	Kerstajn ve Lupo	AF	Nicel	İçsel ve Dışsal Motivasyon	Sosyal Bilimler
2018	Kolayış vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2018	Lassalle vd.	SMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal Motivasyon	Sosyal Bilimler
2018	Lee ve Jeong	AF	Nicel	İçsel ve Dışsal Motivasyon	Pazarlama ve Destinasyon
2018	Medrano ve Mateos	SPİPÖ	Nicel	Amaç, Hedef	Eğitim
2018	Öcal ve Sakallı	SGÖ II	Nicel	Özsaygı, Stresle Baş Etme, Hayatı Anlamlandırma, Rekabet	Spor
2018	Pašić ve Kučak	AF	Nitel	İçsel-Dışsal Motivasyon	Bilgi ve İletişim
2018a	Polat vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2018b	Polat vd.	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama,	Spor
2018	Tekkurşun vd.	ESKMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor
2018	Temel	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2018	Top vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2018	Urfa ve Aşçı	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama,	Spor
2018	Uşuriene ve Sniras	SMÖ	Nicel	Keşfetmek için Mükemmellik İçin Çabalamak, Deneyimlemek	Spor
2018	Üstün	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel	Spor

Yıl	Yazar	Veri Toplama Aracı	Yöntem	Boyut/Alt Boyut	Çalışılan Alan
				Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	
2018	Vink ve Raudsepp	SÇBMÖ 2	Nicel	Mükemmeliyetçilik, Benlik, Başarı, Rekabet	Sosyal Bilimler
2019	Polat vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma,	Spor
2019	Akça	AF	Nicel	Sosyalleşme, Stres Atma, Özsaygı, Sağlıklı Olmak	Sosyal Bilimler
2019	Akman ve Can	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşam	Spor
2019	Aycan ve Yıldız	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2019	Çakaloğlu vd.	SGEYÖ-SGÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor
2019	Çepikkurt vd.	2*2 BHE, SYKAÖ	Nicel	Kazanma, Başarı	Spor
2019	Çetin ve Özman	UMMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor
2019	Dereceli	BAEÇV	Nicel	Başarı-Sorumluluk	Spor
2019	Doğru	SGEYÖ	Nicel	Görev-Ego-Yaşamsal Doygunluk	Spor
2019	Ergin vd.	SKGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2019	Fenyves vd.	SMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal Motivasyon	Eğitim
2019	Kusana vd.	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2019	Küçükibiş ve Gül	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2019	Long	BDY	Nicel	Başarı, Fiziksel, Psikoloji, Sosyal	Ekoloji
2019	Olmuş vd.	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2019	Özsarı ve Çetin	SGEYÖ	Nicel	Görev-Ego-Yaşamsal Doygunluk	Spor
2019	Parra vd.	MMÖ	Nicel	Psikoloji, Başarı, Sosyalite, Fiziksel Sağlık	Sağlık
2019	Sukys vd.	DZÖ, SMÖ II	Nicel	Takım, Teşvik, Destek	Sosyal Bilimler
2019	Şahin ve Bastık	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyarıcı Yaşama	Spor
2019	Tekkurşun vd.	ESKMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor
2019	Yang	AF	Nitel	Dışsal Motivasyon	Ekoloji
2019	Yang vd.	MHYÖ	Nicel	Başarı Hedef	Eğitim
2019	Yavuz ve Eroğlu	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2019	Yetiş vd.	SGÖ	Nicel	İçsel Motivasyon	
2019	Yılmaz vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2020	Yıldız vd.	SGÖ II	Nicel	Özsaygı, Stresle Baş Etme, Hayatı Anlamlandırma, Rekabet	Spor
2020	Bayrakdaroğlu vd.	SGEYÖ-SGÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor
2020	Aoyagi vd.	YYG	Nitel	Sporun Çekiciliği; Sorumluluk ve Süreklilik Duygusu, Meydan Okuma Ruhu; İlerleme Hissi ve Fiziksel Durum. Dahil Edilen Dış Faktörler: Takım İklimi; Teşvik ve Destek, Akranların Özellikleri; Koçluğun Politikası ve İçeriği, Uygulama İçeriği; Okul Hayatı ve Hava Olaylar	Sosyal Bilimler
2020	Chang vd.	SKKM, SKM	Nicel	Kişilerarası İlişkiler, Başarı, Kariyer	Sosyal Bilimler
2020	Çetin	SGÖ II	Nicel	Özsaygı, Stresle Baş Etme, Hayatı Anlamlandırma, Rekabet	Spor

Yıl	Yazar	Veri Toplama Aracı	Yöntem	Boyut/Alt Boyut	Çalışılan Alan
2020	Dut vd.	SGÖÇV	Nicel	İçsel-Dışsal	Spor
2020	Duyan ve Günel	SGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2020	Emamvırdı vd.	ESKMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor
2020	Fajardo, vd.	SMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal Motivasyon	Eğitim
2020	Gürer	SGÖ	Nicel	İç Motivasyon, Dış Motivasyon, Motivasyonsuzluk	Sosyal Bilimler
2020	Kelecek ve Yıldırım	SGÖ	Nicel	Bilmek ve Başarmak, Uyaran Yaşama	Spor
2020	Lulescu.	AF	Nitel	Rekabet, Başarı, Sosyalleşme, Fiziksel Aktivite	Sosyal Bilimler
2020	Meriç ve Turay	SGÖ	Nicel	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık	Spor
2020	Moradi vd.	SKMÖ	Nicel	Başarı, Arkadaşlık	Spor
2020	Mouloud	GÖYÖ	Nicel	Başarıya Ulaşma, Başarısızlıktan Kaçınma	Eğitim
2020	Özdemir vd.	BZMÖ	Nicel	İçsel Motivasyon	Psikoloji
2020	Şallı	UMMÖ	Nicel	Özsaygı, Tanınırlık, Kişisel Başarı, Rekabet	Spor
2020	Tekkurşun ve İlhan	ESKMÖ	Nicel	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk	Spor
2020	Ureña vd.	SMÖ	Nicel	İçsel ve Dışsal Motivasyon	Sağlık
2020	Yılmaz vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2020	Zorlu vd.	SÖBMÖ	Nicel	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma	Spor
2021	Çelenk	FAKMÖ, SYBEÖ	Nicel	Zaman Yönetimi, Takım Çalışması, İletişim, Liderlik, Sosyal ve Duygusal Hisler, Hedef	Spor
2021	Wendt vd.	AF	Nicel	Eğlence, Yaşam Kalitesi, Performans, Sosyalleşme, Tıbbi Tavsiye, Performans	Sosyal Bilimler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

2016-2021 yılları arasında spor motivasyonu konusunda yapılan çalışmalarda kullanılan veri toplama araçları Tablo 14’te sunulmuştur.

Tablo 14. Spor Motivasyonu Konusunda Yapılan Çalışmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçları

No	Veri Toplama Aracı	N	Bileşenler
1	SGÖ	23	İçsel-Dışsal
2	SKGÖ	19	Beceri Gelişimi, Takım Ruhu, Eğlence, Başarı/Statü, Fiziksel Uygunluk, Yarışma, Hareket/Aktif Olma ve Arkadaşlık
3	ÖMSÖ-SAÖ	2	Öz Yeterlilik
4	ESTÖ	1	Stres Atma, Uсталık, Estetik, Kendini Gerçekleştirme, Benlik, Başarı, Fiziksel Uygunluk, Rekabet, Eğlence, Zevk
5	SGEYÖ	8	Yakınlık-Tamamlayıcılık-Bağlılık
6	SÖBMÖ	13	Güç Gösterme, Başarıya Yaklaşma,
7	BAEÇV	3	Başarı-Öz Yeterlilik
8	SKMÖ	2	Kendine Güven, Kararlılık, Mücadele
9	2*2 BHE	3	Uсталık-Yaklaşma, Uсталık-Kaçınma, Başarı-Yaklaşma, Başarı Kaçınma
10	BZMÖ	2	İçsel-Dışsal
11	SDDÖ	1	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk
12	SYTÖ	1	Kazanma, Başarı
13	ESKMÖ	4	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk
14	AF	8	Sosyalleşme, Stres Atma, Özsaygı, Sağlıklı Olmak
15	UMMÖ	2	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk
16	SGÖÇV	1	İçsel-Dışsal
17	FAKMÖ	1	Zaman Yönetimi, Takım Çalışması, İletişim, Liderlik
18	YBÜSEÖ	1	Sosyal ve Duygusal Hisler, Hedef
19	SMA	1	Görev, Grup, Eğitim, Yetki
20	ABÖ	1	Benlik, Başarı, Rekabet
21	TDÖÖ	1	İç Motivasyon
22	SYBK	1	Başarı
23	BEMÖ	1	İçsel ve Dışsal Motivasyon
24	SMÖ	6	Keşfetmek için ‘Mükemmellik İçin Çabalamak’, ‘Deneyimlemek
25	NUPHA	1	Yaşam Dengesi, Fitness, Vücut İmajı, Başkaları ile Temas, Eğlence
26	SÇBMÖ 2	1	Mükemmeliyetçilik, Benlik, Başarı, Rekabet
27	SPİPÖ	1	Başarı Hedef
28	MHYÖ	1	Başarı, Fiziksel, Psikoloji, Sosyal
29	BDY	1	Psikoloji, Başarı, Sosyallik, Fiziksel Sağlık
30	MMÖ	1	İçsel-Dışsal-Motivasyonsuzluk
31	21.YYBÖ	1	Takım, Teşvik, Destek
32	YYG	1	Sporun Çekiciliği, Sorumluluk ve Süreklilik Duygusu, Meydan Okuma Ruhu, İlerleme Hissi ve Fiziksel Durum
33	SBMÖ	1	Başarıya Ulaşma, Başarısızlıktan Kaçınma
34	SKKM	1	Kişilerarası İlişkiler, Başarı, Kariyer
TOPLAM		116	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Araştırmaya dahil edilen 116 adet veri toplama çalışmasında 34 adet ölçme aracı kullanılmıştır. Spor motivasyonunda en çok Spor Güdüleme Ölçeği, Spora Katılım Güdüleme Ölçeği, Spora Özgü Başarı Motivasyon Ölçeği kullanıldığı tespit edilmiştir.

6.2. E-spor Motivasyonu Üzerine Yapılan Çalışmalar

2016-2021 yılları arasında e-spor motivasyonu kavramlarını ele alan araştırmalar incelenmiştir. Tablo 15’te incelenen araştırmalar sunulmuştur.

Tablo 15. E-spor Motivasyonu Konusunda Yapılan Çalışmalar

Yıl	Yazar	Veri Toplama Aracı	Yöntem	Alt Boyut	Alan
2019	Öz ve Üstün	EKMÖ	Nicel	Taksonomik Alan, Yetkinlik, İlişkisel Benlik, Rekabet ve Başarı, Boş Zaman Değerlendirme	Spor
2016	Seo	YYG	Nitel	Eğlence, Beceri, Kariyer	Sosyoloji
2017	Dwyer ve Weiner	RAÖ-TDÖÖ	Nicel	Beceri, Duygu, Zevk	Oyun
2017	Hamari ve Sjöblom	STMÖ	Nicel	Hayattan Kaçış, Bilgi Edinme, Keyif Alma	İletişim
2017	Himmelstein vd.	YYG	Nitel	Eğlence, Beceri, Kariyer	Bilgi ve İletişim
2018	Mustafaoğlu, vd.	AF	Nicel	Sosyallik, Takım Duygusu, Boş Zaman Değerlendirme, Kariyer, Duygu, Kazanç	Spor
2018	Saleh vd.	STMÖ	Nicel	Hayattan Kaçış, Bilgi Edinme, Keyif Alma	Spor
2019	Gül vd.	KMÖ	Nicel	İçsel ve Dışsal Motivasyon	Spor
2020	Bayrak	EKMÖ ÖİTO	Nicel	Sosyallik, Duygu, Boş Zaman Değerlendirme, Eğlence, Öğrenme	Sor

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

2016-2021 yılları arasında E-spor Motivasyonu konusunda yapılan çalışmalarda kullanılan veri toplama araçları Tablo 16’da sunulmuştur.

Tablo 16. E-spor Motivasyonu Konusunda Yapılan Çalışmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçları

No	Veri Toplama Aracı	N	Bileşenler
1	EKMÖ	2	Taksonomik Alan, Yetkinlik, İlişkisel Benlik, Rekabet ve Başarı, Boş Zaman Değerlendirme
2	YYG	2	Eğlence, Beceri, Kariyer
3	RAÖ	1	Beceri, Duygu, Zevk
4	DÖÖ	1	Beceri, Duygu, Zevk
5	STMÖ	2	Hayattan Kaçış, Bilgi Edinme, Keyif Alma Sosyallik, Takım Duygusu, Boş Zaman Değerlendirme,
6	AF	1	Kariyer, Duygu, Kazanç
7	KMÖ	1	İçsel ve Dışsal Motivasyon
8	ÖİTO	1	Sosyallik, Duygu, Eğlence, Öğrenme
Toplam		11	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

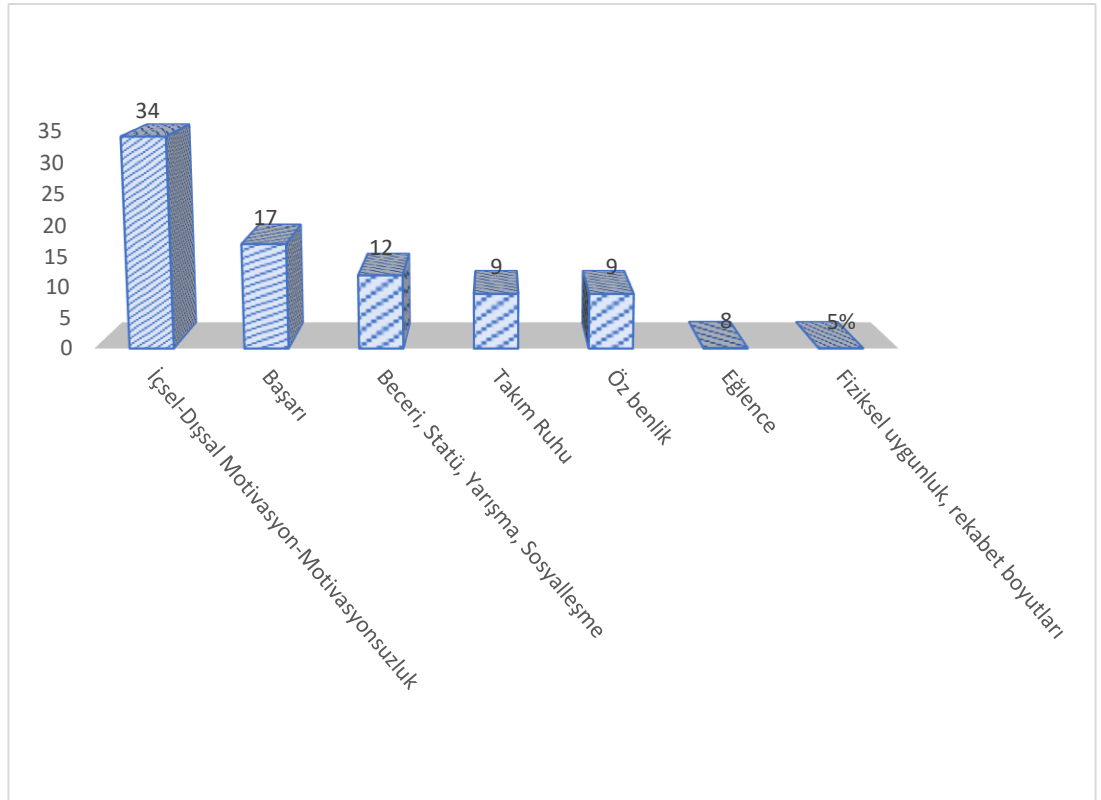
Araştırmaya dahil edilen 11 adet veri toplama çalışmasında 8 adet ölçme aracı kullanılmıştır. E-spor motivasyonunda en çok E-spor Katılım Motivasyon Ölçeği, Yarı Yapılandırılmış Görüşme ve Spor Tüketim Motivasyon Ölçeği kullanıldığı tespit edilmiştir.

7. SPOR VE E-SPOR MOTİVASYONLARININ BOYUTLARININ İNCELENMESİ

Spor ve e-spor motivasyonlarını oluşturan boyutlar incelenerek sunulmuştur.

7.1. Spor Motivasyonunda Yapılan Çalışmaların Boyutlarının İncelenmesi.

2016-2021 yılları arasında spor motivasyonu üzerine yapılan çalışmalara ait boyutlar Şekil 3’te sunulmuştur.



Şekil 3. 2016-2021 Yılları Arasında Yapılan Spor Motivasyonu Çalışmalarının Boyutlarının Dağılımı

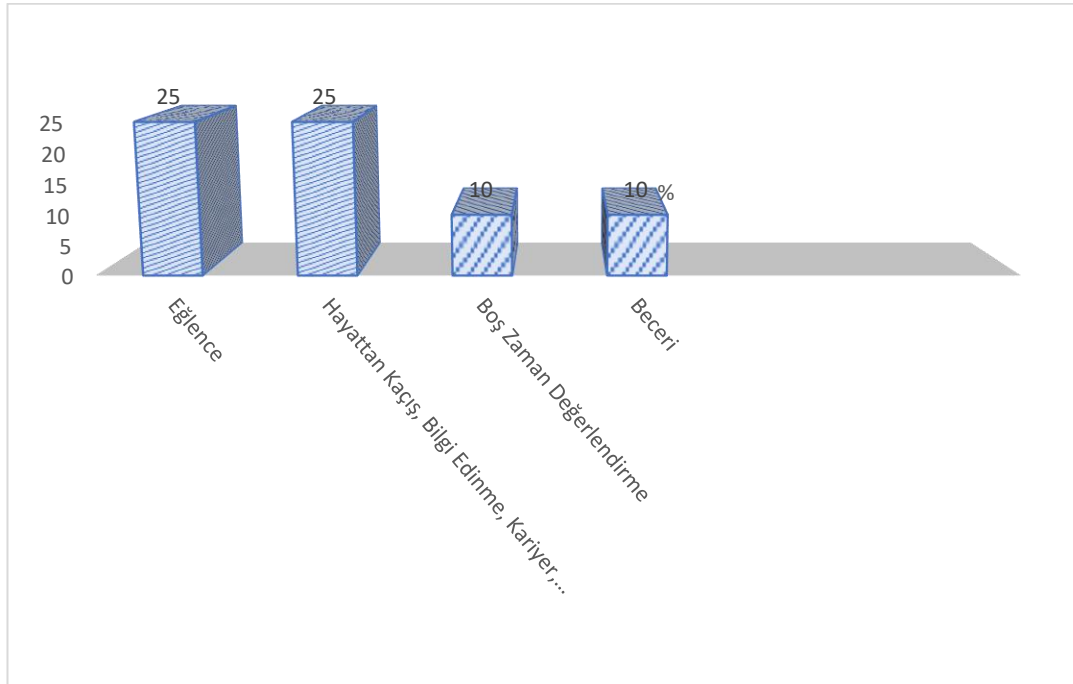
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

2016-2021 yılları arasında yapılan toplam 110 makalenin boyutları Şekil 3’de gösterilmiştir. Çalışmaların %34’ünde motivasyonun alt boyutlarına inilmeden bir bütün olarak içsel motivasyon, dışsal motivasyon, motivasyonsuzluk olarak değerlendirilmiştir. Çalışmaların %17’sinde başarı boyutu, %12’sinde diğer boyutlar; beceri, statü, yarışma, sosyalleşme, %9’unda takım ruhu, öz benlik boyutları, %8’inde eğlence, %5’inde fiziksel uygunluk, rekabet boyutları ve yer almaktadır.

İçsel motivasyon kişinin kendi içerisindeki hislerinin kendi istekleri tarafından uyarılma durumudur. Bu açıdan değerlendirildiğinde; başarı, takım ruhu, öz benlik, eğlence, fiziksel uygunluk, rekabet içsel motivasyonun boyutları olarak değerlendirilebilir. Dışsal motivasyon dış çevre tarafından kişinin uyarılma durumudur. Motivasyonsuzluk ise kişinin ne kendisi tarafından ne de dış çevre tarafından uyarılamadığı durumdur.

7.2. E-Spor Motivasyonunda Yapılan Çalışmaların Boyutlarının İncelenmesi

2016-2021 yılları arasında e-spor motivasyonu üzerine yapılan çalışmalara ait boyutlar Şekil 4’te sunulmuştur.



Şekil 4. 2016-2021 Yıllarında Yapılan E-spor Motivasyonu Çalışmalarının Boyutları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

2016-2021 yılları arasında e-spor alanında yapılan toplam 9 makalenin boyutları Şekil 2’de gösterilmiştir. Çalışmaların %25’inde eğlence motivasyonu, hayattan kaçış, bilgi edinme, kariyer, rekabet, başarı, %10’ unda diğer boyutlar; boş zaman değerlendirme, beceri, duygu, takım ruhu, kazanç boyutları yer almaktadır.

7.3. Spor Motivasyonu ve E-spor Motivasyonu Boyutları Karşılaştırılması

2016-2021 yılları arasında yapılan Spor Motivasyonu ve E-spor Motivasyonu üzerine yapılan çalışmaların boyutlarının karşılaştırılması Tablo 17’ de sunulmuştur.

Tablo 17. Spor Motivasyonu ve E-Spor Motivasyonu Boyutları Karşılaştırılması

İçsel-Dışsal Motivasyon Boyutları	Spor Motivasyonu	E-Spor Motivasyonu
Başarı	Var	Var
Takım Ruhu	Var	Var
Öz benlik	Var	Yok
Eğlence	Var	Var
Fiziksel Uygunluk	Var	Yok
Rekabet	Var	Var
Duygu	Var	Var
Öğrenme	Var	Var
Kariyer	Var	Var
Kazanç (Maddi)	Yok	Var
Beceri, Statü, Yarışma, Sosyalleşme, Hayattan Kaçış, Bilgi Edinme, Rekabet	Var	Var

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 17’de görüldüğü üzere, spor ve e-spor motivasyonu boyutları genel itibariyle aynı olup sadece kazanç boyutu spor motivasyonu boyutunda yer almazken öz benlik ve fiziksel uygunluk boyutları e-spor motivasyonu boyutlarında görülmemiştir.

7.4. Spor ve E-Spor Motivasyonu Boyutları

Spor ve e-spor motivasyonu kendi içerisinde boyutlara ayrılmış olup, bu boyutlar aşağıda sunulmuştur.

Başarı Motivasyonu: Sporcunun hedefini gerçekleştirebilmek için zorluklara direnmesi, başarıya inanması, inancının davranışa dönüşmesi sürecidir. Başarılı olmak için öz benliğinde olumlu hedefe odaklanmış sporcular, hedefe odaklanmamış sporculara göre daha başarılıdır. Bu yüzden başarı motivasyonu psikolojik ve davranışa dönen bir süreçtir (Li vd., 2020; Marianna ve Ágoston, Wilson vd., 2019).

Takım Ruhu: Spor motivasyonunda takım ruhu yaratılması en önemli ve en zor olan işlevlerden birisidir (Aoyagi vd., 2020). Takım ruhu oluşan bir ekipte başarılı olma durumunun varlığı varken, takım ruhu eksikliği olan ekipte başarıdan söz edilmesi mümkün değildir. Ekip içerisinde oluşan iletişimin iyi yönde olması her bir sporcu için iyi bir sporcu olma yolunda, kariyer açısından önemlidir (Halldorsson, 2019, s. 63).

Öz benlik: Spor motivasyonun bir alt boyutu olan öz benlik spor psikolojisi içinde yer almaktadır. Sporcunun öz benlik geliştirmesi sporcuyu şampiyonluğa götüren önemli bir adımdır. Sporcunun öz benlik geliştirmesi beceri ve yetenek alanında bir kriterdir (Singh, 2018, s. 17-21). Sporcunun konsantrasyon sağlamasında, kaygı seviyesini azaltmada ve içsel güven oluşturmada öz benlik önemlidir (Amado vd., 2019, s. 245).

Eğlence: Sporun insanların heyecan sağlayarak günlük yaşamın gerginliğini hafifletmesine izin verdiğini öne süren boyut eğlence boyutudur. Eğlencenin katılım ve aracılı spor tüketimi (izleyici olmak) üzerinde güçlü bir etkisi vardır (Kim ve Mao, 2019).

Fiziksel Uygunluk: Her spor dalının kendine özgü bir hareket biçimi vardır. Yürüme, atlama, koşma, sürünme, yakalama, diğer temel hareketler spor dallarının biçimini oluşturmaktadır. Sporcunun fiziksel ve entelektüel anatomisi göz önünde bulundurularak, öğrenme yeterliliği geliştirilmelidir (Zen, 2020, s. 283).

Rekabet: Sporda performansı yükselten, diğer sporcunun önüne geçmeyi sağlayan ve takımlar arasındaki müsabakalara canlılık ivmesi katan boyuttur (Hong, vd., 2016). Rekabet, sporcunun kaygısını azaltan ve takım başarısı için gerekli olan bir boyut olarak da görülmektedir (Clancy vd., 2016; Van de, 2015).

Duygu: Sporcunun yaşamış olduğu kaygı, stres, heyecan, üzüntü, sevinç gibi durumlar duygu boyutunun alt kollarıdır. Bu duyguların yönetilmesi gereklidir (Mayer, vd., 2016, s. 295; Yanar vd., 2017, s. 70). Spor organizasyonlarında sporcunun olumlu bir duygusal ve sosyal iklim oluşturmaları gereklidir. Bu iklim hem sporcunun kendisi için, hemde takım ruhu için gereklidir (Tur ve Ribeiro, 2020).

Öğrenme: Sporcunun akademik performansını etkileyen bir boyuttur. Öğrenme boyutu içsel bir motivasyon boyutu olup, sporcunun bireysel olarak gelişimini

destekleyen bir süreçtir (Chiang ve Yang, 2017, s. 558). Teknik seviye ve öğretim kalitesi üzerinden öğrenme boyutunun sonuçları değerlendirilebilir (Liu ve Lipowski, 2021).

Kariyer: Bireyin belirlemiş olduğu amaçları doğrultusunda bu amaçlara ulaşma derecesi kariyeridir. Sporcunun da spor hayatında gelmek istediği nokta için yaptığı tüm çalışmaları spor kariyerini oluşturmaktadır. Bu durum içsel motivasyon sağlamaktadır. Bilgili, sağlıklı, kendi deneyimlerinden faydalananarak öz disiplin sağlayan sporcular iyi bir kariyer elde ederler (Bingöl ve Gündoğdu, 2020, s. 246; Cece, vd, 2019).

Kazanç: Dışsal motivasyon türlerinden biri olan kazanç boyutu maddi ve kişisel kazanç olmak üzere iki bölümde değerlendirilebilir (Özdenk, 2018, s. 83). Sporcunun sporda maddi bir kazanç sağlayabilmesi için lisanslı olması gerekmektedir. Kişisel kazanç ise, sporcunun başarılı deneyimlerinin toplamı, onun ne kadar iyi bir sporcu olduğunun göstergesi olup kişisel kazanç olarak değerlendirilebilir (Nazlı ve Yağmur, 2021).

Diğer: Beceri, sporcunun bir işi başarma, gerektiği gibi davranma durumudur. Statü, sporcunun sahip olduğu durumdur. Yarışma, sporcunun girdiği her müsabakadır. Sosyalleşme, sporcunun takım ruhu içerisinde o gruba aidiyet duygusu hissederek, bir bütün olarak davranmasıdır. Hayattan kaçış durumu, sporcuların gündelik hayatın zorunluluklarından kaçarak, kendilerini rahatlatma, gevşeme için yapılan spor türüdür. Bilgi edinme, sporcunun kendi alanı konusundaki öğrenme ve bu öğrendiklerini eyleme dönüştürebilmesidir. Rekabet, sporcunun bireysel veya takım olarak kazanma içgüdüğü ile hareket etmesidir (Nazlı ve Yağmur, 2021; Parry, 2019, s. 4)

3. BÖLÜM

E-SPOR OYUNCULARININ MOTİVASYONU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın kapsamı, önemi, kısıtları, hipotezi, metodolojisi ve araştırma bulguları hakkında açıklamalara yer verilmiştir.

1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Türkiye’de e-spor takımında, kulübünde ve topluluğunda aktif olarak yer alan amatör, profesyonel üniversite oyuncularının, e-spor motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini tespit etme üzerine araştırma kapsamı oluşturulmuştur. Araştırma kapsamında aşağıda isimleri verilen 90 (doksan) üniversitedeki amatör ve profesyonel e-spor oyuncuları araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen üniversiteler Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18. Araştırmaya Dahil Edilen Üniversiteler

1. Adana Alparslan Türkeş Bil. ve Tek. Üni.	46. İstanbul Teknik Üniversitesi
2. Adıyaman Üniversitesi	47. İstanbul Üniversitesi
3. Akdeniz Üniversitesi	48. İstanbul Ticaret Üniversitesi
4. Altınbaş Üniversitesi	49. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
5. Ankara Üniversitesi	50. İstinye Üniversitesi
6. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	51. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
7. Akşehir Adıgüzel Meslek Yüksekokulu	52. İzmir Kavram Meslek
8. Atılım Üniversitesi	53. Kadir Has Üniversitesi
9. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	54. Kapadokya Üniversitesi
10. Bahçeşehir Üniversitesi	55. Karabük Üniversitesi
11. Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi	56. Karadeniz Teknik Üniversitesi
12. Bartın Üniversitesi	57. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi
13. Başkent Üniversitesi	58. Kırıkkale Üniversitesi
14. Beykent Üniversitesi	59. Kırklareli Üniversitesi
15. Beykoz Üniversitesi	60. Kocaeli Üniversitesi
16. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	61. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
17. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	62. Maltepe Üniversitesi
18. Bursa Teknik Üniversitesi	63. Manisa Celal Bayar Üniversitesi
19. Bursa Uludağ Üniversitesi	64. Marmara Üniversitesi
20. Çağ Üniversitesi	65. Mersin Üniversitesi
21. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi	66. Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi

22. Çankaya Üniversitesi	67. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
23. Doğuş Üniversitesi	68. Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi
24. Dokuz Eylül Üniversitesi	69. Nişantaşı Üniversitesi
25. Ege Üniversitesi	70. On dokuz Mayıs Üniversitesi
26. Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi	71. Orta Doğu Teknik Üniversitesi
27. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi	72. Özyeğin Üniversitesi
28. Fenerbahçe Üniversitesi	73. Pamukkale Üniversitesi
29. Gazi Üniversitesi	74. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
30. Gebze Teknik Üniversitesi	75. Sabancı Üniversitesi
31. Hacettepe Üniversitesi	76. Selçuk Üniversitesi
32. Haliç Üniversitesi	77. Sinop Üniversitesi
33. Hitit Üniversitesi	78. Süleyman Demirel Üniversitesi
34. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	79. Tarsus Üniversitesi
35. Işık Üniversitesi	80. TED Üniversitesi
36. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi	81. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
37. İskenderun Teknik Üniversitesi	82. Trakya Üniversitesi
38. İstanbul Arel Üniversitesi	83. Türk-Alman Üniversitesi
39. İstanbul Aydın Üniversitesi	84. Ufuk Üniversitesi
40. İstanbul Esenyurt Üniversitesi	85. Üsküdar Üniversitesi
41. İstanbul Gedik Üniversitesi	86. Yalova Üniversitesi
42. İstanbul Kültür Üniversitesi	87. Yeditepe Üniversitesi
43. İstanbul Medeniyet Üniversitesi	88. Yıldız Teknik Üniversitesi
44. İstanbul Okan Üniversitesi	89. Yozgat Bozok Üniversitesi
45. İstanbul Şişli Meslek	90. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Teknolojik gelişmeler dünyada hızla ilerlemektedir. Bu ilerleme, günümüzde insan yaşamı için kritik öneme sahiptir. İnsanlığın gelişiminin temel unsurlarından biri teknolojidir. Teknoloji; ekonomi, gıda, bilgi, iletişim ve diğer pek çok alan dahil olmak üzere toplumun birçok yönünü iyileştirmiştir. Günümüzde insanlar arası etkileşim bilgisayarlar, internet, ATM'ler, telefonlar, cep telefonları, tabletler vb. tamamen dijital teknolojiler tarafından yönlendirilmektedir.

Bireyin sosyal yaşamı içerisinde psiko-sosyal gelişimini destekleyerek hızlandırmasına yardımcı olan faktörlerin başında gelen spor alanı da bu değişimden ciddi biçimde etkilenmektedir. Bu değişimin en belirgin örneklerinden birisi de video oyunlarının teknoloji odaklı gelişim sürecidir. E-spor sadece çocuklar ve ergenler arasında değil, aynı zamanda yetişkinler ve hatta ebeveynler arasında da popülerlik kazanmıştır (Entertainment Software Association, 2019). Teknolojik gelişmelerle

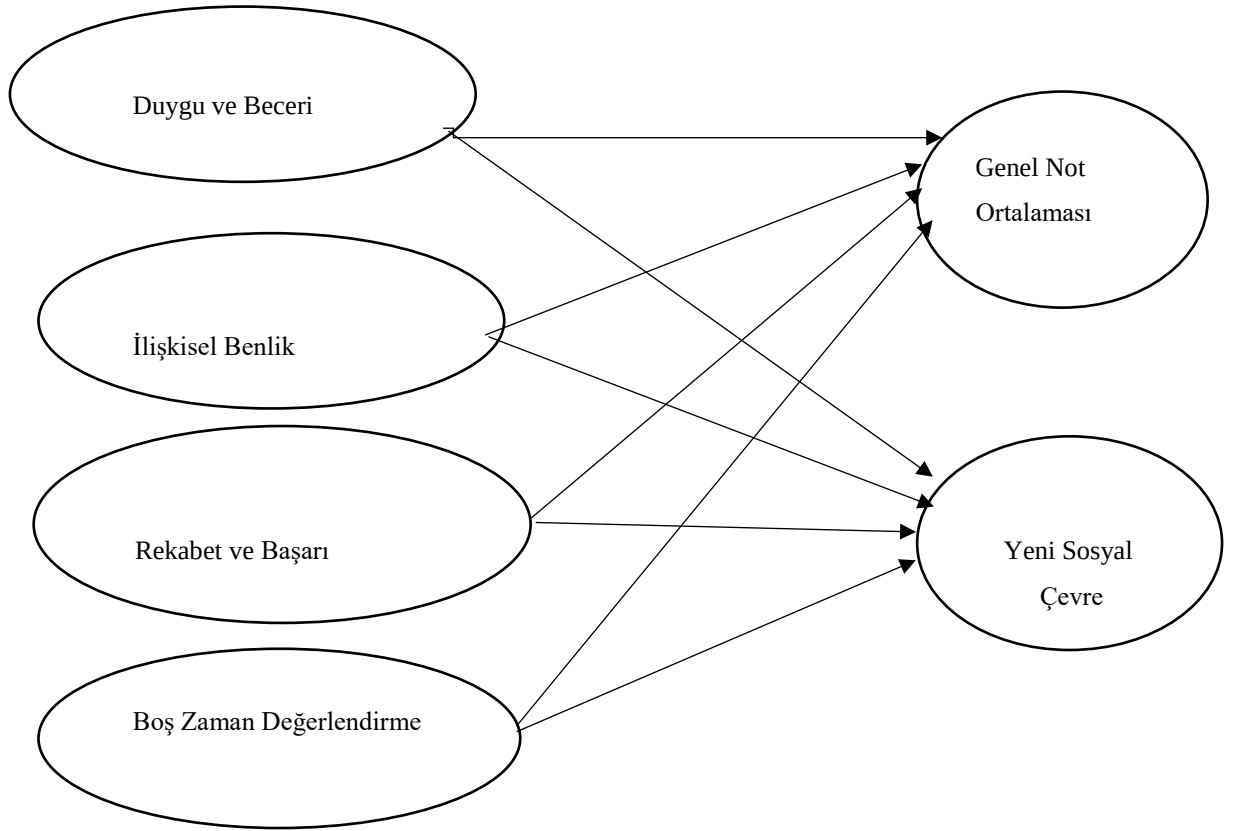
birlikte video oyunları, milyonlarca oyuncunun aynı anda rakip takıma veya diğer oyunculara karşı oynayabileceği, bağımsız oyunlardan, çevrimiçi olarak birden fazla oyuncuyla oynanan işbirlikçi ve rekabetçi oyunlara dönüşmüştür. E-spor, özellikle gençler ve yetişkinler arasında hızla video oyun topluluğunun en önemli ve popüler yönlerinden biri haline gelen oyun kültürünün yeni bir yönüdür. E-spor XXI. yy. en önemli sporlarından biridir. E-spor son zamanlarda profesyonel hale gelerek ve az sayıda oyuncu için rekabetçi oyun dünyasında bir kariyer olarak tercih edilmektedir (Faust vd., 2013).

Gençlerin e-spora ilgisi gün geçtikçe artmaktadır. Meydana gelen bu artış ile rekabet ortamı gözlenmektedir. Bu rekabet ortamında e-sporcular varlıklarını devam ettirebilmek için hem kendilerini hem rakiplerini tanımak zorundadırlar. Kendilerini ve rakiplerini tanıma yolunda e-sporcuların öncelikle bilmeleri gereken, motivasyonları ve motivasyonlarının başka faktörler üzerindeki etkileridir.

Literatürde e-spor ile yapılan araştırmalar incelendiğinde, e-sporun bireylerin genel not ortalamasını olumsuz yönde etkilediği, sosyal çevre ortamından uzaklaştırarak bireyleri yalnızlaştırdığına dair bulgular yer almaktadır. E-spor oyuncularının motivasyonunun bu iki değişken üzerindeki etkisine yönelik ulusal ve uluslararası araştırmalara literatürde rastlanmamıştır.

3. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırma modeli, Öz ve Üstün (2019)'ün çalışmasında yer alan e-spor motivasyon boyutlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri üzerine etkilerini araştırmak üzere kurulmuştur. Araştırma modeli Şekil 5'te gösterilmiştir.



Şekil 5. E-spor Motivasyon Boyutları ile Oluşturulan Araştırmanın Modeli

4. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın doğrultusunda oluşturulan hipotezler aşağıda verilmiştir.

H1: E-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H1a: Duygu ve beceri boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H1b: İlişkisel benlik boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H1c: Rekabet ve başarı boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H1d: Boş zaman değerlendirme boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2: E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı etkisi vardır.

H2a: Duygu ve beceri boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.

H2b: İlişkisel benlik boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.

H2c: Rekabet ve başarı boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.

H2d: Boş zaman değerlendirme boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın bu bölümünde belirlenen amaçlar doğrultusunda verilerin elde edilmesi ve sonuçların ortaya çıkarılmasında yürütülen araştırmanın süreçleri hakkında bilgi verilecektir.

5.1. Veri Toplama Metodunun Belirlenmesi

Veri toplama metodunun belirlenmesinde ikincil veriler kullanılmıştır. İkincil verilerin elde edilmesinde üniversitelerin kütüphane ve elektronik veri tabanlarından, ulusal, uluslararası dergi ve makalelerden, basından istatistik kurumlarından, internet sitelerinden, araştırma raporlarından yararlanılmıştır.

5.2. Veri Toplama Aracı

Üniversitelerde e-spor oynayan öğrencilerin motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini ölçmeyi amaçlayan bu araştırma için geliştirilen hipotezleri test etmek amacı ile Öz ve Üstün (2019) tarafından hazırlanan E-spor Motivasyon Ölçeğinden yararlanılarak anket oluşturulmuştur.

Anket beş faktörlü bir yapıda olup, ölçek 5'li Likert tipinde hazırlanmıştır (1=kesinlikle önemsiz,..., 5= kesinlikle önemli). Ölçekte ters madde yer almamaktadır. Toplam madde sayısı 47 olup, 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Alt boyutlar sırayla 1-15 arası maddeler Taksonomik Alan, 16-26 maddeler Yetkinlik, 27-33 maddeler İlişkisel Benlik, 34-41 arası maddeler Rekabet ve Başarı, 42-47 arası maddeler Boş Zaman Değerlendirme olarak yer almaktadır. Katılımcıların ölçekten alabileceği en düşük puan 47 ve en yüksek puan 235'tir. Ölçekten alınan puanların yüksek olması ilgili alt boyutun ve unsurların bireyin motive olmasında daha etkili olduğunu ifade etmektedir. Madde toplam korelasyon katsayısı 0.665 ve 0.830 arasında değişmektedir. Toplam güvenirlik katsayısı ise Cronbach Alpha Değeri 0,72 olarak bulunmuştur (Öz ve Üstün, 2019).

Sosyal medya aracılığı ile üniversitelerde e-spor konusunda en aktif oyuncularından oluşan beş üniversite (Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Bandırma Onyedi Eylül

Üniversitesi) e-spor oyuncularına 62 katılımcıdan çevrim içi anket yoluyla veri toplanmıştır. Anketi dolduran e-sporculardan anket soruları hakkındaki görüşleri alınmıştır. Çevrimiçi anket yolu ile elde edilen veriler istatistiksel analiz kullanılan bir paket programına aktarılmıştır. Ön test sonucu hesaplanan Cronbach Alpha değeri Tablo 19’da sunulmuştur.

Tablo 19. Güvenilirlik Analizi

Cronbach Alpha	Standartlaştırılmış Cronbach Alpha Değeri	Madde Sayısı
0,87	0,90	47

Cronbach Alpha değeri 0,87 olarak tespit edilmiştir. Bu katsayı ölçekteki sorular arasındaki uyumun derecesini belirtmektedir. İslamoğlu ve Alınacak (2016, s. 292), $0,81 < \alpha < 1,00$ arasındaki değerlerin ölçeğin veya testin güvenilirliğinin yüksek olduğunu belirtmektedir. Bu değere göre durum uygulanan ölçeğin yüksek güvenilirlik düzeyinde olduğunu söylenebilir.

5.3. Anket Formu

Üniversitelerde yer alan e-spor oyuncularının motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini ölçmeye çalışan sorulardan oluşan anket formu ön test katılımcılardan gelen öneriler sonrasında yeniden oluşturulmuştur. Anket e-spor oyuncularının demografik bilgilerini, e-spor hakkındaki görüşlerini ve motivasyonlarını sorgulayan maddelerden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde on yedi madde ikinci bölümünde kırk yedi madde bulunmaktadır.

Anketin birinci bölümü olan ‘Demografik Bilgiler Bölümü’nde’, üniversitede e-spor oynayan e-sporcuları tanımayı amaçlayan maddelere yer verilmiştir. Bu bağlamda bireylerin cinsiyet, yaş, öğrenim alanı, genel not ortalamaları öğrenilmeye çalışılmıştır. E-spor hakkındaki görüşleri olarak ise; ne kadar süredir e-spor ile ilgilendikleri ve oynadıkları, e-spor alanında elde ettikleri gelir, yaptıkları harcama, oynadıkları e-spor oyunlarının değerlendirilmesi, takip ettikleri yayıncılar, herhangi bir e-spor takımından teklif alıp almadıkları, e-spor takımında oynadılar ise oynadıkları takımların isimleri, e-sporunda kendilerini başarılı görüp görmedikleri, e-

spor ile ilgili görüşleri ve e-sporun sosyal bir çevre oluşturmadaki etkisini ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur. İkinci bölümde ise e-spor motivasyonlarını belirlemeye yönelik maddelere yer verilmiştir.

5.4. Örneklem Seçimi ve Büyüklüğünün Belirlenmesi

Araştırmanın örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Türkiye’de e-spor takımı veya kulübü bulunan 90 tane üniversitedeki amatör veya profesyonel 5200 e-sporcu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu durumda ana kütleye ulaşmak zaman ve maliyet açısından oldukça zor olacağı için araştırmanın örnek kütle ile sınırlandırılmasına karar verilmiştir.

5200 anakütle büyüklüğü için en az 357 adet örnek alınması ve anket yapılması gerektiği görülmüştür (Baş, 2008, s. 41). Fakat kullanılan yöntemde hata paylarının olabileceği göz önünde bulundurularak toplamda 558 e-sporcu anket uygulamasına dahil edilmiştir. Anketler gerekli izinler alındıktan sonra 90 tane üniversiteye çevrimiçi olarak gönderilmiştir. Anketler çevrimiçi olarak cevaplandırılmıştır.

6. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Araştırmanın başlıca kısıtları aşağıda belirtilmiştir.

- Araştırmada anket elektronik yöntemle uygulanmıştır. Ön görüşmelerde resmi olmayan rakamlarla Türkiye’de e-spor kulübü veya takımı bulunan, amatör veya profesyonel e-spor oyuncusu olan 90 tane üniversitede toplamda 5200 e-spor oyuncusu olduğu tespit edilmiş olmakla beraber, 565 öğrenci anketi cevaplamıştır. Örneklem büyüklüğü zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı 565 kişi ile sınırlı tutulmuştur.
- Araştırma sadece üniversitelerdeki e-spor kulüpleri veya takımlarındaki öğrencilere uygulanmış olup, ilköğretim ve lise öğrencilerine uygulanmamıştır.
- Araştırma, 64 maddelik anketten oluşmaktadır. Araştırmada üniversite e-spor oyuncularının e-spor kariyer planları, e-spor ile ilgili üniversite desteği gibi değişkenlere ilişkin sorular yer almamaktadır.

7. BULGULAR

Bu bölümde uygulanan anket sonucunda elde edilen verilerin analizlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Anketin güvenilirliği ile yapılan analizlere öncelikle yer verilecektir.

7.1. Faktör Analizi

E-spor motivasyonunun genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturmada etkileyen belirleyici faktörünün boyutlarının belirlenmesi için faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör Analizi aşamasında elde edilen verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı (KMO ve Bartlett Testi/Örneklem Uygunluk Testi ve Küresellik Testi) test edilmiştir. Toplam 47 maddeden oluşan ‘e-spor boyutuna’ uygulanan test sonucunda KMO değeri 0,966 çıkmıştır. ($X^2=2223,147$; $df=108$; $p=0,000$). Faktör Analizinde KMO ölçütü 0,70-0,80 arasında olduğunda ‘orta düzey’ ve 0,80-0,90 arasında olduğunda ‘iyi’ olarak kabul edilmektedir (Çokluk ve Şekercioğlu, 2012, s. 207). Ayrıca küresellik testi sonucu p değerinin anlamlılık seviyesinde bulunduğundan faktör modelinin uygulanmasına karar verilmiştir. E-spor Motivasyon Ölçeği beş faktörlü bir ölçek olmasına rağmen; Faktör Analizi aşamasında Taksonomik ve Yetkinlik faktörlerinin tek faktör altında birleşmesinden dolayı, iki faktör birleştirilerek Duygu ve Beceri olarak yeniden adlandırılmıştır. Madde faktör yükleri değerlendirilerek, 4 faktörlü 30 maddeli olarak ölçek oluşturulmuştur.

Tablo 20. Açıklanan Toplam Varyans Değerleri

E-spor Motivasyon Boyutu			
Faktörler	Toplam Öz Değer	Faktörlerin Varyansa Katkısı (%)	Birikimli (%)
Duygu ve Beceri	22,642	48,175	48,175
Rekabet ve Başarı	2,987	6,355	54,53
İlişkisel Benlik	1,61	3,425	57,955
Boş Zaman Değerlendirme	1,475	3,138	61,093

Temel Bileşenler analiz yöntemi ve döndürme işleminde Varimax Rotasyon Yöntemi kullanılmış ve dört iterasyon gerçekleşmiştir. Öz değerleri 1 ve üzerinde dört faktör elde edilmiştir. Tablo 20’de E-spor Motivasyon Boyutları; Duygu ve Beceri (14 madde), Rekabet ve Başarı (6 madde), Boş Zaman Değerlendirme (5 madde), İlişkisel Benlik (5 madde) olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Bu dört faktörün toplam açıklanan varyans değeri % 61,093’tür. Tablo 21’de her bir faktör altında yer alan maddelerin faktör yüklerine yer verilmiştir.

Tablo 21. Maddelerin Faktör Yükleri

Faktör Yüğü				
Maddeler	Duygusal Beceri	Rekabet ve Başarı	Boş Zaman Değerlendirme	İlişkisel Benlik
DB1. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum	0,773			
DB2. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor	0,766			
DB3. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum	0,746			
DB4. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor.	0,741			
DB5. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	0,734			
DB6. E-spor ilgimi çekiyor	0,721			
DB7. E-spor’ da stratejilerimi simüle ederim	0,720			
DB8. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor	0,692			
DB9. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor	0,683			

DB10. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar	0,636	
DB11. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum	0,634	
DB12. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum	0,624	
DB13. E-spor da kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum	0,599	
DB14. E-spor aktivitelerine katıldığım da spor bilgimi de kullanabiliyorum	0,589	
RB3. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor	0,787	
RB4. E-spor bana popülerlik kazandırıyor	0,780	
RB5. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için oynamayı seviyorum	0,762	
RB6. Birine karşı kaybettiğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum	0,737	
RB7. E-spor' da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli	0,727	
RB8. E-spor "da başarılı olduğum için oynuyorum	0,731	
BZD1. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor sağlıyor	0,731	
BZD2. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum	0,688	
BZD3. E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur	0,668	
BZD4. E-spor diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok beni oylar/ daha çok dikkatimi dağıtır	0,63	

BZD5. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar	0,591
BZD6. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum	0,783
İB1. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum	0,723
İB2. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum	0,72
İB3. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum	0,596

7.2. Veri Toplama Aracının Güvenilirliği

Güvenilirlik, ölçmede temel ve basit olarak tutarlılık anlamına gelmektedir. Güvenilirlik derecesi yüksek çıkan ölçümler gerçek ve gözlemlenmiş sonuçlara yakındır (Punch, 2016, s. 95). Araştırmada ölçek güvenilirliğinin belirlenmesinde Cronbach Alfa (α) katsayısından yararlanılmıştır. Tablo 22’de ölçeğin güvenilirlik katsayıları verilmiştir.

Tablo 20. Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı

Cronbach Alpha	Düzenlenmiş Cronbach Alpha Değeri	Madde Sayısı
0,960	0,961	30

Tablo 22 ’de ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen katsayının 0,70 ile 1,00 arasında olduğu görülmektedir. 0,961 olarak bulunan güvenilirlik katsayısı ölçeğin maddelerinin kabul edilebilir seviyede olduğunu göstermektedir.

Ankette kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu tespit edilerek, faktörlerdeki değişkenlerin de güvenilirlikleri kontrol edilmiştir. Tablo 23’te Duygu ve Beceri Faktörü, Tablo 24’te Rekabet ve Başarı Faktörü, Tablo 25’te Boş Zaman Değerlendirme Faktörü ve Tablo 26’da İlişkisel Benlik Faktörü Madde Bazlı Güvenilirlik Analizlerine yer verilmiştir. Dört faktörün güvenilirlik katsayıları ölçeğin güvenilirliğini ispat edici yöndedir.

Tablo 23. Duygu ve Beceri Faktörü Güvenilirlik Analizi

	Maddeler	Korelasyon	Güven Katsayısı	Ortalama	Standart Sapma
Faktörler					
DUYGU VE BECERİ	DB1. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum	0,675			
	DB2. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor	0,619			
	DB3. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum	0,749	0,948	5,236	14.819
	DB4. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor.	0,6			
	DB5. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	0,741			
	DB6. E-spor ilgimi çekiyor	0,746			
	DB7. E-spor’ da stratejilerimi simüle ederim	0,771			
	DB8. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor.	0,719			
	DB9. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor	0,711			
	DB10. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırırlar	0,833			
	DB11. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum	0,671			
	DB12. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum	0,816			
	DB13. E-spor’da kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum	0,754			
	DB14. E-spor aktivitelerine katıldığım da spor bilgimi de kullanabiliyorum.	0,819			

Tablo 24. Rekabet ve Başarı Faktörü Güvenilirlik Analizi

	Maddeler	Korelasyon	Güven Katsayısı	Ortalama	Standart Sapma
Faktörler					
REKABET VE BAŞARI	RB5. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için oynamayı seviyorum	0,788	0,913	18,39	7,77
	RB7. E-spor’da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli	0,788			
	RB4. E-spor bana popülerlik kazandırıyor	0,794			
	RB3. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor	0,613			
	RB8. E-spor “da başarılı olduğum için oynuyorum.	0,8			
	RB6. Birine karşı kaybettüğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum	0,763			

Tablo 25. Boş Zaman Değerlendirme Faktörü

	Maddeler	Korelasyon	Güven Katsayısı	Ortalama	Standart Sapma
Faktörler					
BOŞ ZAMAN DEĞERLENDİRME	BZD4. E-spor diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok beni oylar/ daha çok dikkatimi dağıtır.	0,722	0,871	22,19	6,48
	BZD2. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum	0,623			
	BZD1. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor sağlıyor	0,675			
	BZD3. E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.	0,612			
	BZD6. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum	0,673			
	BZD5. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar	0,71			

Tablo 26. İlişkisel Benlik Faktörü

	Maddeler	Korelasyon	Güven Katsayısı	Ortalama	Standart Sapma
Faktörler					
İLİŞKİSEL BENLİK	İB2. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum	0,527	0,871	11,03	4,973
	İB3. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum	0,767			
	İB4. E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor	0,62			
	İB1. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum	0,727			

7.3. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri ve E-spor Hakkındaki Görüşleri

Araştırmaya katılan üniversiteli e-sporcuların demografik bilgileri ve e-spor hakkındaki görüşlerine ilişkin frekans değerleri hesaplanmıştır. Tüm dağılımlar tek bir tablo halinde Tablo 27’de verilmiştir.

Tablo 27. Katılımcıların Demografik Verileri ve E-spor Hakkındaki Görüşlerinin Dağılımı

	n	%		n	%
Cinsiyet			Yaş Grupları		
Erkek	449	80,5	17-20 Yaş	162	29
Kadın	109	19,5	21-24 Yaş	254	45,5
			25 Yaş Üstü	142	25,4
Toplam	558	100		558	100
Öğrenim Alanı			Genel Not Ortalamaları		
Sosyal Bilimler	207	37,1	0-1,99	282	50,5
Fen Bilimleri	250	44,8	2-2,99	276	49,5
Eğitim Bilimleri	101	18,1			
Toplam	558	100		558	100
E-spor Oynama Süresi (Yıl)			E-spor Oynama Süresi (Saat [Gün Bazında])		
0-5	247	44,27	0-6	313	56,1
6-10	309	55,37	6+	245	43,9
11+	2	0,36			
Toplam	558	100		558	100
Aylık Gelir			Aylık Elde Edilen Gelir Düzeyi (TL.)		
Evet	47	8,4	0-100	511	91,6
Hayır	511	91,6	101-600	47	8,4
Toplam	558	100		558	100
Aylık Yapılan Harcama Düzeyi (TL.)			Oynanan Cihaz		
Harcama Yapmayanlar	84	15,1	Bilgisayar	424	76
0-50	408	73,1	Akıllı Telefon	63	11,3
51-900	59	10,6	Birkaç Cihaz	71	12,7
901-1500	7	1,3			
Toplam	558	100		558	100
Yayıncı Kanalı			En Çok Oynanan İlk 3 Oyun		
Twitch	353	63,3	Diğer Oyunlar	241	43,2
Youtube	205	36,7	LOL	169	30,3
			CS:GO	97	17,4
			Değerlendirmeyenler	51	9,1
Toplam	558	100		558	100
E-spor'da Başarılı			E-spor Teklif		
Evet	233	41,8	Evet	52	9,3
Hayır	325	58,2	Hayır	506	90,7
Toplam	558	100		558	100
E-spor Takımı			E-spor Geleceği		
Oynamadım	522	93,5	Gelecekteki İş	494	70,6
Oynadım	36	6,5	Destek Verilmeli	100	17,9
			Oyun	64	11,5
Toplam	558	100		558	100
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma					
Kesinlikle Katılmıyorum	86				
Katılmıyorum	42				
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	105				
Katılıyorum	117				
Kesinlikle Katılıyorum	208				
Toplam	558	100			

Tablo 26 incelendiğinde araştırmaya katılan e-sporcularda; erkekler kadınların 4 katı olarak 449'u (%80,5) yer almaktadır. E-sporcuların çoğunluğunu 21-24 yaş arası 254 (%45,5) kişiden oluşan grup oluşturmaktadır. E-sporcuların alan eğitiminde

çoğunluğunu Fen Bilimleri Alanı 250 kişi (%44,8) oluşturmaktadır. E-sporcuların genel not ortalaması bakımından; 0-1,99 olan 282 kişi (%50,5), 2-2,99 olan kişi sayısından daha fazladır. E-sporu yıl bazında, 6-10 yıl aralığında yapan 309 kişi (%55,37) diğerlerinden daha fazladır. E-sporu günlük saat bazında, 0-6 saat oynayan 313 kişi (%56,1) diğerlerinden daha fazladır. E-spordan aylık gelir elde etmeyen 511 kişi (%91,6), gelir elde eden kişi sayısından fazladır. E-spordan aylık gelir miktarı 1-100 TL. arasında olan 40 kişi (%85,1), diğer gelir elde edenlerden daha fazladır. E-spora aylık 1-50 TL. arasında harcama yapan 408 kişi (%73,1) kişi, harcama yapmayan ve yapan diğer kişi sayısından daha fazladır.

E-sporu en fazla bilgisayar ile oynayan 424 kişi (%76) bulunmaktadır. E-sporun en fazla takip edildiği kanal, Twitch yayıncı kanalı 353 kişi (%63,3) oluşturmaktadır. E-sporda en çok oynanan oyunlarda birinci sırada diğer oyunlar 241 kişi (%43,2) yer almaktadır. E-sporda en çok oynanan oyunlarda ikinci sırada, LOL oyununu 169 kişi (%30,3) yer almaktadır. E-sporda en çok oynanan oyunlarda üçüncü sırada CS:GO 97 kişi (%17,4) kişi yer almaktadır. E-sporda başarı kategorisinde, kendini başarılı görmeyen 325 kişi (%58,2) kişi sayısı başarılı gören kişi sayısından daha fazladır. E-sporda bir takımdan teklif almayan 506 kişi (%90,7) kişi sayısı, teklif alan kişi sayısından fazladır. E-sporda bir takımda oynamayan 522 kişi (%93,5) bulunmaktadır. E-sporu gelecekteki iş olarak gören 494 kişi (%70,6) bulunmaktadır. ‘E-spor yeni bir sosyal çevre oluşturur.’ görüşüne katılım belirttiğini gösteren 425 kişi (%58,3), katılmıyorum görüşünü belirten kişi sayısından fazladır.

Tablo 28. E-spor Motivasyonuna İlişkin Maddelerin/İfadelerin Dağılımı

	Maddeler	N	Ortalama	Standart Sapma
DUYGU VE BECERİ	DB1. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum	588	3,43	1,4621
	DB2. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor	588	3,76	1,3136
	DB3. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum	588	3,44	1,4442
	DB4. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor	588	3,86	1,3103
	DB5. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	588	3,91	1,3045
	DB6. E-spor ilgimi çekiyor	588	3,91	1,2795

	DB7. E-spor' da stratejilerimi simüle ederim	588	3,66	1,4116
	DB8. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor	588	3,43	1,495
	DB9. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor	588	3,86	1,3724
	DB10. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar	588	3,87	1,519
	DB11. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum	588	3,89	1,4027
	DB12. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum	588	3,94	1,3332
	DB13. E-sporda kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum	588	4,14	1,2362
	DB14. E-spor aktivitelerine katıldığımda spor bilgimi de kullanabiliyorum	588	3,84	1,359
REKABET VE BAŞARI	RB3. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor	588	2,92	1,5449
	RB4. E-spor bana popülerlik kazandırıyor	588	2,87	1,4689
	RB5. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için oynamayı seviyorum	588	3,01	1,3584
	RB6. Birine karşı kaybettiğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum	588	3,22	1,4689
	RB7. E-spor'da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli	588	3,11	1,3584
	RB8. E-spor'da başarılı olduğum için oynuyorum	588	3,24	1,4689
BOŞ ZAMAN DEĞERLENDİRME	BZD1. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor sağlıyor	588	3,65	1,4038
	BZD2. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum	588	3,39	1,4302
	BZD3. E-spor normal rutimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur	588	3,6	1,3688
	BZD4. E-spor diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok beni oylar/ daha çok dikkatimi dağıtır.	588	3,56	1,4302
	BZD5. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar	588	3,92	1,3685
	BZD6. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum	588	4,04	1,2988
İLİŞKİSEL BENLİK	İB1. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum	588	2,19	1,4786
	İB2. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum	588	2,7	1,522
	İB3. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum	588	2,89	1,5161
	İB4. E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor	588	3,24	1,5423

Tablo 28'e göre; üniversitelerde e-spor oynayan e-sporcuların e-spor motivasyonlarını etkileyen belirleyici faktörlere ait ifadelerinin ortalama ve standart

sapma değerleri incelendiğinde bu değerlerin 2,19 ($\mp$ 1,478) ile 4,14 ($\mp$ 1,286) arasında olduğu görülmektedir. En yüksek değere sahip ifadenin; ‘E-sporda kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum’ olduğu ve en düşük değere sahip ifadenin ise; ‘ evrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum’ olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan oyuncular ifadelerine genel olarak olumlu görüş bildirmişlerdir.

Duygu ve Beceri Faktöründe; en yüksek değere sahip ifade ‘E-sporda kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum.’ (4,14 $\mp$ 1,236) ve en düşük değere sahip ifade ise ‘E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor.’ (3,43 $\mp$ 1,950) şeklinde dir.

Rekabet ve Başarı Faktöründe; en yüksek değere sahip ifade ‘E-sporda başarılı olduğum için oynuyorum.’ (3,24 $\mp$ 1,468) ve en düşük değere sahip ifade ise ‘E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor.’ (2,92 $\mp$ 1,544) şeklinde dir.

Boş Zaman Değerlendirme Faktöründe; en yüksek değere sahip ifade ‘E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum.’ (4,04 $\mp$ 1,298) ve en düşük değere sahip ifade ise ‘E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum.’ (3,39 $\mp$ 1,430) şeklinde dir.

İlişkisel Benlik Faktöründe; en yüksek değere sahip ifade ‘E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor.’ (4,14 $\mp$ 1,236) ve en düşük değere sahip ifade ise ‘ evrem e-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum.’ (2,19 $\mp$ 1,478) şeklinde dir.

7.4. Korelasyon Analizi

Araştırmada kullanılan ölçek puanlarının birbirleriyle ilişkisini analiz etmek için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Ölçeğin kendi boyutları ile değişkenler arasındaki ilişki Tablo 29’da sunulmuştur.

Tablo 29. Korelasyon Tablosu

		Duygu ve Beceri	İlişkisel Benlik	Rekabet ve Başarı	Boş Zaman Değerlendirme	Genel Not Ortalaması	Sosyal Çevre Ortamı
Duygu ve Beceri	r	1	0,56	0,633	0,735	0,008	0,699
	p		0	0	0	0,425	0
İlişkisel Benlik	r		1	0,669	0,546	-0,014	0,592
	p			0	0	0,372	0
Rekabet ve Başarı	r			1	0,593	-0,008	0,639
	p				0	0,424	0,089
Boş Zaman Değerlendirme	r				1	0,101	0,595
	p					0,054	1,3
Genel Not Ortalaması	r					1	
	p						
Yeni Sosyal Çevre	r						1
	p						

P >0,01** P >0,05*

Duygu ve Beceri alt boyutu ile İlişkisel Benlik arasında ($r=,560$) orta ilişki, Rekabet ve Başarı ($r=,633$) ve Boş Zaman Değerlendirme ($r=,735$) arasında yüksek ilişki mevcuttur. Duygu ve Beceri ve Genel Not Ortalaması ($r=,008$) arasında, İlişkisel Benlik Genel Not Ortalaması ($r=-,014$), Rekabet ve Başarı Genel Not Ortalaması ($r=-,008$), Boş Zaman Değerlendirme ve Genel Not Ortalaması ilişkili olma ($r=,101$) arasında ilişkinin olmadığı ya da çok zayıf ilişki mevcuttur. Duygu ve Beceri ile Yeni Sosyal Çevre Ortamı ($r=,699$) arasında yüksek düzeyde ilişki, İlişkisel Benlik Yeni Sosyal Çevre Ortamı ($r=,592$) orta düzeyde ilişki, Rekabet ve Başarı Yeni Sosyal Çevre Ortamı ($r=,639$) yüksek düzeyde ilişki, Boş Zaman Değerlendirme ve Yeni Sosyal Çevre Ortamı ilişkili olma ($r=,595$) arasında orta düzeyde ilişki mevcuttur.

7.5. Hipotezlerin Analizlerine İlişkin Değerlendirmeler

Araştırmalar da parametrik testlerin uygulanabilmesi için verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin ölçülmesi gerekmektedir. Bu değerlerin +1,5 ve -1,5 arasında olması verilerin normal dağılım sergilediğinin göstergesidir (Tabachnick ve Fidell, 2013, s. 80). Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri kontrol edilmiştir. Duygu ve

Beceri Faktöründe (-1,097-,-649), Rekabet ve Başarı Faktöründe (-0,43-1,206), Boş Zaman Değerlendirme Faktöründe (-,929-,-335), İlişkisel Benlik Faktöründe (,248-,-993) değerlere ulaşılmıştır. Normal dağılım sergilediği belirlenen veriler üzerinde, genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri ile oluşturulan çalışmanın hipotezleri doğrultusunda çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır.

7.6. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Araştırmada çoklu doğrusal regresyon analizi yöntemi uygulanmıştır. Normal dağılan sayısal bir değişkende, aralarında ilişki olan birden fazla bağımsız değişkenden yararlanarak bağımlı değişkeni tahmin etmek amacıyla modelleme yapıldığında kullanılan yöntem ‘çoklu doğrusal regresyon’ (multiple linear regression) olarak tanımlanır (Dawson ve Trapp, 2001, s. 236).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots \beta_k X_k + \varepsilon \text{ formüle edilir.}$$

Burada Y bağımlı değişken, $X_1, \dots, X_k$ bağımsız değişkenler, β değeri sabit değer ve modelde yer alan değişkenlere ait katsayıları gösterirken, ε ise tesadüfi hata (rezidüeli) göstermektedir. Tesadüfi hata, örneklemdeki bireylere ait gözlenen değerler ile bu bireyler için modelden belirlenen değerler arasındaki farktır (Pagano ve Gauvreau, 1993, s. 381; Ünver vd., 2011, s. 303-339).

Araştırmada ilk olarak e-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerindeki etkisini görebilmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Daha sonra e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini görebilmek için tüm faktörler üzerinde ayrı ayrı çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

7.6.1. E-spor Motivasyonunun Genel Not Ortalaması Üzerindeki Etkisi

‘H1: E-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde anlamlı etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde genel not ortalaması bağımlı değişken, e-spor motivasyon ölçeğindeki duygu ve beceri, rekabet ve başarı, boş zaman değerlendirme ve ilişkisel benlik faktörleri bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen veriler Tablo 30’da yer almaktadır.

Tablo 30. E-Spor Motivasyonunun Genel Not Ortalaması Üzerindeki Etkisi

	Standartlaştırılmamış Katsayılar	Standartlaştırılmış Katsayılar	%95 Güven Arahlığı						
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF	Adjusted R ²
Sabit (Constant)	1,859	0,076	-,04	24,52	0,000				
Ortalama Duygu ve Beceri	-,019	0,03	-,04	,6	0,51	-,014	-,027	2,533	0
Ortalama ilişkisel Benlik	-,014	0,02	-,03	,6	0,52	-,008	-,027	1,956	
Ortalama Rekabet ve Başarı	-,010	0,02	-,1	,5	0,65	-,054	-,019	2,248	
Ortalama Boş Zaman Değerlendirme	,053	0,03	,124	1,904	0,57	0,54	0,81	2,358	
P<0,005									

Tablo 30 incelendiğinde ‘H1: E-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde anlamlı etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve e-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Bu nedenle oluşturulan;

H1a: ‘Duygu ve beceri boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve duygu ve beceri boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. ($p>0,05$)

H1b: ‘İlişkisel benlik boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve ilişkisel benlik boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. ($p>0,05$)

H1c: ‘Rekabet ve başarı boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve rekabet ve başarı boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. ($p>0,05$)

H1d: ‘Boş zaman değerlendirme boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve boş zaman değerlendirme boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. ($p>0,05$)

7.6.2. E-spor Motivasyonunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

'H2: E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre oluşturma bağımlı değişken, e-spor motivasyon ölçeğindeki duygu ve beceri, rekabet ve başarı, boş zaman değerlendirme ve ilişkisel benlik faktörleri bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen veriler Tablo 31'de gösterilmiştir.

Tablo 31. E-Spor Motivasyonunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmada Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		%95 Güven Aralığı		VIF	Adjusted R ²	F
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır		
Sabit (Constant)	,180	,153		1,178	,000				
Ortalama Duygu ve Beceri	,586	,059	,431	0,6	,000	,699	,387	2,533	,583 193,2
Ortalama ilişkisel Benlik	,366	,044	,316	0,6	,000	,639	,331	1,956	
Ortalama Rekabet ve Başarı	,078	,046	0,70	0,5	,089	,592	,072	2,248	
Ortalama Boş Zaman Değerlendirme	,085	0,056	0,64	1,904	,130	,595	,064	2,358	
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (0,18)=(0,586)*DBF+(0,336)*İB									
P<0,005									

Tablo 31 incelendiğinde; e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir. 'H2: E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin kısmen kabul edildiği e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde pozitif, anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. F (4,553)=

193,258, $P < 0,05$, ve bağımlı değişken varyansın %58'ini ($R^2=0,58$) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulunmuştur. Buna göre, duygu ve beceri faktörünün yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini ölçmek için oluşturulan:

'H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi kabul edilir ($\beta=0,58$, $t(553)=0,6$, $P < 0,05$)

'H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi kabul edilir ($\beta =0,36$, $t(553)=0,6$, $P < 0,05$).

'H2c: Rekabet ve başarı boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi reddedilir. E-spor rekabet ve başarı faktörü yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisinin olmadığı görülmektedir ($p > 0,05$).

'H2d: Boş zaman değerlendirme boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi reddedilir. E-spor boş zaman değerlendirme faktörünün yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisinin olmadığı görülmektedir ($p > 0,05$).

7.6.2.1. E-Spor Motivasyonu Duygu ve Beceri Faktörünün Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

'H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, duygu ve beceri faktörünün içerisinde yer alan 14 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 32'de gösterilmiştir.

Tablo 32. Duygu ve Beceri Faktörünün Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

	Standartlaştırılmamış Katsayılar			Standartlaştırılmış Katsayılar		%95 Güven Aralığı				
Model	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF	Adjusted R ²	F
Sabit (Constant)	0,051	0,161		0,316	0,000	-0,27	0,368	2,112	0,53	45,975
DB1. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum	-0,02	0,045	0,022	0,512	0,609	-0,11	0,065	2,073		
DB2. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor	-0,01	0,041	0,011	-0,27	0,788	-0,09	0,07	2,763		
DB3. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum	-0,03	0,053	0,022	0,464	0,643	-0,13	0,079	1,695		
DB4. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor.	0,01	0,038	0,01	0,26	0,795	-0,06	0,084	2,64		
DB5. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	0,111	0,052	0,102	2,153	0,032	0,01	0,213	2,712		
DB6. E-spor ilgimi çekiyor	0,033	0,053	0,03	0,625	0,532	-0,07	0,137	3,037		
DB7. E-spor’ da stratejilerimi simüle ederim	0,034	0,057	0,03	0,598	0,55	-0,08	0,146	2,286		
DB8. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor	-0,02	0,045	0,018	0,418	0,676	-0,11	0,069	2,204		
DB9. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor	0,121	0,041	0,126	2,924	0,004	0,04	0,203	3,909		
DB10. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar	0,341	0,06	0,325	5,671	0,000	0,223	0,459	2,166		
DB11. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum	0,011	0,04	0,012	0,271	0,786	-0,07	0,09	3,899		
DB12. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum	0,012	0,059	0,012	0,202	0,84	-0,1	0,127	2,914		
DB13. E-sporda kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum	0,112	0,053	0,103	2,085	0,037	0,006	0,217	3,472		
DB14. E-spor aktivitelerine katıldığımda spor bilgimi de kullanabiliyorum	0,199	0,063	0,171	3,167	0,002	0,076	0,323	2,112		
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma										
(Sabit)=0,051+(0,111)*DB5+(0,121)*DB9+(0,341)*DB10+(0,112)*DB13+(0,199)*DB14										
P<0,05										

Tablo 32 incelendiğinde; e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir '*H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*' şeklinde oluşturulan hipotezin kabul edildiği e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde pozitif anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. $F(14,543) = 45,975$ $P < 0,05$, ve bağımlı değişken varyansın %53'ünü ($R^2=0,53$) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulunmuştur. Buna göre, '*Canlı grafiklerle e-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,10$, $t(543)=2,15$, $P < 0,05$). '*E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,12$, $t(543)=2,92$, $P < 0,05$). '*Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırırlar.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,32$, $t(553)=5,67$, $P < 0,05$). '*E-sporda kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,10$, $t(543)=2,085$, $P < 0,05$). '*E-spor aktivitelerine katıldığımda spor bilgimi de kullanabiliyorum.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,17$, $t(543)=3,167$, $P < 0,05$).

7.6.2.2. E-Spor Motivasyonu İlişkisel Benlik Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

'*H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, ilişkisel benlik faktörünün içerisinde yer alan 4 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 33'te gösterilmiştir.

Tablo 33. İlişkisel Benlik Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar			%95 Güven Aralığı				
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF	Adjusted R ²	F
Sabit (Constant)	1,382	0,109		12,68	0,000	1,168	1,596			
İB1. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum	0,502	0,045	0,539	11,14	0,000	0,414	0,591	2,521	0,484	31,6
İB2. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum	-0,024	0,035	-0,025	-0,68	0,497	0,094	0,046	1,434		
İB3. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum	0,099	0,047	0,105	2,124	0,034	0,007	0,191	2,628		
İB4. E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor	0,12	0,039	0,126	3,038	0,002	0,042	0,197	1,866		
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (Sabit)= 1,382+(0,502)*İB1+(0,099)*İB3+(0,12)*İB4										
P<0,05										

Tablo 33 incelendiğinde; E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir. *‘H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.’* şeklinde oluşturulan hipotezin kabul edildiği e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde pozitif anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. $F(4.553)= 131,575$ $P<0,05$, ve bağımlı değişken varyansın %48’ini ($R^2=0,48$) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulunmuştur. Buna göre, *‘Çevrem e-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum.’* maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,53$, $t(553)=11,14$, $P<0,05$). *‘Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum.’* maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,10$, $t(553)=2,12$, $P<0,05$). *‘E-spor aktivitelerine katılıyorum*

çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor.’ maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ($\beta=0,12$, $t(553)=3,03$ $P<0,05$).

7.6.2.3. E-Spor Motivasyonunun Rekabet ve Başarı Boyutunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

‘H2c: Rekabet ve başarı boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, rekabet ve başarı faktörünün içerisinde yer alan 4 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 34’te gösterilmiştir.

Tablo 34. Rekabet ve Başarı Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar			%95 Güven Aralığı				
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF	Adjusted R ²	F
Sabit (Constant)	1,579	0,13		12,138	0	1,324	1,835			
RB3. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor	2,69	0,062	0,293	4,361	0	0,148	0,391	0,251	0,369	55,188
RB4. E-spor bana popülerlik kazandırıyor	0,062	0,062	0,067	0,989	0,323	-0,061	0,184	0,245		
RB5. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için	-0,021	0,05	-0,024	-0,423	0,672	-0,119	0,0774	0,362		
RB6. Birine karşı kaybettiğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum	0,011	0,042	0,012	0,26	0,795	-0,072	0,094	0,556		
RB7. E-spor'da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli	0,155	0,054	0,167	2,872	0,004	0,049	0,262	0,335		
RB8. E-spor'da başarılı olduğum için oynuyorum	0,176	0,052	0,18	3,395	0,001	0,074	0,278	0,403		
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (Sabit)= 1,579+(2,69)*RB3+(0,155)*RB7+(0,176)*RB8										
P<0,05										

Tablo 34 incelendiğinde; E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin her ne kadar anlamlı olduğu görülse de bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Tablo 31’de anlamsız olduğu ortaya çıkmıştır. ‘H2c: Rekabet ve başarı boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotez reddedilmiştir. Rekabet ve başarı faktörünün alt maddeleri incelendiğinde, ‘E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor.’ maddesi, ‘E-spor’da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli.’ maddesi, ‘E-spor’da başarılı olduğum için oynuyorum.’ maddesi yeni sosyal çevre oluşturmada kısmen olumlu ve anlamlı olarak katkısı bulunmaktadır ($P<0,05$).

7.6.2.4. E-Spor Motivasyonunun Boş Zaman Değerlendirme Boyutunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

‘H2d: Boş zaman değerlendirme boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.’ şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, boş zaman değerlendirme faktörünün içerisinde yer alan 6 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 35’te gösterilmiştir.

Tablo 35. Boş Zaman Değerlendirme Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar			%95 Güven Aralığı		VIF	Adjusted R ²	F
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır			
Sabit (Constant)	0,484	0,173		2,788	0,05	0,143	0,824			
BZD1. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor sağlıyor	,0,78	0,053	0,074	1,486	0,138	-0,025	0,182	2,243	0,387	59,593
BZD2. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum	0,04	0,042	0,041	0,95	0,343	-0,043	0,123	1,682		
BZD3. E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.	0,096	0,047	0,094	2,059	0,04	0,004	0,198	1,894		
BZD4. E-spor diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok beni oylar/ daha çok dikkatimi dağıtır.	0,014	0,043	0,014	0,327	0,744	-0,07	0,098	1,639		
BZD5. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar	0,338	0,049	0,322	6,891	0	0,242	0,435	1,984		
BZD6. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum	0,233	0,055	0,21	4,237	0	0,125	0,341	2,238		
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (Sabit)= 0,484+(0,096)*BZD3+(0,338)*BZD5+(0,233)*BZD6										
P<0,05										

Tablo 35 incelendiğinde; E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin her ne kadar anlamlı olduğu görülse de bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Tablo 31’de anlamsız olduğu ortaya çıkmıştır. ‘H2d: *Boş zaman değerlendirme boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*’ şeklinde oluşturulan hipotez reddedilmiştir. Rekabet ve başarı faktörünün alt maddeleri incelendiğinde, ‘E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.’ maddesi, ‘E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar.’ maddesi, ‘E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum.’ maddesi yeni sosyal çevre oluşturmada kısmen olumlu ve anlamlı olarak katkısı bulunmaktadır. ($P<0,05$).

8. TARTIŞMA

Bu araştırmada, Türkiye’de 90 ilde e-spor kulübü ve takımı bulunan üniversitelerde e-spor oynayan öğrencilerin motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde sonuçların betimlenmesine yer verilerek, bulgular literatür ışığında sunulmuştur.

Araştırmanın ilk hipotezi kapsamında e-spor motivasyonu ile genel not ortalaması arasındaki ilişki incelenmiş olup, iki değişken arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 30). Bu sonuca göre e-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılarak H1 hipotezi ‘E-spor motivasyonunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.’ hipotezi reddedilmiştir. ($p>0,05$)

H1a: *Duygu ve beceri boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır,* hipotezi reddedilmiştir. ($p>0,05$)

H1b: *İlişkisel benlik boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır,* hipotezi reddedilmiştir. ($p>0,05$)

H1c: *Rekabet ve başarı boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır,* hipotezi reddedilmiştir. ($p>0,05$)

H1d: Boş zaman değerlendirme boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır, hipotezi reddedilmiştir. (p>0,05)

Literatürde e-spor ile genel not ortalamasını içeren çalışmalar incelendiğinde; Anand (2007), Harris ve Williams (1985), Tinebrickner ve Stinebrickner (2007) çalışmalarında yüksek seviyede e-spor ile ilgilenen öğrencilerin, düşük seviyeli öğrencilere göre daha düşük not ortalamasına sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Goleman'a (2013, s.56) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin e-spor ile genel not ortalaması üzerindeki görüşleri hakkında; konu ile ilgili paylaşılan olumsuz haber akışları, e-postalar, telefon görüşmeleri, tweet'ler, bloglar, çizelgeler vd. ile düşüncelerinin karmaşıklaştığını bildirmiştir. Bununla birlikte, bu çalışmaya katılan çalışmadaki birinci sınıf öğrencileri, diğer sınıflandırmalara göre büyük turnuvalarda daha fazla rekabet ettiklerini ve oyun oynamanın ödevlerini yapmak için bir engel olmadığını algıladıklarını bildirmiştir. McWhorter ve Delello (2017) çalışmalarında; genel olarak öğrencilerin üniversite de ilerledikçe entelektüel ve sosyal olarak olgunlaştığını bildirerek e-spora ayırdıkları vakit konusunda bilinçlendiklerini belirtmişlerdir. Bu aynı zamanda, artan eğitim seviyeleri ile öğrenci genel not ortalamalarının neden daha yüksek olduğunun bir göstergesi olabilir. Araştırmada, e-spor motivasyonlarının genel not ortalaması üzerinde bir etkisinin olmaması, diğer araştırmaların sonuçlarına göre farklılık göstermektedir.

E-spor Motivasyonunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Küresel elektronik sporlar pazarının 2022 yılında 1.79 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2022 yılında, küresel e-spor izleyici sayısı yıllık %8,7 artarak 532 milyona ulaşacağı beklenmektedir. Ayda bir defadan fazla e-spor içeriği izleyenlerin sayısının ise 261 milyonun üzerinde olacağı tahmin edilmektedir (Newzoo, 2021).

2025 yılında e-spor tutkunlarının sayısı %8,1'lik bir artış ile 318 milyona ulaşacağı, toplam izleyici sayısının sayısı 640 milyonu aşacağı öngörülmektedir. 2018 yılında League of Legends Dünya Şampiyonası maçı 99,6 milyon tekil izleyiciye ulaşırken (Gough, 2019), Super Bowl LIII 98,2 milyonda kalmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde National Association of Collegiate E-spor (NACE, 2020) üyesi olan yüzlerce üniversite bulunmaktadır. Öğrenciler hem seyirci hem de oyuncu

olduklarından, e-sporlar üniversite kampüslerinde en hızlı büyüyen sporlardan biridir. McGrath'a (2019, s. 201) göre e-spor, son on yılda 600 üniversitede yaklaşık 1600 e-spor kulübüyle filizlenen bir fenomen haline gelmiştir ve bu sayı artmaya devam edecektir.

Araştırmanın ikinci hipotezi kapsamında e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma arasındaki ilişki incelenmiş olup, kısmen pozitif yönlü orta düzeyli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Tablo 31).

Bu sonuca göre e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılarak H2 hipotezi '*E-spor motivasyonunun, yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*' kısmen kabul edilmiştir.

Literatürde; Kowart vd., (2014)'e göre; e-sporun tecrit ve yalnızlığı teşvik ettiği yönündeki önyargılar gerçeği yansıtmakta olmayıp aslında sosyal çevrimiçi oyuncular, diğer çevrimiçi oyuncular ve çevrimiçi oyunlara hiç aşına olmayanlar arasında genel arkadaş sayısında hiçbir fark olmadığını bildirmişlerdir.

Çevrimiçi oyunların bilgisayar aracılı iletişim için iyi bir araç olduğu ve yeni arkadaşlar edinme ve çevrimdışı arkadaşlıkları sürdürme konusunda duygusal olarak hassas bireylere yardımcı olduğu bulunmuştur (Kowert vd., 2014). Benzer şekilde, sosyal kaygılı genç bireyler, çevrimiçi oyunları gerçek benlikleri olabilecekleri ve sosyal bir atmosfere daha kolay katılabilecekleri çekici bir alan olarak bulmuşlardır (Desjarlais ve Willoughby, 2010). Tamminen ve Crocker (2015) araştırmalarında; sporcuların öz düzenleme ve kişilerarası düzenleme yaparken sosyal normlar ve takım rolleri gibi sosyal ve bağlamsal faktörleri nasıl dikkate alabileceklerini bildirerek sosyal çevrenin önemini vurgulamışlardır.

Bireysel yaşamlarında yalnızlık duygusu yaşayan gençlerin oyun oynayarak kendilerini sosyal bir ortamda yalnızlık duygusunu azalttığını yansıtan araştırmalar da bulunmaktadır (Martoncik ve Loksa, 2015); (Yılmaz ve Karaca, 2008).

Macey ve Hamari (2018)'ye göre; gün boyu e-spor oynayan bir oyuncu toplumsal faaliyetlere katılmadığı ve iletişim kurmadığı için, toplumdaki diğer bireylerden koparak etkileşim eksikliği yaşamaktadır. Bu nedenle sosyal becerilerini kaybetmektedir.

Delello vd. (2021) yaptıkları araştırmada; E-spor oynamanın akademik yararlarının neler olduğu sorulduğunda beş ana tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar; sosyal etkileşimler/takım çalışması, gerçek dünya bağlantıları, eleştirel düşünme/problem çözme, burslar, rahatlama, odaklanma ve stres yönetimi konularıdır. Araştırmada, e-spor motivasyonlarının sosyal çevre oluşturma üzerinde olumlu bir etkisinin olması, diğer araştırmaların sonuçlarına göre benzerlik göstermektedir.

Araştırmada oluşturulan '*H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*' hipotez kapsamında duygu ve beceri faktörünün yeni sosyal çevre oluşturma arasındaki ilişki incelenmiş olup, pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Tablo 32).

Bu sonuca göre e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılarak '*H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır*' kabul edilmiştir.

Profesyonel oyuncular için, e-sporun sosyal boyutu son derece faydalıdır, çünkü sadece oyundaki performanslarını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda onlara büyük baskı veya başarısızlık karşısında duygusal ve sosyal destek sunar. Oyuncuların oynadıkları oyunlar üzerinden arkadaşlık edinmeleri gençlerin oyun ortamlarında sosyalleşmesine, oyun içerisinde oluşturulmuş takımlara ait hissetmesine yardımcı olmaktadır (Goldsmith, 2008; Carron ve Eys, 2012). Bu bağlamda araştırmada kurulan hipotez bu çalışmaları desteklemektedir.

Koole vd., (2015) yılında yaptıkları araştırmada beş duygu düzenleme stratejisini temel alarak, duygu öz-düzenlemesine dikkat etmişlerdir. Takım sporunda kişilerarası duygu düzenleme söz konusu olduğunda, birkaç çalışma, bireylerin duyguları uyararak diğerlerini etkilediği duygusal bulaşmanın etkisini göstermiştir. Örneğin Totterdell (2000)'a göre, bireylerin mutluluğunun takım arkadaşlarının kolektif mutlu ruh halleriyle bağlantılı olduğunu söylemektedir.

Duygu ve Beceri Faktörünün içerisinde yer alan '*Canlı grafiklerle e-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum.*' maddesi, '*E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor.*' maddesi ve '*Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar.*' maddesi duygu boyutunda yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır.

E-spor ekrana dayalı bir spor olduğundan, bilişsel becerilere dayanan bir spordur. E-sporda iyi bir sporcu olabilmek için bilişsel beceriler tanımlanmaktadır. Bu bilişsel becerilerin nasıl geliştirilebileceğini bilmek önemlidir. Bazı bilişsel beceriler arasında çoklu görev (Scheldrup vd, 2014), çalışma belleği (Heinen vd, 2016), karar verme (Levasseur vd., 2012), tepki süresi ve öğrenme (Looi vd., 2016) bulunmaktadır. Ayrıca, e-sporda başarı için bilişsel becerilere ek olarak, ince motor becerilerin zorunlu olduğu sporcular üzerinde büyük bir etkisi olduğu bilinmektedir.

E-spor, entelektüel olarak zorlu olmasına rağmen, aynı zamanda fiziksel becerilere de güvenmektedir. E-spor içinde el ve göz arasındaki hızlı ve doğru koordinasyon talebi, kazançlı bir beceri olarak e-sporcuya geri dönmektedir (Jonasson ve Thiborg 2010, s. 290). Nielsen, Hanghøj, (2019) yaptıkları araştırmada; e-sporda oyun kazanabilmek için amaç ve oyun kazanma duygusuna bağlı teknik becerilerin önemli olduğu ama bunun içinde iletişimin zorunlu olduğunu bildirmişlerdir.

Duygu ve beceri faktörünün altında yer alan '*E-sporda kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum.*' maddesi ile '*E-spor aktivitelerine katıldığında spor bilgimi de kullanabiliyorum.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmayı olumlu ve anlamlı olarak yordayan Beceri Faktörünün altında değerlendirilebilir.

Araştırmada oluşturulan '*H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*' hipotez kapsamında ilişkisel benlik faktörünün yeni sosyal çevre oluşturma arasındaki ilişki incelenmiş olup, pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Tablo 33).

Bu sonuca göre e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşarak '*H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*' kabul edilmiştir.

İlişkisel benlik, insanın yakın çevresindeki kişilerle birlikte olmaya çalışarak, kendisini bu kişilerle ne kadar özdeşleştirdiği şeklinde tanımlanmıştır (Cross vd., 2000, Gore, 2008). Bir spor takımının başarısında takımda yer alan oyuncuların bireysel benliklerinden ziyade ilişkisel benlikleri takım kompozisyonu oluşturmalarına yardımcı olmakta ve başarı getirmektedir (Narayan ve Steele, 2012, s. 249).

Bireylerin benlik kavramları çalışma grupları, örgütler ve etnik kökenler olarak bir oyuncu grubuna ait olma duygusu Sosyal Kimlik Teorisi ile bağlantılıdır (Tajfel ve Turner, 1985).

E-spor oyuncularını sosyal kimlik çerçevesi doğrultusunda özdeşleşme ve oyuncu olmanın ve bir takımın içerisinde bulunmanın, sosyal kimliğe doğrudan katkıda bulunduğunu düşünmektedir. Ayrıca, bir oyun topluluğunun üyeleri oyuna ait olma duygusu ile bir sosyal ortamda oynanan oyunla etkileşim sırasında başarı getirebilir (Badrinarayanan, vd., 2015).

İlişkisel benlik faktörü altında yer alan; '*Çevrem e-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum.*' maddesi, '*Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum.*' maddesi '*E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmayı olumlu ve anlamlı olarak yordayan maddelerdir.

Araştırmada oluşturulan, '*H2c: Rekabet ve başarı boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*' şeklinde oluşturulan hipotez reddedilmiştir. Rekabet ve başarı faktörünün alt maddeleri incelendiğinde, '*E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor.*' maddesi, '*E-spor'da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli.*' maddesi, '*E-spor'da başarılı olduğum için oynuyorum.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmada kısmen olumlu ve anlamlı olarak katkısı bulunmaktadır ($P<0,05$).

Araştırmada oluşturulan, '*H2d: Boş zaman değerlendirme boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.*' şeklinde oluşturulan hipotez reddedilmiştir. Rekabet ve başarı faktörünün alt maddeleri incelendiğinde, '*E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.*' maddesi, '*E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar.*' maddesi, '*E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum.*' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmada kısmen olumlu ve anlamlı olarak katkısı bulunmaktadır. ($P<0,05$).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknolojik gelişmeler dijital dönüşüm ortamlarında hızlı ilerlemeler kaydetmiştir. Bu ilerleme spor alanını da etkileyerek 1990'lı yılların sonuna doğru ortaya çıkan e-spor kavramını meydana getirmiştir. Teknolojik ürünlerin fiyatlarında meydana gelen düşüş ile, atari ve oyun salonları evlere ve televizyon ekranlarına taşınmıştır. İlerleyen süreçte oyun konsolları yerini tek kişilik oyunlardan çok kişili oyunlara devretmiştir. Çevrimiçi oyunlar üzerine kurulu olan e-spor, rekabetçi oyunculuk anlayışına dayalıdır (Argan vd., 2006; Nagel ve Sugishita, 2016). Gençler ve yetişkin adayları arasında sıkça oynanan video oyunlarının, rekabetçi bir spora dönüşmesi ile oluşan e-spor; üniversite kampüslerinde en hızlı büyüyen sporlardan biridir (Kottama vd., 2021; McGrath, 2019).

Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde; Farklı bilim alanlarında incelenen e-spora yönelik; E-spor'un kavram olarak spor olarak sayılıp sayılmayacağı, e-sporun gelişimi için yapılması gerekenler, e-sporun hukuki boyutları, e-spor pazarı gibi konulara yer verilmiştir. Araştırma literatürdeki araştırmalardan farklı olarak; İşletme Alanında e-spor oyuncularının motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri üzerine etkilerini incelemeye yönelik ulusal ve uluslararası e-spor üzerine yapılan araştırmalarda üniversitelere yönelik ilk çalışma olarak yer almaktadır..

Araştırmada, Türkiye'de e-spor kulüpleri veya takımları bulunan üniversitelerdeki e-sporcuların motivasyonlarının, genel not ortalamaları ve yeni sosyal çevre oluşturma üzerindeki etkileri incelenmiştir. E-sporcuların motivasyonlarının genel not ortalamaları üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Literatürde yapılan araştırmaların çoğunda günde daha fazla e-spor ile ilgilenen öğrencilerin genel not ortalamalarının daha düşük olduğu kanısına varılmıştır. Yapılan araştırma diğer araştırmalardan farklılık göstererek, e-spor motivasyonlarının genel not ortalamaları üzerinde etkisi olmadığı sonucunu vermiştir. Bu bağlamda mevcut çalışmaların bulgularından farklılık göstermektedir.

Araştırmada, e-sporcuların motivasyonlarının yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde kısmen etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Literatürde yapılan

araştırmalarda; arkadaşlar edinme ve çevrimdışı arkadaşlıkları sürdürme, sosyal kaygıyı azaltma, bireyin sosyalleşmesini sağlayan bir spor dalı olarak belirtilen e-spor, yapılan araştırma ile benzerlik göstermektedir. E-spor motivasyonlarının duygu ve beceri boyutunda; heyecan duyma, keyif alma, e-spor bilgisini kullanma, e-sporunda yükselme alt boyutları yeni sosyal çevre oluşturma için etken boyutlardır. İlişkisel benlik boyutunda ise; çevrenin e-spora katılımı desteklemesi ve diğer e-sporcularla bağlantı kurma alt boyutları yeni sosyal çevre oluşturma için etken boyutlardır.

Akademik olarak, günümüzde e-sporun bir spor olarak sayılıp sayılmayacağı, olumsuz yönleri, bireyi asosyal olarak nitelendirdiği, e-spor oyuncularının akademik olarak düşük seviyede bulunduğuna dair çalışmalar yer almaktadır. Özellikle Asya ülkelerinde çok gelişmiş potansiyele sahip olan e-spor, ülkemizde 2018 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bağlı Türkiye E-Spor Federasyonu'nun kurulması ile resmileştirmiştir. E-sporun hızla geliştiği ülkemizde e-spor bir spor mu değil mi gibi konuların tartışılması yerine, e-sporun daha nitelikli ve sağlıklı gelişimi için akademik alanda çalışmalar yapılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir. Araştırmanın sadece üniversite öğrencileri üzerinde değil Türkiye genelinde tüm öğrenciler üzerine gerçekleştirilmesi başta Türkiye E-spor Federasyonu olmak üzere diğer ilgili kuruluşlara aydınlatıcı bilgiler sağlayacaktır. Ayrıca araştırmada incelenen iki değişken (genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma) üzerinde; geleneksel sporcular, amatör ve profesyonel e-sporcuların motivasyonlarına yönelik karşılaştırmalı çalışmalar yapılarak, literatüre yeni katkılar sağlanabilir. E-sporun gelişmişlik düzeyinde; ülkemiz ile aynı konumda olan ülkeler arasında; araştırmada incelenen iki değişken üzerinde karşılaştırmalı çalışmalar yapılabilir. Yapılan çalışmalara paralel olarak özellikle turizm ve rekreasyon alanında ülkemizin bulunduğu jeopolitik konumu göz önüne alındığında, e-sporun turizm açısından gelişmesi için akademik çalışmalar yapılabilir. Asya ve Avrupa'yı birleştirici konumda olan Ülkemizde e-sporun nitelikli olarak gelişmesi için ülkeler arası akademik protokoller düzenlenebilir.

Pratik olarak; e-sporcuların motivasyonlarının sağlanması konusunda özellikle e-sporcuların yakın çevresi ile (aile, arkadaş, eğitimciler) iletişim sağlanması, farkındalık oluşturulması konusunda yapılacak yeni araştırmalar e-spor ile ilgili ön yargıyı hafifletme konusunda yardımcı olacaktır. E-spor'un ülkemizde gelişmesi için,

Türkiye E-spor Federasyonu tarafından yapılan çalıştay ve akademik toplantılarda başta spor alanında e-spor alanında çalışmalar yapmış akademisyenler ile farklı bilim dallarında e-spor alanında araştırmalar yapmış akademisyenlerin katılımının sağlanması ve önerilerine yer verilmesi gerekmektedir. Demografik veriler doğrultusunda niş pazarlama sistemine göre oluşturulacak e-spor pazarları gerek sektörel bazda gerekse toplum bazındaki tüm bireylere değer katacaktır. Özellikle pazarda yer alan markalardan e-sporun gelişmesi için sponsor olarak destek sağlanması e-sporu ülkemizde daha iyi bir seviyeye getireceği düşünülmektedir. Ülkemizde ve dünyada yer alan her takım, kulüp veya sporcunun desteklenmesinde sponsor desteği yadsınamayacak kadar büyüktür.

KAYNAKÇA

- Abanazir, C., (2019), *E-Sport And The EU: The View From The English Bridge Union*, The International Sports Law Journal, 18(3), ss. 102-113.
- Abarbanel, B., Johnson, M. R. (2019), *Esports Consumer Perspectives On Match-Fixing: Implications For Gambling Awareness And Game Integrity*, International Gambling Studies, 19(2), ss. 296-311.
- Acquah, A., vd., (2021), *Literature Review On Theories Of Motivation*. EPRA International Journal Of Economic And Business Review, 9(5), ss. 25-29.
- Acuner, Ş.A., (2010), *Örgüt Kültürünü Oluşturan Unsurların Çalışanlar Üzerindeki Etkileri*, Ankara, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Adnan, D., (2018), *Yönetmel Motivasyon Faktörlerinin, Çalışanların Performansına Etkileri*, Gökçeada'da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama, Turan-Sam, 10(38), ss.17-30.
- Akça, N. Ş., Sunay, H. (2019), *Özel Spor Merkezlerine Üye Olan Bireylerin Spora Yönelme Nedenleri ve Beklentilerinin Gerçekleşme Düzeyleri*, OPUS International Journal Of Society Researches, 11(18), ss. 1474-1493.
- Akgöl, O., (2019), *Spor Endüstrisi ve Dijitalleşme: Türkiye'deki E-spor Yapılanması Üzerine Bir İnceleme*. TRT Akademi, 4(8), ss. 206-224.
- Akgündüz, Y., Adan Gök, Ö., Alkan, C. (2020), *The Effects Of Rewards And Proactive Personality On Turnover Intentions And Meaning Of Work in Hotel Businesses*. Tourism And Hospitality Research, 20(2), ss. 170-183.
- Akman, K., Can, H. C., (2019), *Oryantiring Sporu Yapan Lise Öğrencilerinin Sporda Güdülenme Düzeylerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi*, İnönü Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 6(3), ss. 12-21.
- Aksoy, Ş. K., (2020), *Çalışanların Motivasyonunu Etkileyen Faktörler: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde Bir Analiz*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (7), ss. 89-111.
- Aktuna, H. C., Ünlüönen, K. (2017), *Yeni Bir Turizm Çeşidi Olarak Elektronik Spor Turizmi*, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, (2), ss. 1-15.
- Alshmemri, M., vd., (2017), *'Herzberg's Two-Factor Theory.'*, Life Science Journal 14.5, ss. 12-16.
- Alston, J. K. (2017), *Causes Of Satisfaction And Disatisfaction For Diversity Resident Librarians-A Mixed Methods Study Using Herzberg's Motivation-Hygiene Theory*, University Of South Carolina, ss. 13-14.

- Altıntaş, M. (2020), *Psiko-Sosyal ve Örgütsel-Yönetmel Motivasyon Faktörlerinin İş Tatminine Etkisi, Havayolu Sektöründe Bir Araştırma*, İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi (İktisad), 5(13), ss. 217-239.
- Amabile, T. M., Pratt, M. G. (2016), *The Dynamic Componential Model Of Creativity And Innovation In Organizationss. Making Progress, Making Meaning*. Research In Organizational Behavior, 36, ss.157-183.
- Amado, D., vd., (2019), *Associations Between Self-Determined Motivation, Team Potency, and Self-Talk in Team Sports*, Journal of Human Kinetics, 70, ss. 245-259.
- Anand, V. (2007), *A Study Of Time Management: The Correlation Between Video Game Usage And Academic Performance Markers*, Cyber Psychology And Behaviour, 10, ss.552-559.
- Ancarani, F., (2002), *Pricing and The Internet: Frictionless Commerce or Pricer's Paradise*, European Management Journal, Vol. 20, No. 6, pp. 680-687.
- Aoyagi, K., vd., (2020), *A Qualitative Investigation Of The Factors Perceived To Influence Student Motivation For School-Based Extracurricular Sports Participation In Japan*, International Journal of Adolescence and Youth, 25(1), ss. 624-637.
- Argan, M., vd., (2006), *Elektronik Spor: Türkiye'deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları*, Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri, 1(2), ss. 1-11.
- Arnolds, C. A., Boshoff, C. (2002), *Compensation, Esteem Valence And Job Performances. An Empirical Assessment Of Alderfer's ERG Theory*, International Journal Of Human Resource Management, 13(4), ss. 697-719.
- Aryasri, A. R. (2020), *Fundamentals Of Management JNTU*, Mcgraw-Hill Education.
- Asaari, M. H., vd., (2019), *Influence Of Salary, Promotion, And Recognition Toward Work Motivation Among Government Trade Agency Employees*, International Journal Of Business And Management, 14(4), ss. 48-59.
- Aslan, T., Çoknaz, D. (2021), *Güçlü ve Zayıf Yönleri ile E-spor: Yönetici ve Akademisyen Bakış Açısına Dayalı Nitel Bir Çalışma. Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), ss. 118-136.
- Aslan, M., Doğan, S. (2020), *Dışsal Motivasyon, İçsel Motivasyon ve Performans Etkileşimine Kuramsal Bir Bakış*, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 11(26), 291-301.
- Aycan, A., Yıldız, K., (2019), *11-14 Yaş Grubu Öğrencilerin Spora Katılım Motivasyonlarının Cinsiyetleri Açısından İncelenmesi*. International Journal Of Social Science Research, 5(2), ss.1-9.

- Aydoğdu, C., şahan, A., Erdem, K. A. (2018), *Genç Tenişilerde Spora zg Başarı Motivasyon Düzeyinin Müsabaka Performansı zerine Etkisinin İncelenmesi*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(2), ss.655-666.
- Aygün, M., Yetim, A. A. (2017), *Türkiye’de Buz Hokeyi Sporcularının Eğitim Dzeylerine Göre Spora Katılım Güdülerinin İncelenmesi*, Ulusal Spor Bilimleri Dergisi, 1(2), ss.27-33.
- Babbie, E., (2016), *The Practice Of Social Research (14th Ed.)*, Boston, MAs. Cengage Learning.
- Badrinarayanan, V., vd., (2015), *A Dual Identification Framework Of Online Multiplayer* (Eds.), *Psychology Of Intergroup Relations*, Chicago: Nelson-Hall, ss. 7-24.
- Bahador, M. H., Isahak, N., Abd Razak, N., (2019), *Implications Of Employees’workload In Banking Industrys. A Case Of Bimb Branches In Central 3 Regions*. *Management & Accounting Review* (Mar), 18(2), ss.163-192.
- Bahia, K., (2020), *Consumer Relationship Proneness Revisiteds*, A Multidimensional Formative Measure, *International Journal Of Market Research*, 62(6), ss.758-779.
- Bakan, İ., Yılmaz, S., (2018), *İçsel ve Dışsal Motivasyonun İş Tatminine Etkisi, Bir Alan Araştırması*. Artvin oruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2), ss.1-14.
- Baltes, L. P. (2015), *Content Marketing-The Fundamental Tool Of Digital Marketing*, *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Economic Sciences, Series V*, 8(2), ss.111.
- Bányai, F., vd., (2019), *Esport Oyuncuları ve Eğlence Amaçlı Oyuncular Arasında Psikiyatrik Sıkıntı ve Oyun Bozukluğu Arasındaki Motivasyonların Aracı Etkisi*, *Kapsamlı Psikiyatri*.
- Bányai, F., vd., (2018), *The Psychology Of E-sports: A Systematic Literature Review*, *Journal Of Gambling Studies*, 35(2), ss. 351-365.
- Basri, H., vd., (2020), *Learning Theory Of Conditioning*, *Journal Of Critical Reviews*, 7(8).
- Başoğlu, B. (2017), *Grekoromen Yıldız Erkek Güreş Milli Takım Oyuncularının Başarı Algısı ve zyeterlilik Düzeylerinin İncelenmesi*, Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 2(1), ss.31-40.
- Bayrak-Ayaş, E., (2020), *Comparison Of The Attitudes Towards Learning With The Participation Motivation Level In E-Sports Players*, *African Educational Research Journal*, 8(1), ss.83-89.

- Bayrakdaroğlu, Y., vd., (2020), *The Effect Of Goal Orientation And Motivation Of Female Footballers In Sports On Resilience Power*, Türk Spor ve Egzersiz Dergisi, 22(2), ss. 202-207.
- Bayram, A. T., (2018), *Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde E-Spor Turizmine Katılma Niyeti*. Turizm Akademik Dergisi, 5(2), ss. 17-31.
- Bertschy, M., vd., (2020), *Esports Extension Of A Football Brand: Stakeholder Co-Creation In Action?* European Sport Management Quarterly, 20(1), ss. 47-68.
- Beşiktaş, M. Y. (2022), *Esporda Zihinsel Antrenman Teknikleri*. Fenerbahçe Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 2(1), ss. 3-11.
- Bezci, S. (2016), *Investigating The Relationship Between The Perceptions Of Taekwondo Athletes Towards Coach-Athlete Relationship, Task And Ego Orientation In Sports, And Motivation In Sports*, International Journal Of Environmental And Science Education, 11(15), ss. 8436-8447.
- Bhattacharya, S., Mittal, P. (2020), *The Impact Of Individual Needs On Employee Performance While Teleworking*, Australasian Accounting, Business And Finance Journal, 14(5), ss.65-85.
- Bilgin, E., Kutsal, Y. G., (2017), *Bilgisayar Kullanımı ile İlişkili Boyun ve Üst Ekstremité Rahatsızlıkları*. Yayın Kurulu, 26 (6), ss. 251-255.
- Binark, M., Sütçü, G, (2008), *Dijital Oyun*, İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- Bingöl, H., Gündoğdu, C. (2020), *Sporda Kariyer Planlamasının Önemi*, Sporda Yeni Akademik Çalışmalar-6, ss. 119.
- Bora, M. V. Cengiz, R., (2016). *The Effect Of Communication Between Student Athletes And Physical Education Teachers On Competition Success And Motivation*, SHS Web Of Conference, 31, 010116.
- Bowman, S., Hilary, S., (2020), *The Ethics Of Motivational Neuro-Doping In Sports, Praiseworthiness And Prizeworthiness*. NEUROETHICS.
- Bullard, J. B. (2016), *Academic Motivation, Learning Strategies, And Sports Anxiety Of First-Year Student–Athletes*, Journal For The Study Of Sports And Athletes In Education, 10(2), ss.99-108.
- Bum CH, Jeon, IK., (2016), *Relationships Among Fun, Self-Esteem, And Happiness Of Tennis Players*, Social Behavior & Personality, 44 (10), ss.1619-1635.
- Bundtzen, H., (2020), *‘Adapting Herzberg’s Motivation-Hygiene Theory To A VUCA World–A Repertory Grid Study.’* European Journal Of Economics And Business Studies 6.3, ss. 145-159.

- Burk, D., (2013), *E-sports'a Sahip Olmak: Profesyonel Bilgisayar Oyunlarında Mülkiyet Hakları*. Pennsylvania Üniversitesi Hukuk İncelemesi 161, ss.1535–1578.
- Bushi, F., (2021), *An Overview Of Motivation Theoriess. The Impact Of Employee Motivation On Achieving Organizational Goals*. Quality-Access To Success, 22(183).
- Bülbül, H., Tunç, T., Aydil, F., (2018), *Üniversite Öğrencilerinde Oyun Bağımlılığı: Kişisel Özellikler ve Başarı ile İlişkisi*. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(3), ss. 97-111.
- Caniëls, M. C. J., Chiocchio, F., Van Loon, N. P. A. A. (2019), *Collaboration In Project Teams: The Role Of Mastery And Performance Climates*. International Journal Of Project Management, 37(1), ss.1-13.
- Carron, A. V., Eys, M. A. (2012), *Group Dynamics In Sport* (4th Ed.). Morgantown, Wv: Fitness Information Technology Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw., 17 (7), ss. 447-453
- Cece, V., vd., (2019), *Longitudinal Sport Motivation Among Young Athletes In Intensive Training Settingss. Using Methodological Advances To Explore Temporal Structure Of Youth Behavioral Regulation In Sport Questionnaire Scores*. Journal Of Sport And Exercise Psychology, 41(1), ss. 24-35.
- Cerasoli, C. P., Nicklin, J. M., Ford, M. T. (2014), *Intrinsic Motivation And Extrinsic Incentives Jointly Predict Performances, 40-Year Meta-Analysis*, Psychological Bulletin, 140(4), ss. 980.
- Ceylan, M., Altıparmak, E., Akçakoyun, F. (2016), *The Analysis Of The Relationship Between Personality Traits Of Extreme Athletes And Sports Consumption Motives*, Journal Of Human Sciences, 13(1), ss. 1745-1754.
- Chaffey, D., (2019), *Dijital Pazarlama*, Pearson İngiltere.
- Chaffey, D., Patron, M., (2012), *From Web Analytics To Digital Marketing Optimization: Increasing The Commercial Value Of Digital Analytics*. J. Direct Data Digit. Mark. Prac. 14, ss. 30–45. [CrossRef]
- Chang, C. M., vd., (2020). *The Effect Of Participation Motivations On Interpersonal Relationships And Learning Achievement Of Female College Students In Sports Clubs. Moderating Role Of Club Involvement*, International Journal Of Environmental Research And Public Health, 17(18), ss. 6514.
- Change, S. (2018), *Experience Economy In Hospitality and Tourism: Gain and Loss Values for Service and Experience*, Tourism Management, 64, ss. 55-63
- Cheng, B., Zhou, X., Guo, G., Yang, K., (2020), *Algılanan Aşırı Nitelik ve Siber Aylaklık, Eşitlik Teorisine Dayalı Bir Ilımlı Arabuluculuk Modeli*, İş Etiği Dergisi, 164 (3), ss. 565-577.

- Chiang, T. H., Yang, S. J., (2017), *Investigating The Motivation Between Ubiquitous Learning Strategy And Gender For Basketball Sport Literacy*, In 2017 6th IIAI International Congress on Advanced Applied Informatics (IIAI-AAI), ss. 556-559.
- Chiat, L. C., Panatik, S. A. (2019), *Perceptions Of Employee Turnover Intention By Herzberg's Motivation-Hygiene Theorys. A Systematic Literature Review*, Journal Of Research In Psychology, 1(2), ss. 10-15.
- Christophers, J.- Scholz, T., (2010). *E-sports Yearbook 2009*, Norderstedt: Books on Demand GmbH, Chicago Press.
- Christophers, J., Scholz, T. (2011), *eSports Yearbook 2010*, Norderstedt: Books on Demand GmbH.
- Chrupała, Pniak, M., Grabowski, D. (2016). *Skala Motywacji Zewnętrznej Wewnętrznej Do Pracy (WEIMS-PL). Wstępna Charakterystyka Psychometryczna Polskiej Wersji Kwestionariusza Work Extrinsic And Intrinsic Motivation Scale*, Psychologia Społeczna, 11(3), ss. 38.
- Clancy, R. B., vd., (2016), *A Review Of Competitive Sport Motivation Research*. Psychology Of Sport And Exercise, 27, ss. 232-242.
- Copur, Z., Gutter, M. S. (2019), *Economic, Sociological, And Psychological Factors Of The Saving Behaviors. Turkey Case*, Journal Of Family And Economic Issues, 40(2), ss. 305-322.
- Coşkun, E., Öztürk, M. C. (2016), *Steam Dünyası: Dijital Oyun Bloglarına Yönelik Bir Değerlendirme*, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4(2), ss. 678-702.
- Cotrufo, R. J., vd., (2022), *Perceptions Of NCAA Division II And III Athletic Directors Regarding The Emergence Of E-Sports*, Journal For The Study Of Sports And Athletes In Education, Ss. 1-16.
- Cottrell, C., McMillen, N., Harris, B. S. (2019), *Sport Psychology In A Virtual World: Considerations For Practitioners Working In Esports*. Journal of Sport Psychology in Action, 10(2), ss. 73-81.
- Cranmer, E. E., vd., (2021), *Esports Matrixs. Structuring The Esports Research Agenda*, Computers In Human Behavior, 117, 106671.
- Crocker, P. R., Tamminen, K. A., Gaudreau, P. (2015), *Coping In Sport*, Contemporary Advances In Sport Psychology, ss. 28-67.
- Cropanzano, R., Dasborough, M. T., Weiss, H. M., (2017), *Affective Events And The Development Of Leader-Member Exchange*, Academy Of Management Review, 42(2), ss. 233–258.

- Cross, S. vd., (2000), *The Relational-Interdependent Self-Construal And Relationships*. Journal Of Personality And Social Psychology, 78(4), ss. 791–808.
- Çakaloğlu, E., vd., (2019), *Profesyonel Futbolcularda Hedef Yöneliminin Motivasyonel Yönelim Üzerine Etkisi*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 17(4), ss. 265-274.
- Çekiç, Ö., Kurt C. (2017), *Farklı Mevkilerde Oynayan Futbolcularda Hedef Yönelimi ve Algılanan Motivasyonel İklim Arasındaki İlişki*, Uluslararası Spor, Egzersiz ve Antrenman Bilimi Dergisi, 3(3), ss. 93-102.
- Çelenk, Ç. (2021), *Motivation Affects Sports And Life Skills In Physical Disabled People, Propósitos Y Representaciones*, 9(SPE3), ss. 1161.
- Çepikkurt, F., Kızıldağ-Kale, E. (2019), *The Relationship Between Perceptions Of Winning And Achievement Goals Of Female Basketball Players*. Journal Of Education And Achievement Goals Of Female Basketball Players, Journal Of Education And Training Studies, 7(3), ss. 127-133.
- Çetin, A. (2020), *Examination Of The Table Tennis Players'general Self-Efficacy Perceptions And Sources Of Sports Motivation*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 18(3), ss. 52-61.
- Çetin, A., Özman, C. (2019), *Koşucuların Ultra-Maraton Etkinliklerine Katılmalarındaki Motivasyonel Boyutlar ve Bu Boyutların Onların Yaşam Doyumları ve Başarı Algılarıyla Karşılaştırılması*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 17(2), ss. 177-187.
- Çetinkaya, T., Mutluer, C., (2018), *Turkish Adaptation Of Behavioral Regulations In Sports Questionnaire And Reviewing Psychometry Propertieess. Validation And Reliability Study*. International Journal Of Higher Education, 7(5), ss. 185-193.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2012), *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik Spss ve Lısrrel Uygulamaları*, Pegem Yayıncılık, Ankara, ss. 207.
- Dalkıran, O., Aslan, C. S. (2016), *Üniversiteli Sporcuların Spora Güdülenme Nedenlerinin İncelenmesi*, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(17), ss. 424-432.
- Daniel, B., Gabriela, B. (2013), *Analysis Of Employee's Motivation In Health*, Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, 13(2), ss. 375-378.
- Dasí, À., vd., (2021), *Teams And Project Performances. An Ability, Motivation, And Opportunity Approach*. Project Management Journal, 52(1), ss. 75-89.

- Dawson B, Trapp Rg. (2001), *Statistical Methods For Multiple Variables. Basic & Clinical Biostatistics*. Lange Medical Books/Mcgraw Hill Medical Publishing Division, Usa, ss. 236-242.
- Delello, J. A. vd., (2021), *The Rise Of Esports: Insights Into The Perceived Benefits And Risks For College Students*. International Journal Of Esports Research (Ijer), 1(1), 1-19.
- Delello, J. A., Mcwhorter, R. R. (2017), *Reducing The Digital Divide: Connecting Older Adults To İpad Technology*. Journal Of Applied Gerontology, 36(1), ss. 3-28.
- Deligöz, K., Ünal, S. (2017), *Deneyimsel Pazarlama Uygulamalarının Marka Tercih Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Kahve Dünyası ve Starbucks Örneği, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31(1).*
- Demirdöken, Ç., vd., (2017), Factors That Motivate Females To Do Exercise Kadınları Egzersiz Yapmalarına Motive Eden Faktörler. *Journal Of Human Sciences*, 14(2), ss. 2140-2148.
- Dereceli, Ç. (2019), *İlköğretim Öğrencilerinin Başarı Algısı ve Sorumluluk Duygusunun Spor Yapma Değişkenine Göre İncelenmesi*, *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 21(3), ss. 138-147.
- Di Domenico, S. I., Ryan, R. M. (2017), *The Emerging Neuroscience Of Intrinsic Motivations. A New Frontier In Self-Determination Research*. *Frontiers In Human Neuroscience*, 11, ss. 145.
- Diaconescu, M., (2010), *Marketing*, Bucuresti: Ed. Universitara, ss. 111.
- Diehl, K., vd., J. (2018), *Students' Motivation For Sport Activity And Participation In University Sports*, A Mixed-Methods Study, *Biomed Research International*.
- DiFrancisco-Donoghue, J.- Balentine, J. R. (2018), *Collegiate E-sport: Where Do We Fit In*, *Current Sports Medicine Reports*, 17(4), ss. 117-118.
- Doeze J., vd., (2017), *Başarı, Güç ve Bağlılık İhtiyaçları Konusunda Çalışanlar Arasında Kendi Kendine-Öteki Anlaşması, Bir Sosyal İlişkiler Çalışması. İskandinav Çalışma, Çevre ve Sağlık Dergisi, 2 (9), ss. 1-12.*
- Doğru, Z., (2019), *Voleybol Milli Takım Gelişim Kampına Çağrılan 14-15 Yaş Grubu Erkek Sporcuların Hedef Yönelimleri ve Yaşam Doyum Düzeyleri*. *Beden Eğitimi ve Spor Araştırmaları Dergisi*, 11(1), ss. 67-83.
- Dut, R., vd., (2020), *The Sports Motivation And Biological Maturity On The Perception Of Coaching Behaviors In Young Male Football Players*. *Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi*, 2(1), ss. 29-35.

- Duyan, M., Günel, İ. (2020), *Determining The Sports Participation Motivations Of Ski Athletes*, European Journal Of Physical Education And Sport Science. 6(4), ss. 33-46.
- Dwyer, B., Drayer, J., Shapiro, S., (2019), *To Play Or Not To Play? An Analysis Of Dispositions, Gambling, And Daily Fantasy Sport*. Journal Of Sport Management.
- Dwyer, B., Weiner, J., (2017), *A New Player In The Games. Examining Differences In Motives And Consumption Between Traditional, Hybrid, And Daily Fantasy Sport Users*, Sport Marketing Quarterly, 26(3).
- E. Domahidi, R. Festl, T. Quandt., (2019), *Entertainment Software Association. Essential Facts About The Computer And Video Game Industry Media Cyberpsycchology Behavior*, ss. 552-559.
- Ecevit, R. G., vd., (2018), *Elektronik Spor ve Elektronik Sporcular Üzerine Betimsel Bir İnceleme*. Journal Of Health And Sport Sciences, 1(1), ss. 23-28.
- Egliston, B., (2020), *Watch To Win? E-Sport, Broadcast Expertise And Technicity In Dota 2*, Convergence, 26(5-6), ss. 1174-1193.
- Ekdahl, D., Ravn, S., (2022), *Social Bodies In Virtual Worlds: Intercorporeality In Esports*, Phenomenol Cogn Sci., 21(2), ss. 293-316.
- Ekinci, N. E., Bısgın, H., Üstün, U. D. (2017), *Expressed Motives Of Amateur Karate And Taekwondo Athletes For Sport Participation*, Türk Spor ve Egzersiz Dergisi, 19(3), ss. 360-362.
- Ekmekçi, R. (2016), *Spor Yönetimine Giriş: Temel Konular*, Basım, H. N., Argan, M. (Ed) *Spor Yönetimi* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Elmas, A. G., Aşçı, F. H. (2017), *Sporcularda Kendini Sabotaj, Benlik Saygısı, Başarı Hedefleri ve Başarısızlık Korkusunun Rolü*. Türkiye Klinikleri Spor Bilimleri Dergisi, 9(3), ss. 108-117.
- Emamvırdı, R., vd., (2020), *Bedensel Engelli Sporcularda Psikolojik Esneklik ve Spora Katılım Motivasyonu*, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 14(2), ss. 271-281.
- Ergin, R., vd., (2019), *12-14 Yaş Badminton Sporcularının Spora Katılım Motivasyonlarının İncelenmesi*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 17(3), ss. 162-174.
- Eriyanto, M. G., Roesminingsih, M. V., Soedjarwo, S. (2021), *Analysis Of Learning Motivation On Students Activities Of Package C Equality Program In Nganjuk District*. International Journal For Educational And Vocational Studies, 3(3), ss. 216-220.

- Evren, T., vd., (2019), *Spora Yenilikçi Yaklaşım: E-Spor*, Journal Of International Social Research, 12(66), ss.1424-1434.
- Fajardo, P. E., Jiménez, M. A., Serrano, M. H. G. (2020), *Variables Predictoras De La Motivación Deportiva En Estudiantes De Secundaria Federados Y No Federados*. Retoss. Nuevas Tendencias En Educación Física, Deporte Y Recreación, (38), 5, ss. 8-65.
- Faust, K. A., Meyer, J. F., Griffiths, M. D., (2013), *Competitive And Professional Gaming: Discussing Potential Benefits Of Scientific Study*, International Journal Of Cyber Behavior, Psychology And Learning, 3(1). <https://doi.org/10.4018/ijcbpl.2013010106>
- Fenyves, V., Dajnoki, K., Kerezsi, D., Bába, É. B., (2019), *Analysis Of Sport Motivation Factors Amongst Eastern European Higher Education Students*. European Journal Of Contemporary Education, 8(4), ss. 761-778.
- Fidaner, I, (2009), *Dijital Oyun Rehberi, Makinelerin Anlattıkları*, İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- Filiz, B., Demirhan, G. (2018), *Akademik ve Spor Başarı Motivasyonu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 16(2), ss. 138-152.
- Foktas, P., Jucevičienė, P. (2021), *Which Motivational Theories Are Suitable To Motivate Employees Belonging To Generation Y?* In Eurasian Business And Economics Perspectives Springer, Cham, ss. 249-264.
- Freeman, G., Wohn, D. Y., (2019), *Understanding Esports Team Formation And Coordination*. Computer supported cooperative work (CSCW), 28(1), ss. 95-126.
- Friston, K., vd., (2017), *Active Inferences. A Process Theory*. Neural Computation, 29(1), ss. 1-49.
- Fromme, J., (2003), *Çocuk Kültürünün Bir Parçası Olarak Bilgisayar Oyunları*. Oyun Çalışmaları, 3 (1), ss. 49-62.
- Funk, D.C., Pizzo, A.D., Baker, B.J. (2017), *Esport Managements. Embracing Esport Education And Research Opportunities*. Sport Management Review, 21, ss. 7-13.
- Geiler, A., (2016), *Esports: Auf Dem Weg Zum Massenphänomen*, Zeitschrift für Herz-, Thorax-, und Gefäßchirurgie, 30(3), ss. 213-216.
- Genç, N., Yıldırım Y., Müftüoğlu, N. E. (2018), *Veteran Badmintoncularda Hedef Yönelimleri ile Yaşam Doyumu İlişkisi*, Türkiye Spor Bilimleri Dergisi, 2(1), ss. 26-33.

- George, A., Humphrey, O., (2021), *An Examination Of Application Of Vroom's Expectancy Theory In The State Civil Service Commission South-South Nigeria*, British Journal Of Management And Marketing Studies, 4(2), ss. 1-8.
- Gill, Donald L., Gross, Joseph B., Huddleston, Sara (1983), '*Participation Motivation In Young Sports*', International Journal Of Sport Psychology, Cilt.14, ss. 1-14.
- Goede, R., Boshuizen-Van Burken, C. (2019), *A Critical Systems Thinking Approach To Empower Refugees Based On Maslow's Theory Of Human Motivation*. Systems Research And Behavioral Science, 36(5) ss. 715-726.
- Goldsmith, D. J. (2008), *Communicating Social Support*, Cambridge University Press.
- Goleman, D. (2013), *Focus: The Hidden Driver Of Excellence*. Harpercollins.
- Gore, J. S., Cross, S. E., Kanagawa, C. (2008), *Acting In Our Interests: Relational Self-Construal And Goal Motivation Across Cultures*. Motivation And Emotion, 33(1), ss. 75–87. Doi:10.1007/S11031-008-9113-1
- Gough, C. (2019), *Global Esports Market Revenue By Segment 2019*, <https://www.statista.com/statistics/490358/esports-revenue-worldwide-by-segment/>.
- Gök, A., Birol, S. Ş., Aydın, E. (2018), *Farklı Değişkenlere Göre Atletizm Kros Sporcularının Başarı Algısı ve Hayal Etme Düzeyleri*, Journal Of International Social Research, 11(60), ss. 1367-1378.
- Görgüt, İ., Güllü, M., (2016), *Examination Of Primary School Handball Player's Reasons For Starting Sport And Life Satisfactions*, International Online Journal Of Educational Sciences, 8(3), ss. 83-96.
- Grabowski, M., (2019), *The Law of E-sports. Understanding E-sports, An Introduction to the Global Phenomenon*, ss. 185-200.
- Gray, vd., (2017), *Testing Men's Hormone Responses To Playing League Of Legends: Nochanges In Testosterone, Cortisol, DHEA Or Androstenedione Butdecreases In Aldosterone*, Computers in Human Behavior,(83), ss. 230-234.
- Hiths, M., (2017), *The Psychosocial Impact Of Professional Gambling, Professional Video Gaming And E-Sports*, Casino & Gaming International, 28, ss. 59–63.
- Guillen, M., (2021), *Motivation in Organisations: Searching For A Meaningful Work, Life Balance*, ss. 254. Taylor & Francis.
- Güdül, D. M. (2015). *Üniversite Öğrencilerinin Akademik Motivasyon Profillerinin Psikolojik İhtiyaç Doyumu, Akademik Erteleme ve Yaşam Doyumu ile İlişkisi*. Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

- Gül, M., Gül, O., Uzun, R. (2019), *Participation Motivation Scale For E-Sports, Validity And Reliability Study (PMSES)*, Türk Spor ve Egzersiz Dergisi, 21(2), ss. 281-294.
- Gülbahçe, Ö., vd., (2018), *The Analysis Of Relation Between Different Variables And University Students' Motives For Participatio In Sport*, European Journal Of Physical Education And Sport Science, 4(2), ss. 79.
- Gümüşdağ, H., vd., (2017), *İşitme Engelli Güreşçi ve Atıcıların Güdülenme Düzeylerinin İncelenmesi*, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 61, Aralık 2017, ss. 200-213.
- Gürer, B., (2017), *The Research About Reasons Of Mountaineers'attend To Ice Climbing And Its Effects On Their Self-Confidence*. European Journal Of Education Studies, 3(8), ss. 501-515.
- Gürer, B., (2020), *Oryantiring Sporu Yapan Gençlerin Serbest Zaman Motivasyonlarının İncelenmesi*. Journal Of Social And Humanities Sciences Research, 7(62), ss. 3373-3379.
- Halldorsson, V., (2019), *Team Spirit İn Footballs. An Analysis Of Players Symbolic Communication İn A Match Between Argentina And Iceland At The Mens 2018 World Cup, Arctic & Antarcitics*. International Journal of Circumpolar Sociocultural Issues, 12(12), ss. 45-68.
- Hamari, J.- Sjöblom, M. (2017), *What Is E-sports And Why Do People Watch It?* Internet Research, 27(2), ss. 211-232.
- Harris, M. B., Williams, R., (1985), *Video Games And School Performance*.
- Hartmann, T.- Klimmt, C., (2006), *Gender And Computer Games: Exploring Females' Dislikes*.
- Haslofça, F., (2018), *Motivation Differences On Doing Sports Actively At The Department Of Physical Education And Sports Teacher İn Accordance With Their Grade Levels*, European Journal Of Education Studies, 5(2), ss. 188-199.
- Hazar, Z., Demir, G. T., Can, B., (2018), *Lise Öğrencilerinin Spora Katılım Güdülerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 16(4), ss. 225-235.
- Seeger, H., A. (2012), *The Relationship Between Real Sports And Digital Adaptation İn E-Sport Gaming*, International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 13 No. 2, ss. 43-54. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-13-02-2012-B005>
- Heere, B., (2018), *Embracing The Sportification Of Society: Defining E-Sports Through A Polymorphic View On Sport*, Sport Management Review, 21 (1), ss. 21-24.

- Heinen, R., vd., (2016), *Farklı Mri Alan Güçlerinde Beyin Hacmi Ölçümleri İçin Otomatik Yöntemlerin Sağlamlığı*, Plos Bir, 11 (10), E0165719.
- Hilvoorde, I. V., Pot, N., (2016), *Embodiment And Fundamental Motor Skills In Esports*. Sport, Ethics and Philosophy, 10(1), ss. 14-27.
- Himmelstein, D., Liu, Y., Shapiro, J. L. (2017), *An Exploration Of Mental Skills Among Competitive League Of Legend Players*. Int. J. Gaming Comput. Mediat. Simulations, 9, ss. 1-21.
- Hoffman, Miller, P. (2019), *Expectancy Theory*. In Salem Press Encyclopedia Of Health. Amenia, NYs.rey House Publishing. Retrieved From <http://Salempress.Com/>
- Holden, J. T., vd., (2020), *The E-Too Movement: Fighting Back Against Sexual Harassment In Electronic Sports*. Ariz. St. LJ, 52, ss. 1.
- Holston-Okae, B. L., Mushi, R. J., (2018), *Employee Turnover In The Hospitality Industry Using Herzberg's Two-Factor Motivation-Hygiene Theory*. International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences, 8(1), ss. 218-248.
- Homberg, F., Vogel, R. (2016), *Human Resource Management (HRM) And Public Service Motivation (PSM)s. Where Are We, And Where Do We Go From Here?* International Journal Of Manpower.
- Hong, J. C., vd., (2016), *The Role Of Pre-Game Learning Attitude In The Prediction To Competitive Anxiety, Perceived Utility Of Pre-Game Learning Of Game, And Gameplay Interest*, Interactive Learning Environments, 24(1), ss. 239-251.
- Höffler, T., Bonin, V., Parchmann, I. (2017), *Science Vs. Sports: Motivation And Self-Concepts Of Participants In Different School Competitions*. International Journal Of Science & Mathematics Education, 15(5).
- Hur, Y., (2018), *Testing Herzberg's Two-Factor Theory Of Motivation In The Public Sectors. Is It Applicable To Public Managers?* Public Organization Review, 18(3), ss. 329-343.
- Hussain, Z., Griffiths, M. D., Baguley, T. (2012), *Online Gaming Addiction: Classification, Prediction And Associated Risk Factors*. Addiction Research & Theory, 20(5), ss. 359-371.
- Hutchins, B. (2006), *Computer Gaming, Media And E-sport*, Tasa Konferansı, Crawley, Avustralya.
- Ilieva, IP, MJ Farah, (2013), *Geliştirme Uyarıcıları: Algılanan Motivasyonel ve Bilişsel Avantajlar*, Front Neurosci (7), ss. 198.

- İslamoğlu, A. H., Alnıaçık, Ü., (2016), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Genişletilmiş 5. Baskı, Beta Yayınevi.
- Jackson, L. A., Games, A. I., (2015), *Video Games and Creativity*, In Video Games and Creativity Academic Press, ss. (3-38).
- Jang, W. W., Byon, K. K. (2020), *Antecedents Of Esports Gameplay İntention: Genre As A Moderator*. Computers İn Human Behavior, 109.
- Jenny, S. E., vd, (2017), *Virtual (Ly) Athletes: Where E-sports Fit Within The Definition Of 'Sport'*, Quest, 69(1), ss. 1-18.
- Jin, D., (2010), *E-sports And Television Business İn The Digital Economy*, Korea's Online Gaming Empire Cambridge, MA: MIT Press, Journal Of Computer-Mediated Communication, 11(4), ss. 59-79.
- Jonasson, K., Thiborg, J., (2010), *Electronic Sport And İts İmpact On Future Sport*, Sport in Society, 13(2), ss. 287-299.
- Kácha, O., Ruggeri, K. (2019). Nudging İntrinsic Motivation İn Environmental Risk And Social Policy. *Journal Of Risk Research*, 22(5), 581-592.
- Kaman, M. B., Gündüz, N., Gevat, C., (2017), *Tenis Sporcularının Spora Katılım Motivasyonlarının İncelenmesi*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 15(2), ss. 65-72.
- Kandron, T., (2015), *Work Motivations. Relationship With Job Satisfaction, Locus Of Control And Motivation Orientation*. International Journal Of Liberal Arts And Social Science, 3(6), ss. 125-148.
- Karademir, Y., Karademir, M. B., (2018), *Antrenör Liderlik Davranışlarının Başarı Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Halk Oyuncular Üzerinde Bir Uygulama*. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(65), ss. 188-202.
- Karakuş, K., (2022), *E-spor Oyuncularının Sporcu Kimlikleri ile Etkili İletişim Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi, 5(2), ss. 241-253.
- Karhulahti, V. M., (2017), *Reconsidering E-sport: Economics And Executive Ownershi*, Physical Culture and Sport. Studies and Research, 74(1), ss. 43-53.
- Kartal, Z., vd., (2017), *Takım Sporcularının İmgeleme Kullanımları ile Başarı Motivasyonları Arasındaki İlişki*. İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 7(1), ss. 41-53.
- Kaya, Ö., Cicicoğlu, H. İ., Demir, G. T., (2018), *The Attitudes Of University Students Towards Sportss. Attitude And Metaphorical Perception*. European Journal Of Physical Education And Sport Science.

- Kaygusuz, Ş., Körmükçü, Y., Adalı, H. (2016), *Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Yaşam Doyum Durumları ile Sporda Görev Ve Ego Yönelimi Durumlarının Bazı Değişkenler Tarafından İncelenmesi*, International Journal Of Science Culture And Sport, 4(3), ss.65-72.
- Kaymas, S., (2017), *Yeni Bağlamlarında Devam Eden Sorunlar: Dijital Kapitalizm Kullanıcı Emeğini Yeniden Düşünmek Üzerine*, Intermedia International E-Journal Issn: 2149-3669, 3(5), ss. 320-343.
- Keiper, M. C., vd., (2017), *No Reason To Lol At Lol: The Addition Of Esports To Intercollegiate Athletic Departments*. Journal for the Study of Sports and Athletes in Education, 11(2), ss.143-160.
- Kelecek, S., vd., (2016). “*Sporcu Tükenmişlik Ölçeği*”nin Türkçe Uyarlaması, Spor Bilimleri Dergisi, 27(4), ss. 150-161.
- Kelecek, S., Koruç, Z., (2018), *Futbolcuların Güdüsel Yönelim ve Spora Bağlılık Düzeylerinin Sporcu Tükenmişliğini Belirlemedeki Rolü*. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi-BÜSBİD, 3(2).
- Kelecek, S., Yıldırım, K. (2020), *Sporcu Tükenmişliğini Belirlemede Farklı Psikolojik Yapıların Rolü*. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi-BÜSBİD, 5(2).
- Keller, J.M. (2010), *Motivational Design For Learning And Performanc*, The ARCS Model Approach (1.B.). New Yorks. Springer.
- Ken RL, Amber M., (2017), *High School Females’ Emotions, Self-Efficacy, And Attributions During Soccer And Fitness Testing In Physical Education*, The Physical Educator, 74, ss. 269-290.
- Kerstajn, R., Lupo, C., Laura Capranica, L. C. (2018), *Motivation Towards Sports And Academics Careers In Elite Winter Sport Slovenian And Italian Athletess. The Role Of İnternal And External Factors*. İdo Movement For Culture. Journal Of Martial Arts Anthropology, 18(2), ss. 29-37.
- Khurana, H., Joshi, V. (2017), *Motivation And Its Impact On Individual Performances. A Comparative Study Based On Mcclelland's Three Need Model Clear* International Journal Of Research İn Commerce & Management, 8(7), ss. 110-116.
- Kılıç, Y., Yılmaz, E., (2019), *İçsel, Dışsal ve Yönetmel Faktörler Bağlamında Öğretmen Motivasyon Ölçeği'nin Geliştirilmesi*, Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi, 5(1), ss.77-91.
- Kim, M.J., Mao, L.L., (2019), *Sport Consumers Motivation For Live Attendance And Mediated Sports Consumptions. A Qualitative Analysis*. Sport In Society, 24, ss. 515-533.

- Kim, S., (2013), Investigating The Structure And Meaning Of Public Service Motivation Across Populations: Developing An International Instrument And Addressing Issues Of Measurement Invariance. *Journal Of Public Administration Research And Theory*, 23(1), ss. 79-102.
- Kim, Y. H., Ducan, J., Chung, B. W., (2015), Involvement, Satisfaction, Perceived Value, And Revisit Intentions. A Case Study Of A Food Festival. *Journal Of Culinary Science Technology*, 15(2), ss. 133-158. Doi: 10.1080/15428052.2014.952482
- Kocadağ, M., (2017), *Elektronik Spor Kariyeri ve Eğitim*, Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi, 1(2), ss. 49-63.
- Kocadağ, M., Oğuz, Duran, N., (2019), *Elektronik Spor Kariyer İlgilenen Lise Öğrencilerinin Mesleki Karar Düzeyleri*, Uluslararası Ampirik Ekonomi ve Sosyal Bilimler Konferansı ICEESS'19, ss. 647-661.
- Kocaömer, C., (2018), *Elektronik Spor Faaliyetlerinde Sponsorluğun Marka Değeri Üzerine Etkisi: League Of Legends Örneği*, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi, (5), ss. 46-82.
- Kociatkiewicz, J., Kostera, M., (2010), *Experiencing The Shadow: Organizational Exclusion And Denial Within Experience Economy*, *Organization*, 17(2), ss. 257-282.
- Koçel, T. (2005), *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayınları, Yay. No: 1382, 9. Baskı, İstanbul.
- Kolayış, H., Sarı, İ., Çelik, N., (2018), *Determination Of Sport Participation Motivation Of Young Athletes From Different Combat Sports*, Farklı Mücadele Sporlarındaki Sporcuların Spora Katılım Güdülerinin Belirlenmesi. *Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi*. 27, ss. 28-42.
- Kolaylı, G., Lorcü, F., (2017), *Performansa Dayalı Ücret Sistemi ve Hekimlerin Motivasyon Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 3(3), ss. 340-353.
- Kolt, G., vd., (1999), *A Crosscultural Investigation Of Reasons For Participation In Gymnastics*, *International Journal Of Sport Psychology*, 30, ss. 381-398.
- Korkutata, A., (2016), *Participation Motivation İn Sports. A Study On Taekwondo Athletes*. *Turkish Journal Of Sport And Exercise*, 18(3), ss. 47-55.
- Korytko, T., vd., (2020), *Formation Of Organizational And Economic Mechanism Of Motivation Of Increase Of Investment Activity Of The Enterprise*. *Financial And Credit Activitys. Problems Of Theory And Practice*, 4(35), ss. 418-425.

- Kotni, V. D. P., Karumuri, V., (2018), *Application Of Herzberg Two-Factor Theory Model For Motivating Retail Salesforce*. IUP Journal Of Organizational Behavior, 17(1), ss. 24-42.
- Kovači, I., vd., (2020), *A Brief Overview Of Measuring The Effects Of Managers' Training, Communication And Motivation And Their Impact On Managerial Performance In Health And Hotel Tourism In Kosovo. Case Studys. Managere's Of Centrer Of Thermal Tourism And Five Stars Hotel In Kos*. Acta Universitatis Danubius. Œconomica, 16(5).
- Kozinets, R. V. vd., (2004), *Ludic Agency And Retail Spectacle*, Journal of Consumer Research, 31(3), ss. 658-672.
- Köse, E., (2021), *Çalışanların İş Tatmini Algıları ile İş Motivasyonu Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması*, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4 (1), ss. 131-148.
- Kurudirek, M. I., (2017), *Perfectionism And Achievement Goals In Professional Turkish İce Hockey Players*. Turan-Sam, 9(36), ss. 392-400.
- Kusana, O., vd., (2019), *Determination Of Spreading Motive Levels Of Elite Hearing-Impaired Sportsmen*. Sport ve Society/Sport Si Societate, 19(1), ss.39-55.
- Küçükibiş, H. F., Gül, M., (2019), *Study On Sports High School Students' Motivation Levels In Sports By Some Variables*, Online Submission, 7(3), ss. 839-847.
- Lachance, E. L., Parent, M. M. (2020), *The Volunteer Experience In A Para-Sport Events. An Autoethnography*. Journal Of Sport Management, 34(2), ss. 93-102.
- Lamonedá, J., Huertas, F. J. (2017), *Efectos De Un Programa De Juego Limpio Aplicado A Jóvenes Futbolistas Para La Mejora De La Deportividad*. Revista Iberoamericana De Psicología Del Ejercicio Y El Deporte, 12(1), ss.107-119.
- Lassalle, G., Recours, R., Griffith, J. (2018), *Role Of Family Members In Sport Motivation, Involvement And Expertise Of Track And Field Athletes In France*. Journal Of Comparative Family Studies, 49(3), ss. 333-354.
- Latham, G. P., Brcic, J., Steinhauer, A. (2017), *Toward An Integration Of Goal Setting Theory And The Automaticity Model*, Applied Psychology, 66(1), ss. 25-48.
- Latham, G. P., Piccolo, R. F. (2012), *The Effect Of Context-Specific Versus Nonspecific Subconscious Goals On Employee Performance*, Human Resource Management, 51(4), ss. 511-523.
- Lee, C. C., vd., (2017), *The Impact Of Salary Structure, Performance Requirements, And Type Of Business On The Performance Of Housing Brokerage Employees*. Asian Economic And Financial Review, 7(7), ss.685-699.

- Lee, J. Q., vd., (2010), *The Relationship Between Future Goals And Achievement Goal Orientations*, An Intrinsicextrinsic Motivation Perspective, ss.1-16.
- Lee, W., Jeong, C., (2018), *Effects Of Pro-Environmental Destination Image And Leisure Sports Mania On Motivation And Pro-Environmental Behavior Of Visitors To Korea's National Parks*. Journal Of Destination Marketing & Management, 10, ss.25-35.
- Levasseur-Moreau, J., Fecteau, S., (2012), *Translational Application Of Neuromodulation Of Decision-Making*, Brain Stimulation, 5(2), ss. 77-83.
- Li, M., vd., (2020), *A Conceptual Model Of Perceived Motor Skill Competence, Successful Practice Trials, And Motor Skill Performance In Physical Education*. Journal Of Teaching In Physical Education, 1(Aop), ss.1-7.
- Liu, S., vd., (2015), *Overqualification And Counterproductive Work Behaviorss. Examining A Moderated Mediation Model*. Journal Of Organizational Behavior, 36(2), ss. 250-271.
- Liu, T., Lipowski, M., (2021), *Sports Gamifications. Evaluation of Its Impact on Learning Motivation and Performance In Higher Education*, International Journal of Environmental Research and Public Health, 18.
- Llorens, M., (2017), *Esport Gaming: The Rise Of A New Sports Practice*, Sport Ethics and Philosophy 11(1), ss. 1-13.
- Lloyd, R., Mertens, D. (2018), *Expecting More Out Of Expectancy Theorys. History Urges Inclusion Of The Social Context*. International Management Review, 14(1), ss.24-37.
- Locke, E. A. (2015), *Theory Building, Replication, And Behavioral Primings. Where Do We Need To Go From Here?* Perspectives On Psychological Science, 10(3), ss. 408-414.
- Locke, E. A., Latham, G. P. (2019), *The Development Of Goal Setting Theorys. A Half Century Retrospective*. Motivation Science, 5(2), ss. 93-105.
- Lokhman, N., Karashchuk, O., Kornilova, O.V. (2018). *Analysis Of Esports As A Commercial Activity*. Problems And Perspectives İn Management, 16, ss.207-213.
- Long, M. (2019), *Key Factors Of Students' Participating In Ecology Sports Motivation*. Ekoloji Dergisi, 28 (107), ss.1599-1603.
- Looi, C. Y., vd., (2016), *Combining Brain Stimulation And Video Game To Promote Long-Term Transfer Of Learning And Cognitive Enhancement*. Scientific Reports, 6(1), ss. 1-12.
- Lulescu, M. (2020), *Motivation And Sports. Individual And Organisational Challenges*. Romanian Review Of Social Sciences, 10(18), ss.16-29.

- Lunenburg, F. C. (2011), *Goal-Setting Theory Of Motivation*. International Journal Of Management, Business, And Administration, 15(1), ss. 1-6.
- Lussier, K. (2019), *Of Maslow, Motives, And Managersss. The Hierarchy Of Needs In American Business, 1960–1985*. Journal Of The History Of The Behavioral Sciences, 55(4), ss. 319-341.
- M. Desjarlais, T. Willoughby, (2010)., *A Longitudinal Study Of The Relation Between Adolescent Boys And Girls' Computer Use With Friends And Friendship Quality: Support For The Social Compensation Or The Rich-Get-Richer Hypothesis?* Comput. Hum. Behav., 26 (5), ss. 896-890.
- M.D. Griffiths, (2017), *The Psychosocial Impact Of Professional Gambling, Professional Video Gaming & E-sports*, Casino & Gaming International, (28), ss. 59-63.
- Macedo, T., Falcão, T., (2019), *E-Sports, Herdeiros De Uma Tradição*. Intexto, ss. 246-267.
- Macey, J.- Hamari, J., (2018), *Investigating Relationships Between Video Gaming, Spectating E-sports, And Gambling*, Computers in Human Behavior, 80, ss. 344-353.
- Marianna, M., Ágoston, N. (2019), *Study Succes As A Function Of Out-Of-School Sports Activities (Based On Okm 2016 Database)*, Studia Universitatis Babes-Bolyai, Educatio Artis Gymnasticae, 64(2).
- Martončík, M., (2015), *E-Sports: Playing Just For Fun Or Playing To Satisfy Life Goals?* Computers in Human Behavior, 48, ss. 208-211.
- Martoncik, M., Loksa, J., (2015), *Do World Of Warcraft (MmorpG) Players Experience Less Loneliness And Social Anxiety In Onlineworld (Virtual Environment) Than In Real World (Offline)?* Computers In Human Behavior.
- Maslen, H., Savulescu, J., Hunt, C., (2019). *Praiseworthiness And Motivational Enhancements. 'No Pain, No Praise'?* Australasian Journal Of Philosophy.
- Mathur, A., (2012), *Managerial Motivation And Determinants Of Their Performances. A Comparison Of Middle-Level Managers From The United States And Europe*. J. Int'l Bus. & L., 11, ss. 339-349.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., And Salovey, P., (2016), *The Ability Model Of Emotional Intelligences. Principles And Updates*. Emot. Rev. 8, ss. 290–300.
- McGrath, K., (2019). *Leveraging Esports In Higher Education. Understanding Esports: An Introduction To The Global Phenomenon*, 201.
- Medrano, E. F., Mateos, M. E. (2018), *Evaluación De La Motivación En Adolescentes Que Practican Deportes En Edad Escolar*. Retoss. Nuevas Tendencias En Educación Física, Deporte Y Recreación, (33), ss.27-33.

- Mehmet, G., Oğuzhan, G., Uzun, R. N., (2019), *Participation Motivation Scale For E-Sportss. Validity And Reliability Study (PMSES)*. Turkish Journal Of Sport And Exercise, 21(2), ss. 281-294.
- Mehrad, A. (2020), *Evaluation Of Academic Staff Job Satisfaction At Malaysian Universities In The Context Of Herzberg's Motivation-Hygiene Theory*. Journal Of Social Science Research, 15, ss. 157-166.
- Méndez-Giménez, A., vd., (2017), *3× 2 Achievement Goals, Self-Determined Motivation And Life Satisfaction In Secondary Education*, Revista De Psicodidáctica (English Ed.), 22(2), ss.150-156.
- Menteş, G., Saygın, Ö., (2019), *E-Spor ve Geleneksel Spor ile Uğraşan Sporcuların Zihinsel Dayanıklılık ve Bilişsel Esneklik Durumlarının İncelenmesi*, International Journal Of Sport Exercise And Training Sciences-IJSETS, 5(4), ss. 238-250.
- Meriç, S., Turay, Ö., (2020), *Tekerlekli Sandalye Basketbolcularının Spora Katılım Motivasyonu ile Yaşam Kalitesi Arasındaki İlişki*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (48), ss. 433-450.
- Moradi, J., Bahrami, A., Dana, A. (2020). *Motivation For Participation In Sports Based On Athletes In Team And Individual Sports*. Physical Culture And Sport. Studies And Research, 85, ss. 14-21.
- Moravec, M., Nagy, Á., (2019), *Study Succes As A Function Of Out-Of-School Sports Activities (Based On OKM 2016 Database)*. Studia Universitatis Babeş-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae.
- Morela, E., vd., (2021), *Youth Sport Motivational Climate And Attitudes Toward Migrants' Acculturations. The Role Of Empathy And Altruism*. Journal Of Applied Social Psychology, 51(1), ss.32-41.
- Morgan, C. C., (2016), *Trauma Fractures And The Brutality Of Sport: Exploring Evidence Of Gaming In The Mississippian Southeast* (Doctoral dissertation, University of Alabama Libraries).
- Mouloud, K., Nawal, K. (2020), *Sport Achievement Motivation In Youth Football Players*. VIREF Revista De Educación Física, 9(1), ss. 41-47.
- Mustafaoğlu, R., (2018), *E-spor, Spor ve Fiziksel Aktivite*, Ulusal Spor Bilimleri Dergisi, 2(2), 84-96.
- Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z., (2018), *E-Spor Oyuncularının Demografik Özellikleri, Oyun Oynama Süreleri ve Başarılarını Etkileyen Faktörler*. Bağımlılık Dergisi, 19(4), ss.115-122.
- Nagel, M., ve Sugishita, K. (2016), *Esport: The Fastest Growing Segment of the 'Sport' Endustry*. Sport & Entertainment Review 2 (2), ss. 51-60.

- Nand, V., (2007), *A Study Of Time Management: The Correlation Between Video Game Usage Andacademic Performance Markers*.
- Narayan, A., Steele-Johnson, D. (2012), *Individual And Relational Self-Concepts In A Team Context: Effects On Task Perceptions, Trust, İntrinsic Motivation, And Satisfaction*, Team Performance Management: An International Journal. 18 (5) ss. 232-252. Doi:10.1108/13527591211251122
- Nazlı, R. S., Yağmur, F. (2021), *Sporun Yeni Yüzü: E-Sporcuların E-Spora Yönelik Düşünceleri*. Injocmer International Journal Of Communication And Media Research, 1(2), ss.108-119.
- Niederman, F., Müller, B., March, S. T. (2018), *Using Process Theory For Accumulating Project Management Knowledges. A Seven-Category Model*, Project Management Journal, 49(1), ss. 6-24.
- Nielsen, R. K. L., Hanghøj, T. (2019), *Esports Skills Are People Skills*, In Proceedings Of The 13th European Conference On Game-Based Learning, ss. 535-542.
- Noguti, V., Waller, D. S. (2020), *Motivations To Use Social Medias. Effects On The Perceived İnformativeness, Entertainment, And İntrusiveness Of Paid Mobile Advertising*. Journal Of Marketing Management, 1-29.
- Nosowitz, D. (2008), *Retromodo: Tennis For Two, The World's First Graphical Videogame.*, <https://web.archive.org/web/20160624071722/http://gizmodo.com/5080541/retromodo-tennis-for-two-the-worlds-first-graphical-videogame> E.T. 27.09.2022.
- Olmuş, L., vd., (2019). *Masajın Judocularıda Güdülenmeye Etkisi*, Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 3(2).
- Orhun, A., (1998), *Spor, Estetik ve Estetik Eğitim*, Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 3 (4), ss. 43-52.
- Osemeke, M., Adegboyega, S. (2017), *Critical Review And Comparism Between Maslow, Herzberg, And McClelland" S Theory Of Needs*, Funai Journal Of Accounting, Business And Finance, 1(1), ss. 161-173.
- Osvold, J., vd. (2019), *Detached Economy In Online Game*, U.S. Patent No. 10,181,127. Washington, DC: U.S. Patent And Trademark Office.
- Öcal, K., Sakallı, D. (2018), *Turkish Adaptation Of The Sport Motivation Scale II (SMS-II), Procedures Of Validity And Reliability*, Uluslararası Spor Egzersiz Ne Antrenman Bilimi Dergisi, 4(1), ss.39-48.
- Örücü, E., Kanbur, A. (2008), *Örgütsel-Yönetmel Motivasyon Faktörlerinin Çalışanların Performans ve Verimliliğine Etkilerini İncelemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışması, Hizmet ve Endüstri İşletmesi Örneği. Yönetim ve Ekonomisi, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), ss. 85-97.

- Öz, N. D., Üstün, F., (2019), *E-Spor Katılım Motivasyonu Ölçeğinin (Ekmö) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 2(2), ss.115-125.
- Özdenk, S., (2018), *Spor Bilimlerinde Akademik Araştırmalar, Beden Eğitimi ve Spor, Faydaları, Önemi ve Sınıflandırılması Physical Education And Sports, Benefits, Important And Classification*, Spor Bilimlerinde Akademik Araştırmalar.
- Özdemir, A. S., Durhan, T. A., Karaküçük, S. (2020), *İçsel Boş Zaman Motivasyon Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması*, OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15(24), ss. 2838-2855.
- Özgün, A., vd., (2017), *Hentbolcuların Spora Özgü Başarı Motivasyonu ve Mutluluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. International Journal Of Cultural And Social Studies. 3, ss. 83-94.
- Özsarı, A., Çetin, M. Ç., (2019), *Amatör Futbolcuların Görev ve Ego Yönelimlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*, Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi, 5(2), ss.99-109.
- Özsoy, E. (2019), *An Empirical Test Of Herzberg's Two-Factor Motivation Theory*. Marketing and Management of Innovations Issue 1, ss. 11-20.
- Özsoy, S., Çat, A. K. (2018), *'Sanal Ortamda Sporun Yeni Formu: E-spor* New Form Of Sport In Virtual Environment: E-sports'* Journal Of Social And Humanities Sciences Research (Jshsr), 5(31), ss. 4776-4784.
- Özşaker, M., Sarı, İ., Omrak, H. (2016), *Antrenör Sporcu İlişisinin Sporcuların Güdülenmesi İçin Önemi*, Journal Of Human Sciences, 13(2), ss. 3122-3129.
- Öztürk, P., Koca, C. (2017), *Sporcu Ergen Kızların Spora Katılımının Sosyo-Ekolojik Model ve Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımı Bağlamında Analizi*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 15(3), ss. 139-148.
- Pagano M, Gauvreau K. Simple, (1993), *Linear Regression. Principles Of Biostatistics*, Duxbury Press, Usa, ss. 379-424.
- Palma, R., Crisci, A., Mangia, G. (2020), *Public Service Motivation-Individual Performance Relationships. Does User Orientation Matter?* Socio-Economic Planning Sciences, 100818.
- Parijat, P., Bagga, S., (2014), *Victor Vroom's Expectancy Theory Of Motivation-An Evaluation*, International Research Journal Of Business And Management, 7(9), ss. 1- 8.
- Parra-Camacho, D., vd., (2019), *Sporting Habits Of Urban Runnersss. Classification According To Their Motivation*. International Journal Of Environmental Research And Public Health, 16(24), ss. 4990.

- Parry, J., (2019), *E-sports are Not Sports*, *Sport, Ethics and Philosophy*, 13:1, ss. 3-18, DOI: 10.1080/17511321.2018.1489419
- Parshakov, P., Coates, D., Zavertiaeva, M. (2018), *Is Diversity Good Or Bad? Evidence From Esports Teams Analysis*, *Applied Economics*, 50(47), ss. 5064-5075.
- Parvathi, DV., Lalitha, DC., (2021), *Covid-19 Pandemisinin Hindistan Sigorta Sektörü Üzerindeki Etkisi. İşletme Yönetimi ve Ekonomi Üzerine Perspektifler*, IV.
- Pašić, Đ., Kućak, D. (2018), *Gamification In Sport—Improving Motivation For Recreational Sport*. In 2018 41st International Convention On Information And Communication Technology, Electronics And Microelectronics (MIPRO) ss. 0867-0871). IEEE.
- Pedraza, R.I., vd., (2020), *Setting The Scientific Stage For Esports Psychology: A Systematic Review*, *International Review Of Sport And Exercise Psychology*, 13(1), ss. 319-352.
- Pehlivan, M., vd., (2017), *Üniversiteler Arası Güreş Müsabakalarına Katılan Sporcuların Sporda GÜdülenme Düzeylerinin İncelenmesi*, *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 19(4), ss., 71-78.
- Pereira, V., Mohiyab, M., (2021), *Share Or Hide? Investigating Positive And Negative Employee Intentions And Organizational Support In The Context Of Knowledge Sharig And Hiding*, *Journal Of Business Research*, 129, ss. 368-381.
- Peter, SC., vd., (2019), *Public Stigma Across Addictive Behaviors: Casino Gambling, Esports Gambling, And Internet Gaming*, *J Gambl Stud.* 35(1), ss. 247-259. doi: 10.1007/s10899-018-9775-x. PMID: 29627881.
- Pine, BJ- Gilmore, J.H., (2001), *La Economía De La Experiencia* , Ediciones Granica SA.
- Pine, BJ.- Gilmore, J. H., (1999), *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business A Stage*, Harvard Business Press.
- Pine, J.- Gilmore, J. H., (2012), *Deneyim Ekonomisi*, Levent Cinemre (Çeviren), Optimist Yayınları, İstanbul.
- Pişkin, Ö., vd., (2019), *Spor Endüstrisinin Yükselen Alanı E-Sporun Dünya Ekonomisindeki Yeri*, *International Economic Researches and Financial Markets Congress (IEFRM)*, ss. 264-290.
- Polat, E., Can, B., Şahin, O., (2019), *Takım Sporcularında Grup Sargınlığı ve Başarı Motivasyonu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Sportif Bakış*, *Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*. 17(1), ss.35-53.

- Polat, E., Hazar, S. Ve Eker, Y., (2018a), Spor Lisesi Öğrencileri ve Spor Merkezi Üyelerinin Spora Katılım Motivasyonlarının Bazı Değişkenler Açısından Karşılaştırılması. *Journal Of Human Sciences*, 15(4), ss.2579-2591.
- Polat, E., Doğan, B., Mutlu, F. (2018b), *Rekreatif Yönlü Spor Yapan Bireylerle Yarışma Sporcularının Spora Katılım Güdülerinin İncelenmesi* International Journal Of Social Science Research, 7(2), ss. 175-187.
- Punch, K. F., (2016), *Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. Ankara, Siyasal Kitabevi.
- Qian, T. Y., vd., (2020). *It Is In The Game: Dimensions Of Esports Online Spectator Motivation And Development Of A Scale*. *European Sport Management Quarterly*, 20(4), ss. 458-479.
- Kowert, R., Domahidi, E., Quand, T., (2014), *The Relationship Between Online Video Game Involvement And Gaming-Related Friendships Among Emotionally Sensitive, Individuals Research*, 68,1045-1052. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.10.006>
- Ramadhan, M. F., Seputra, A., Minarsih, M. M., (2020), *Effect Of Work Ability, Training, And Motivation On Employee Performance (Case Study Pt Telkom Access To Telecommunication Office Semarang Region)*, *Journal Of Management*, 6(2).
- Rambusch, J., Jakobsson, P.- Pargman, D., (2007), *Exploring E-sports: A Case Study Of Gameplay In Counter-Strike*. Paper Presented At The Digra Conference, Tokyo, Japan.
- Rehman, S. A., Sehar, S., Afzal, M. (2019), *Performance Appraisal; Application Of Victor Vroom Expectancy Theory*. *Saudi Journal Of Nursing And Health Care*, 2(12), ss. 431-434.
- Rheinberg, F., Engeser, S., (2018), *Intrinsic Motivation And Flow*. In *Motivation And Action* (ss.579-622). Springer, Cham.
- Riccetti, A., Chiecher, A. (2016), *Motivation In Sport. Study On A Hockey Team Through A Design Based Research*. *ÁGORA Para La Educación Física Y El Deporte*, 18(3), ss.342-358.
- Roberts, D., Hughes, M., Kertbo, K., (2014), *Exploring Consumers' Motivations To Engage In Innovation Through Cocreation Activities*, *European Journal Of Marketing*, 48(1/2), ss.147–169.
- Rosell Llorens, M., (2017), *E-sport Gaming: The Rise Of A New Sports Practice*. *Sport, Ethics And Philosophy*, 11(4), ss. 464-476.
- Rseo, Y., Jung, S. U., (2016), *Beyond Solitary Play In Computer Gamess. The Social Practices Of Esports*, *Journal Of Consumer Culture*, 16(3), ss.635-655.

- Ryan, J. C., (2016), *Old Knowledge For New Impactss. Equity Theory And Workforce Nationalization*, Journal Of Business Research, 69(5), ss.1587-1592.
- Ryan, R. M., vd., (2019), *A History Of Human Motivation Theories*. The Cambridge Handbook Of The Intellectual History Of Psychology. Cambridge University Press Cambridge, UK.
- Ryan, R.M., Deci, E., (2017), *Kendi Kaderini Tayin Teorisi, Motivasyon, Gelişim ve Sağlıklı Yaşamda Temel Psikolojik İhtiyaçlar*, Guilford Yayınları.
- Sağlam, M., Topsümer, F., (2019), *Üniversite Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Nedenlerine İlişkin Nitel Bir Çalışma*, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (32), ss. 485-504.
- Saleh, H. H., Nsaif, W. S., Rashied, L. T. (2018), *Are An Electronic Sports Phenomena Will Become A Sport For The Future? Some Of Opportunities And Risks. In The First International Scientific Conference, Faculty Of Physical Education And Sports Sciences, Diyala University*.
- Sander L., (2015), *Implicit Emotion Regulation: Feeling Better Without Knowing Why*, Curr. Opin. Psychol. 3, (June 2015), ss.6–10. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2014.12.027>
- Saracel, N., Taşseven, Ö., Kaynak, E., (2016), *Türkiye’de Çalışan Y Kuşağında İş Tatmini-Motivasyon İlişkisi*, Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 5(1), ss.50-79
- Saragih, H., vd., (2019), *The Struggle Of Batak Simalungun For Their Identity In Church Organization In Simalungun, Medan, Indonesia*, Journal Of Human Behavior In The Social Environment, ss. 693-704
- Sarapaivanich, N., vd., (2019), *Factors Affecting The Need To Have Accounting Technical Competence, Professional Skills And Professional Values, Ethics, And Attitudes –The Case Of Thailand*, Asian Journal Of Business And Accounting, 12(1), ss.71-96.
- Sarı, İ., Bayazıt, B. (2017), *The Relationship Between Perceived Coaching Behaviours, Motivation And Self-Efficacy In Wrestlers*, Journal Of Human Kinetics, 57, ss.239-251.
- Scheldrup, M., vd., (2014), *Transcranial Direct Current Stimulation Facilitates Cognitive Multi-Task Performance Differentially Depending On Anode Location And Subtask*. Frontiers In Human Neuroscience, 8, 665.
- Schmid, M., Schmi, J., Zuber, C. (2021), *The Role Of Motivation In Talent Selection And Development In Competitive Sport*. SEMS-Journal. Sport & Exercise Medicine Switzerland, 69(2), ss.17-21.
- Scholz, T. (2012), *New Broadcasting Ways In IPTV – The Case Of The Starcraft Broadcasting Scene*, Paper presented at the World Media Economics and Management Conference, Thessaloniki, Greece.

- Schunk, D.H., Meece, J.L., Pintrich, P.R. (2014), *Motivation In Educations. Theory, Research And Applications* (4.B.), Boston, Pearson.
- Seo, Y., (2013), *Elektronik Sporlar: Deneyim Ekonomisinin Yeni Bir Pazarlama Ortamı*, Pazarlama Yönetimi Dergisi, 29 (13-14), ss. 1542-1560.
- Seo, Y., (2016), *Professionalized Consumption And Identity Transformations In The Field Of Esports*, Journal of Business Research, 69 (1), ss. 264-272. DOI:[10.1016/j.jbusres.2015.07.039](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.039)
- Seth vd., (2016), *Virtually Athletes: Where Esports Fit Within The Definition Of 'Sport'*, Quest, 69(1), ss. 1-18.
- Sharan, A. (2020), *The Experience Economy*, Journal of Orthopaedic Experience & Innovation, 12936.
- Shrivastava, P., Ikonen, M., Savolainen, T. (2017), *Trust, Leadership Style And Generational Differences At Work- A Qualitative Study Of A Three-Generation Workforce From Two Countries*, Nordic Journal Of Business, 66(4), ss. 257-276.
- Singh, R., (2018), *A Study of Self-Efficacy, Sports Achievement Motivation in Players. A Case Study of Football/Soccer Players*, Journal of Physical Education & Sports Sciences(13) 3, ss. 17-25.
- Sinha, D. K. (2015), *McClelland's Need For Achievement Theory*. Retrieved On September, 1(5),ss. 2.
- Smith, C. M., Sweet, J. (2021), *Analyzing The Relationship Between Maslow's Hierarchy Of Needs And Consumer Spending Patterns*. Journal Of Financial Service Professionals, 75(4).
- Smith, R. L., vd., (2020), *Psychometric Properties And Factor Analyses Of The Achievement Motivation Measure*. British Journal Of Guidance & Counselling, 48(3), ss. 418-429.
- Sobaih, A. E. E., Hasanein, A. M. (2020), *Herzberg's Theory Of Motivation And Job Satisfactions. Does It Work For Hotel Industry In Developing Countries?* Journal Of Human Resources In Hospitality & Tourism, 19(3), ss. 319-343.
- Soyoung, P., Sungchan, K., (2017), *The Linkage Between Work Unit Performance Perceptions Of US Federal Employees And Their Job Satisfactions. An Expectancy Theory*. Transylvanian Review Of Administrative Sciences, 13(52), ss. 77-93.
- Spigel, B., Harrison, R. (2018), *Toward A Process Theory Of Entrepreneurial Ecosystems*. Strategic Entrepreneurship Journal, 12(1), ss.151-168.
- Sturm, R. E., Herz, H., Antonakis, J. (2021), *The Science Of Leader Power*. The Leader Ship Quarterly, 32 (4), ss. 1-7.

- Sukys, S., vd., (2019), *Does Emotional Intelligence Predict Athletes' Motivation To Participate In Sports?* Perceptual And Motor Skills, 126(2), ss. 305-322.
- Sule, O. E., vd., (2015), *Wages And Salaries As A Motivational Tool For Enhancing Organizational Performance. A Survey Of Selected Nigerian Workplace*, Euroeconomica, 34(1).
- Summerley, R., (2020), *The Development Of Sports: A Comparative Analysis Of The Early Institutionalization Of Traditional Sports And E-Sports*, Criminology Criminal Justice, 15(1), ss. 510–522. <https://doi.org/10.1177/1748895820932210>
- Supriadi, A., (2011), *Analisis Kinerja Guru Ditinjau Dari Motivasi Dan Disiplin Kerja Serta Implikasinya Terhadap Kompetensi Lulusan Sekolah Dasar Di Gugus 33 Bandung* (Doctoral Dissertation, Unpas).
- Şahin, S., Bastık, C. (2019), *Investigation Of Motivational Cluster Profiles And Physical Self Perceptions Of Athletes Performing Sports At Elite Level In Individual Branches*, Journal Of Human Sciences, 16(3), ss. 831-843.
- Şallı, A. O., (2020), *Rekreatif Koşucuların Motivasyon Boyutları ile Yaşam Doyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi, 2(1), ss. 9-17.
- Şimşek, M.Ş., Çelik, A., Akgemci, T., (2019), *Davranış Bilimleri*, 10. Baskı, Konya Eğitim Yayınevi.
- Tabachnick, B., Fidell, L. (2013). *Bg Tabachnick. Ls Fidell Using Multivariate Statistics* (Sixth Ed.) Pearson, Boston.
- Tajfel, H., Turner, J.C., (1985), *The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour*. In: Worchel, S. and Austin, W.G., Eds., *Psychology of Intergroup Relations*, 2nd Edition, Nelson Hall, Chicago, ss.7-24.
- Takakura N., vd., (2020), *Acupuncture For Esport Athletes*. Acupuncture In Medicine, 38(2), ss. 121-122. Doi:10.1177/0964528419848751
- Tan, C., (2020), *The Motivation Of Hotel Reservationss. From A Gender Perspective*, International Journal Of Organizational Innovation, 13(2).
- Tan, D. N. (2021), *Dünyanın En Büyük E-sporuna Sahip Olmak: Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakkı ve DotA* (B. Demirtaş, Trans.). Maltepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, (1), ss. 213-240.
- Tarakçı, İ.E., Göktaş, B., (2020), *Dinamik Fiyatlandırma Yapan Tatil Rezervasyon Sitelerinin Tercih Edilmesinde Marka Bilinirliği ve Marka Güveninin Rolü*, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1), ss. 447-464.

- Tekkurşun-Demir, G., İlhan, L. (2020), *Engelli Sporcularda Spora Katılım Motivasyonu*, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi, 21(1), ss. 49-69.
- Tekkurşun-Demir, G., vd., (2018), *Engelli Bireylerde Spora Katılım Motivasyon Ölçeği (ESKMÖ): Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması*, Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 16(1), ss. 95-106.
- Temel, V., (2018), *Masa Tenisi ve Wushu Sporcularının Spora Katılım Güdülerinin İncelenmesi*, Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 23(3), ss. 143-152.
- Thant, Z. M., Chang, Y. (2021), *Determinants Of Public Employee Job Satisfaction In Myanmars. Focus On Herzberg's Two Factor Theory*, Public Organization Review, 21(1), ss.157-175.
- Tien, N. H., (2019), *Staff Motivation Policy Of Foreign Companies In Vietnam*, International Journal Of Financial Management And Economics, 2020(3).
- Tinebrickner, T. R., Stinebrickner, R., (2007) *National Bureau Of Economic Research, Thecasual Effect Of Studying On Academic Performance* (Working Paper 1334). Retrieved Fromwebsite: [Http://Www.Nber.Org/Papers/W13341](http://www.Nber.Org/Papers/W13341)
- Titus Eguji, E., Chigozie, P., (2018), *Synergy Between Motivation And Performances. A Theoretical Analysis*, International Journal In Management And Social Science Volume 6 Issue 04, ss. 173-181.
- Tomecka, M., (2017), *Sport, Including E-Sport, In The Light Of Various Interpretations*, Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2(2), ss. 21-29. DOI: 10.25307/Jssr.367340
- Top, E., Akıl, M., Akyüz, M. (2018), *Investigation Of The Children's Motives For Participating In Sport And The Difficulties They Experience*, Acta Kinesiologica, 12(2), ss.36-44.
- Topalov, N., (2007), *E-sport* EBook.
- Torlak, Ö., (2007), *İnternette Pazarlamada Fiyatlandırma Stratejileri: Kavramsal Bir Çalışma*, Pazarlama Dünyası, Yıl, 18, ss. 22-27.
- Totterdell, P., (2000), *Catching Moods And Hitting Runs: Mood Linkage And Subjective Performance In Professional Sport Teams*. J. Appl. Psychol. 85, 6 (2000), ss.848–859. Retrieved January 8, 2020 From <https://psycnet.apa.org/buy/2000-16508-00>
- Trudel, R., Klein, J., Sen, S., Dawar, N. (2020), *Feeling Good By Doing Goods. A Selfish Motivation For Ethical Choice*. Journal Of Business Ethics, 166(1), ss.39-49.

- Tur, Porcar, A., Ribeiro, Soriano, D., (2020), *The Role of Emotions and Motivations in Sport Organizations*, *Frontiers in Psychology*, 11.
- Тургумбаева, А., Аймагамбетова, О. Х., (2017), *The Process Theories Of Motivation In Cross-Cultural Context*, *Вестник Казну. Серия Психологии И Социологии*, 60(1) *Training Studies*, 7(3), ss. 127-133.
- Ureña Lopera, C., Chinchilla-Minguet, J. L., Castillo-Rodriguez, A. (2020), *Relationship Between Motivation And Situational Flow In U16 Soccer Players In Basal And Precompetitive State*. *RETOS-Neuvas Tendencias En Educacion Fisica, Deporte Y Recreacion*, (37), ss. 480-485.
- Urfa, O., Aşçı, H. (2018), *10 Haftalık Psikolojik Beceri Antrenman Programının Genç Futbolcuların Kaygı, Öz güven, Güdülenme, Dikkat ve Şut İsabet Oranı Üzerine Etkisi*, *Spor Bilimleri Dergisi*, 29(3), ss.131-146.
- Urošević, S., vd., (2016), *Indicators Of Motivation And Employee Satisfaction In Public Enterprises, Case Study Of Pe'post Of Serbia'*. *Industrija*, 44, ss. 77-95.
- Uspuriene, B.A., Sniras, S.A. (2018), *Effect Of Sports Training Programme On Juvenile Sports Dancers Motivation. Pedagogics, Psychology, Medical-Biological Problems Of Physical Training And Sports*, 22, ss.163-169.
- Uysal, A. (2005), *Üç Boyutlu Bilgisayar Oyunları Görsel Tasarımı* (Master's Thesis, Anadolu Üniversitesi).
- V, M., Çakır, V. O. (2017), *Modern Spor Kulüplerinin E-spor Faaliyetlerine İlgili Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma*, *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), ss. 34-47.
- Ünver, Ö., vd., (2011), *Spss Uygulamalı Temel İstatistik Yöntemler*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Üstün, Ü. D. (2018), *Participation Motivation In University Students Who Engage In Different Team Sports*, *World Journal Of Education*, 8(3), ss.12-17.
- Üstün, Ü. D., Mehmet, A. E. T., Ersoy, A. (2016), *Sporcular İçin Spora Özgü Başarı Motivasyonu, Yaz Spor Okulundan Bir Örnek*, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (49), ss.115-123.
- Van de Pol, P. K., Kavussanu, M., Kompier, M. (2015), *Autonomy Support And Motivational Responses Across Training And Competition In Individual And Team Sports*. *Journal of Applied Social Psychology*, 45(12), ss. 697-710.
- Vink, K., Raudsepp, L. (2018), *Perfectionistic Strivings, Motivation And Engagement In Sport-Specific Activities Among Adolescent Team Athletes, Perceptual And Motor Skills*, 125(3), ss. 596-611.
- Voser, R. D., vd., (2017), *Sports Motivations. A Descriptive Study With Professional Football Athletes*, *Revista Brasileira De Futsal E Futebol*, 9(35), ss. 399-405.

- Wagner M. (2007), *Competing In Metagame Gamespace: E-sport As The First Professionalized Computer Metagames*, In: Von Borries F, Walz Sp, Beottger M., Et al. *Space Time Paly: Synergies Between Computer Games, Architecture And Urbanism: The Next Level* New York: Springer, ss. 182-185.
- Wang, M. T., Chow, A., Amemiya, J. (2017), *Who Wants To Play? Sport Motivation Trajectories, Sport Participation, And The Development Of Depressive Symptoms*, *Journal Of Youth And Adolescence*, 46(9), ss. 1982-1998.
- Ward, M. R., Harmon, A. D. (2019), *Esport Superstars*, *Journal of Sports Economics*, 20(8), ss. 987-1013.
- WeWarr, P., (2014), *E-sports In Numbers: Five Mind-Blowing Stats*, Red Bull, Available At; <http://www.redbull.com/en/E-sports/stories/1331644628389/E-sports-in-numbers-five-mindblowing-stats> (Erişim Tarihi: 16.04.2020).
- Weidman, N., (2016), *Between The Counterculture And The Corporations. Abraham Maslow And Humanistic Psychologyin The 1960s*. In D. Kaiser, & W. P. Mccray (Eds.), *Groovy Sciences. The Counter Cultures And Scientific Life, 1955-1975*, ss.109–134, Chicagos. University Of Chicago Press.
- Weiss, T., Loebbecke, C. (2008), *Rekabetçi Çevrimiçi Oyunlara Katılmak: Rekabetçi ve Hedonik Karar Öğelerinin Analizi*. Avrupa Yöneylem Araştırması Konferansı'nda Yapılan Sunum (EURO XXIII), 5-8 Temmuz. Bonn, Almanya.
- Weiss, T., Schiele, S. (2013), *Rekabetçi Bağlamlarda Sanal Dünyalar: Esports Tüketici İhtiyaçlarını Analiz Etmek*, *Elektronik Piyasalar*, 23 (4), ss. 307-316.
- Wendt, A., vd., (2021), *Motivation For Participation In Sports Among Brazilian Adultss. National Household Sample Survey-2015*. *Ciência & Saúde Coletiva*, 26, ss. 3535-3542.
- Werdhiastutie, A., Suhariadi, F., Partiwı, S. G. (2020), *Achievement Motivation As Antecedents Of Quality Improvement Of Organizational Human Resources*, *International Research And Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, ss. 747-752.
- White, A. S., Duda, L. J., (1994), *'The Relationship Of Gender, Level Of Sport Involvement, And Participation Motivation To Task And Ego Orientation'*, *International Journal Of Sport Psychology*, 25, ss. 40-4.
- Williams, P., vd., (2021), *Value Drivers And Adventure Tourisms. A Comparative Analysis Of Japanese And Western Consumers*, *Journal Of Service Theory And Practice*, 27(1), ss. 102-122. Doi. 10.1108/JSTP-05-2015-0116
- Williamson, B., Facer, K. (2004), *Sadece Bir Oyundan Daha Fazlası: Çocuk Bilgisayar Oyun Topluluklarının Okulları İçin Çıkarımlar*. *Eğitim, İletişim ve Bilgi*, 4 (2-3), ss. 255-270.

- Wilson, S.G., , M.J., Baker, J. (2019), *Parental Sport Achievement And The Development Of Athlete Expertise*. European Journal of Sport Science, 19, ss. 661- 670.
- Xue, H., vd., (2019), *Narratives, Identity And Community In Esports*, Leisure Studies, 38 (6), ss. 845-861.
- Yalçın, İ., vd., (2017), *Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu'nda Öğrenim Gören Kadın Sporcuların Spora Katılım Motivasyonlarının Bazı Değişkenlere Göre Araştırılması*, International Journal Of Cultural And Social Studies, (Intjcss) 3(2), ss. 201-210.
- Yanar, Ş., Kırandı, Ö., Çimen, K. (2017), *Tenisçilerde Başarı Motivasyonu ile Optimal Performans Duygu Durumu İlişkisinin İncelenmesi*, Spor Eğitim Dergisi, 1(1), ss. 69-75.
- Yang, C. C., vd., (2019), *Exploring The Relationship Of Sports Apps Users' Motivation, Goal Orientation And Exercise Involvement Among College Students In Taiwan*, In Proceedings Of The 2019 3rd International Conference On Education And Multimedia Technology ss. 150-155).
- Yang, C-L., Hwang, M., Chen, Y-C., (2011), *An Empirical Study Of The Existence, Relatedness And Growth (ERG) Theory In Consumer's Selection Of Mobile Value-Added Services*, African Journal Of Business Management, 5(19), ss. 7885-7898. <https://dx.doi.org/10.5897/AJBM10.158Y6>
- Yang, Y., Li, T. (2019), *Analysis On Key Factors Of Students' Motivation To Participate In Sports Ecology*, Ekoloji, 28(107), ss. 3201-3206.
- Yapraklı, T. Ş., Keser, E. (2008), *Müşteri Yaşam Boyu Değerinin Analizi: Bir Saha Araştırması*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(2), ss. 483-503.
- Yavan, N., Kurtar ANLI, C. (2019), *Deneyim Yaratmada Mekânın Rolü: Starbucks ve Kahve Dünyası'nın Deneyim Ekonomisi ve Üçüncü Yer Bakımından Analizi*, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 18(1).
- Yavuz, E, S., Eroğlu, E. (2019), *Üniversite Spor Takımlarında Oynayan Öğrencilerin Anksiyete ve Spora Özgü Başarı Motivasyonu Düzeylerinin İncelenmesi*, Türkiye Spor Bilimleri Dergisi, 3(2), ss. 88-96.
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S., (2004), *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Yenişehirlioğlu, E., vd., (2018), *A Conceptional Research On Determining The Tourism Potential Of Electronic Sports Events: E-Sports Tourism*. The Journal Of Kesit Academy, 4(16), ss. 341-353.

- Yetiş, Ü., Servi, T., Karabağ, B., (2019), *Fitness Merkezlerinde Egzersiz Yapan Bireylerin Spora Güdülenme Düzeylerinin Belirlenmesi*, Adıyaman İli Örneği, *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(1), ss.18-27.
- Yıldırım, M. (2017), *Üniversite Takımlarında Mücadele Eden Sporcuların Spora Katılım Motivasyonlarına Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği)*, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), ss. 41-51.
- Yıldırım, N. T. (2015), *Fiyatlandırma ve İnternet Ortamında Fiyatlandırma Stratejileri*, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), ss. 10-29.
- Yıldız, A., vd., (2019), *Sporda Güdülenme Ölçeği-II'nin Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi*, *Spor Hekimliği Dergisi*, 54(1), ss. 33-44.
- Yıldız, M., Kırtepe, A., Baydili, K. N., (2020), *Lisanslı E-Spor Katılımcıların Motivasyon Düzeylerinin İncelenmesi*. *Journal Of History School (Johs)*.
- Yılmaz, A., Aydın, M., Bahadır, T. K. ve Soyer, F. (2019), *A Study Of Participation Motives In Sports, Loneliness And Depression Levels Of Children With Specific Learning Disabilities In Terms Of Some Variables*. *Journal Of Human Sciences*, 16(4), ss. 978-987.
- Yılmaz, E., Karaca, F. (2008), *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Destek ve Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi*, *Genel Tıp Dergisi*, ss. 71-79.
- Yılmaz, T., vd., (2020), *Investigation Of University Students' Self-Efficacy And Sport Specific Success Motivation Levels*, *Electronic Turkish Studies*, 15(3), ss. 2115-2126.
- Yousaf, S. (2020), *Dissection Of Herzberg's Two-Factor Theory To Predict Job Satisfactions. Empirical Evidence From The Telecommunication Industry Of Pakistan Seeham Yousaf*. *The Lahore Journal Of Business*, 8(2), ss. 85-128.
- Yükçü, S., Kaplanoğlu, E. (2018), *E-spor Endüstrisi*, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, ss. 533-550.
- Zboja, JJ, Jackson, RW, Grimes-Rose, M. (2020), *Gönüllülüğün Beklenti Teorisi Perspektifis. Güçsüzlüğün Roller, Hayır Kurumlarına Karşı Tutum ve Başkalarına Yardım Etmeye Yönelik Tutum. Kamu ve Kâr Amacı Gütmeyen Pazarlama Üzerine Uluslararası İnceleme*, 17 (4), ss. 493-507.
- Zen, Z. (2020), *Effect Of The Teaching Games For Understanding (Tgfu) Method In Improving Students' Motivation And Physical Fitness*. In 1st International Conference of Physical Education (ICPE 2019), ss. 280-285). Atlantis Press.

Zorlu, E., vd., (2020), *Atletizm Branşındaki Sporcuların Kişilik Özelliklerinin Başarı Motivasyonuna Etkisinin İncelenmesi* Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi, 3(1), ss. 24-35.

INTERNET KAYNAKLARI

- Web 1:** <https://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>
(19.10.2020)
- Web 2:** <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version> (Erişim Tarihi: 27.09.2022)
- Web 3:** <http://tesfed.gov.tr/HaberDetaylari/3/142373/uluslararası-E-spor-federasyonuna-iesf-uye-olma-yolunda-ilk-adim-atildi.aspx> (24.04.2020)
- Web 4:** <https://iesf.org/about/members> (06.09.2022)
- Web 5:** <https://www.forbes.com/sites/brettknight/2022/05/06/the-most-valuable-esports-companies-2022/?sh=35686987599f> (11.10.2022)
- Web 6:** <https://www.gaminginturkey.com/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2021.pdf>
(17.10.2021)
- Web 7:** <https://strivesponsorship.com/wp-content/uploads/2021/03/Global-E-sports-Market-Report-2020.pdf> (18.10.2021)
- Web 8:** <https://www.gaminginturkey.com/tr/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2019/>
(05.10.2020)
- Web 9:** <https://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>
(19.10.2020)
- Web 10:** <https://iesf.org/about/members>(Erişim Tarihi: 01.10.2022)
- Web 11:** <https://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/> (Erişim Tarihi: 17.10.2022)
- Web 12:** <https://www.statista.com/statistics/490480/global-E-sports-audience-size-viewer-type/> (18.10.2020)
- Web 13:** <https://www.nielsen.com/news-center/2018/nielsen-releases-unprecedented-insights-on-esports-fan-attitudes/> (09.09.2020)

Web 14: <https://www.statista.com/statistics/1256162/global-esports-market-size/>
(18.10.2020)

Web 15: [https://mitpress.universitypressscholarship.com/view/10.7551/
mitpress/9780262014762.001.0001/upso-9780262014762-chapter-4](https://mitpress.universitypressscholarship.com/view/10.7551/mitpress/9780262014762.001.0001/upso-9780262014762-chapter-4)(Erişim
Tarihi 20.04.2020)

Web 16: [https://journals.univanubius.ro/index.php/euroeconomica
/article/view/2466/2454](https://journals.univanubius.ro/index.php/euroeconomica/article/view/2466/2454) (Erişim Tarihi: 10.08.2021)

EKLER

EK: ANKET FORMU

Değerli Öğrenci,

Bu anket çalışması Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA danışmanlığında yürütmekte olduğum, ‘E-Spor Üzerine Bir Araştırma’ başlıklı doktora tez çalışması için hazırlanmıştır. Elde edilen veriler akademik amaçlar dışında kullanılmayacaktır.

Bu anketin bilimsel bir çalışma bağlamında değerlendirileceğini dikkate alarak, lütfen, ankette yer alan sorulara belirtilen kriterler doğrultusunda gerçek durumu yansıtır şekilde ve içtenlikle yanıt veriniz. Göstermiş olduğunuz ilgi ve yardımlarınız, bilim dünyasına sağladığınız katkı için şimdiden teşekkür ederim.

Sunay GÜNGÖR GÜLSOY

(Anketi doldurma süresi tahmini 5 (beş) dakika olarak belirlenmiştir.)

BİRİNCİ BÖLÜM

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1. Cinsiyetiniz:

☐ Kadın ☐ Erkek

2. Yaşınız :

3. Öğrenim Gördüğünüz Alan:

☐ Sosyal Bilimler

☐ Fen Bilimleri

☐ Eğitim Bilimleri

☐ Sağlık Bilimleri

☐ Diğer

4. Genel not ortalamanızı belirtir misiniz?

.....

5. E-Spor Oynuyor musunuz?

☐Evet ☐Hayır

6. Ne kadar süredir E-Spor oynuyorsunuz? (Bir tane seçenek belirleyiniz.)

.....Yıl

.....Ay

.....Hafta

.....Gün

7. Günde ortalama kaç saat E-Spor oynuyorsunuz?

.....Saat

8. E-Spor'dan aylık gelir elde ediyor musunuz?

☐Evet ☐Hayır

9. Aylık gelir elde ediyorsanız, miktarını belirtiniz.

.....

10. E-Spor'a aylık ne kadar harcama yapıyorsunuz? Belirtiniz.

.....

11. E-Spor'u en çok hangi cihaz ile oynamayı tercih edersiniz?

☐Bilgisayar ☐Oyun Konsolu ☐Tablet ☐Akıllı Telefon ☐Birkaç cihaz

12. E-Spor'da Favoriniz olan tek yayıncı kanalını işaretleyiniz.

☐Twitch

☐Youtube

☐Instagram

13. E-Spor'da en çok oynadığınız ilk üç oyunu belirtiniz.

1.

2.

3.

14. 'E-Spor oynayan öğrenciler daha başarılıdır.' Görüşüne katılıyor musunuz?

☐Evet ☐Hayır

15. E-Spor transfer teklifi aldınız mı? Aldıysanız hangi takım olduğunu belirtir misiniz?

☐Evet ☐Hayır

16. E-Spor'un geleceği hakkındaki düşüncelerinizi birkaç cümle ile belirtiniz.

.....

17. E-Spor aktiviteleri yeni bir sosyal çevre oluşturur mu? 1-5 arasında değerlendiriniz

1. Kesinlikle oluşturmaz.
2. Oluşturmaz
3. Ne oluşturur ne oluşturmaz
4. Oluşturur
5. Kesinlikle oluşturur.

Aşağıda e-spor aktivitelerine katılım sağlayan bireyleri bu etkinliklere katılmaya motive etme sebeplerinin sorgulandığı sorulara yer verilmiştir. Mevcut e-spor deneyimlerinizi göz önünde bulundurarak, her bir ifadenin size ne derece uygun olduğunu ‘Kesinlikle Katılmıyorum (1)’ ‘Kesinlikle Katılıyorum (5)’ derecelendirmesi üzerinden belirtiniz. Her bir ifade için lütfen sadece bir seçenek işaretleyiniz.

1: Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Ne katılıyorum, ne katılmıyorum 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum					
E-spor Katılım Motivasyonuna Yönelik İfadeler	1	2	3	4	5
1. Spor video oyunları oynuyorum, çünkü duygularımı uyarıyorlar.	()	()	()	()	()
2. Spor video oyunları beni sürekli tetikte tutuyor.	()	()	()	()	()
3. Spor video oyunları oynamanın adrenalin düzeyimi yükselttiğini hissedebiliyorum.	()	()	()	()	()
4. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar.	()	()	()	()	()
5. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum.	()	()	()	()	()
6. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	()	()	()	()	()
7. E-spor aktivitelerine katıldığım da spor bilgimi de kullanabiliyorum.	()	()	()	()	()
8. Bilgimi kullanarak oyuncuları ve takımları seçiyorum.	()	()	()	()	()
9. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor.	()	()	()	()	()
10. E-spor’ da stratejilerimi simüle ederim.	()	()	()	()	()
11. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum.	()	()	()	()	()
12. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum.	()	()	()	()	()
13. İlgilendiğim spor dalı ile ilgili aktivite olmadığında E-spor formatındaki içeriğe yöneliyorum.	()	()	()	()	()
14. En sevdiğim spor bir E-spor oyununa uyarlandı.	()	()	()	()	()
15. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor.	()	()	()	()	()
16. E-spor ile düşünce becerilerim gelişiyor.	()	()	()	()	()
17. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum.	()	()	()	()	()
18. E-spor da kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum.	()	()	()	()	()
19. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor.	()	()	()	()	()
20. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor.	()	()	()	()	()
21. E-spora katılım ile yaşamım daha ilgi çekici bir hale geldi.	()	()	()	()	()
22. E-spor fiziksel becerilerimi geliştiriyor.	()	()	()	()	()
23. E-spor oyunlarına yeteneğim olduğu için oynuyorum.	()	()	()	()	()
24. E-Spor aktiviteleri beni tatmin ediyor.	()	()	()	()	()
25. E-spor da oyunları oynamak, gerçek oyunlar için becerilerimi de öğrenmeme yardımcı oluyor.	()	()	()	()	()
26. E-spor ilgimi çekiyor.	()	()	()	()	()
27. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum.	()	()	()	()	()
28. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum.	()	()	()	()	()
29. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum.	()	()	()	()	()
30. E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor.	()	()	()	()	()
31. Takım çalışmasını sevdiğim için oynuyorum.	()	()	()	()	()
32. E-spor aktiviteleri yeni bir sosyal çevre oluşturmak için iyi bir ortam yaratır.	()	()	()	()	()
33. Arkadaşlarım ile ortak oyun sürdürdüğümüz için oynuyorum.	()	()	()	()	()
34. Rekabeti Seviyorum.	()	()	()	()	()
35. E-spor da ödülleri kazanmayı seviyorum.	()	()	()	()	()

36. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor.	()	()	()	()	()
37. E-spor bana popülerlik kazandırıyor.	()	()	()	()	()
38. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için oynamayı seviyorum.	()	()	()	()	()
39. Birine karşı kaybettiğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum.	()	()	()	()	()
40. E-spor 'da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemlidir.	()	()	()	()	()
41. E-spor 'da başarılı olduğum için oynuyorum.	()	()	()	()	()
42. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor.	()	()	()	()	()
43. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum.	()	()	()	()	()
44. E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.	()	()	()	()	()
45. E-spor, beni diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok oyalar/ daha çok dikkatimi dağıtır.	()	()	()	()	()
46. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar.	()	()	()	()	()
47. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum.	()	()	()	()	()

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı : Sunay GÜNGÖR GÜLSOY

Eğitim Durumu

Ön Lisans : Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek
Yüksekokulu, Pazarlama Programı, (2008-2010).

Lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, İşletme Programı, (2010-2013).

Yüksek Lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, (2013-2017).

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi

1. İngilizce, B1 düzeyi.

İş Denevimi

1.Reysaş A.Ş. Gloria Jeans Coffees, Supervisor, 2003-2004.

2. Antalya Büyükşehir Belediyesi ‘Büyükşehir Belediyesi İletişim Merkezi’ 2005-
2007.

3. Süleyman Demirel Üniversitesi, Kütüphane ve Dokümantasyon Daire
Başkanlığı, 2007-2011.

4. Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğitim Öğretim Koordinatörlüğü, 2011-2016.

5. Süleyman Demirel Üniversitesi Avrupa Kredi Transfer Sistemleri
Koordinatörlüğü (Ek Görevlendirme), 2011-2016.

6. Farkındalık Dergisi Basın Tanıtım Sorumlusu ve Deneme Yazarlığı 2015-2016.

7. Süleyman Demirel Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, 2016-2022.

8. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, 2022 yılından itibaren.

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar

1. Aydın, S., ve Gülsoy, S. (2017). Siyasi Parti Liderlerinin Sosyal Medya Kullanımının Genç Seçmenler İçin Önemi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(4), 965-979.
2. Tunca, M. Z., Gülsoy Güngör, S. (2022)., ‘İnsan ve Toplumun Dijitalleşmesi: E-spor Uygulamaları’, ‘Dijital İnsan ve Dijital Toplum: Geçmiş, Bugün ve Gelecek Perspektifi, Yayınlanmamış Kitap Bölümü.
3. Gülsoy Güngör, S., Tunca, M. Z., (2023)., ‘Spor Motivasyonu ve E-spor Motivasyonu Üzerine Literatür Taraması’, Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 28(1).