

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SPOR EKONOMİSİNDE E-SPOR PAZARLAMASI VE GETİRDİĞİ YENİLİKLER

BURAK DALOĞLU

SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI
SPOR YÖNETİM BİLİMLERİ PROGRAMI

HAZİRAN 2021


GAZİ ÜNİVERSİTESİ
Gazi
1926

SPOR EKONOMİSİNDE E-SPOR PAZARLAMASI VE GETİRDİĞİ YENİLİKLER

Burak DALOĞLU

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI
SPOR YÖNETİM BİLİMLERİ PROGRAMI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

HAZİRAN 2021

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

.

Burak DALOĞLU

01/06/2021

SPOR EKONOMİSİNDE E-SPOR PAZARLAMASI VE GETİRDİĞİ YENİLİKLER

(Yüksek Lisans Tezi)

Burak DALOĞLU

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Haziran 2021

ÖZET

Teknolojinin gelişmesinin etki ettiği alanlardan biri de spor kavramıdır. İnsanların teknolojiye olan ilgisi ve küreselleşme ile birlikte dünya dijital bir köy haline gelmiştir. Birbirini hiç görmemiş insanlar aynı anda aynı ortamda bulunup, aynı aktiviteyi yapabilmektedirler. Bunu da sağlayan ortam dijital oyunlar ve internetin gelişmesiyle oluşmuştur. Rekabetçi ruha sahip olan kişilerin kıyasıya yarışmak istemesi de dijital oyunların elektronik sporlara dönüşmesini sağlamıştır. Bu evrimleşme sayesinde yeni bir kavram olarak ortaya çıkan e-spor, büyük firmalar, markalar ve girişimcilerden fazlasıyla destek görmüştür ve günümüzde de bu etki devam etmektedir. Bu çalışmada e-spor kavramının; dijital oyunlardan nasıl evrildiğini, ekonomik alanda nasıl gelişim gösterdiğini, endüstriyel bazda ne durumda olduğunu, spor ekonomisine katkıları ve getirdiği yenilikler irdelenmiştir. Tezin amacı Türkiye'de akademik alanda e-sporun literatürde yer almasını sağlamak ve gelecekte yapılabilecek çalışmalara katkı sağlamaktır. Ağırlıklı olarak ekonomik boyutu incelenen bu çalışma dışında yapılacak olan başka araştırmalar da e-spor kavramına katkıda bulunabilir. Bu sayede e-sporun temelleri sağlam şekilde açıklanabilir.

Bilim Kodu : 130117.7.036
Anahtar Kelimeler : Oyun, dijital oyun, e-spor, e-spor ekonomisi, sponsorluk
Sayfa Adedi : 137
Danışman : Dr. Öğr. Üyesi İ. FATİH YENEL

E-SPORTS MARKETING AND INNOVATIONS IN SPORTS ECONOMY

(M. Sc. Thesis)

Burak DALOĞLU

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF HEALTH SCIENCES

June 2021

ABSTRACT

One of the areas affected by the development of technology is the concept of sports. With people's interest in technology and globalization, the world has become a digital village. People who have never seen each other can be in the same environment and do the same activity at the same time. The environment that provides this has been formed with the development of digital games and the internet. The fact that people with a competitive spirit want to compete fiercely has made digital games turn into electronic sports. E-sports, which emerged as a new concept thanks to this evolution, has been supported by large companies, brands and entrepreneurs and continues to see it today. In this study, the concept of e-sports; how it evolved from digital games, how it developed in the economic field, how it happened on an industrial basis, its contributions to the sports economy and the innovations it brought were examined. The aim of this study provide take place in the literature of e-sports in the academic field in Turkey and to contribute to the work that can be done in the future. Apart from this study, whose economic dimension is mainly examined, other researches may contribute to the concept of e-sports. In this way, the fundamentals of e-sports can be explained well.

Science Code : 130117.7.036
Key Words : Game, digital game, e-sports, e-sports economy, sponsorship
Page Number : 137
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. İ. FATİH YENEL

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET iv

ABSTRACT v

İÇİNDEKİLER vi

ÇİZELGELERİN LİSTESİ x

KISALTMALAR LİSTESİ xi

1. GİRİŞ 1

2. GENEL BİLGİLER 7

2.1. Oyun 7

2.1.1. Oyun türleri 10

2.2. E-spor Kavramı 17

2.2.1. E-spor ile ilgili tanımlar 17

2.2.2. Dijital oyunların evrimi ve e-spor 19

2.2.3. Federasyonlaşma Süreci 20

2.3. E-spor Tarihi ve Gelişimi 22

2.3.1. 1972-1989 Dönemi 22

2.3.2. 1990-2000 Dönemi 24

2.3.3. 2000 ve sonrası 25

2.3.4. Kuşak farklılıkları 27

2.4. Elektronik Spor Türleri 29

2.4.1. Dövüş oyunları 29

2.4.2. Birinci kişi atış oyunu (First person shooter) 29

2.4.3. Gerçek zamanlı strateji 30

2.4.4. Spor oyunları 30

2.4.5. Yarış oyunları 31

Sayfa

2.4.6. MOBA (Massive online battle arena - Devasa çevrimiçi mücadele arenası) 32

2.4.7. Battle royale 33

2.4.8. Tarih / dönem oyunları 33

2.5. E-spor Ekonomisi 34

2.5.1. E-spor pazarlaması 34

2.5.2. Oyuncular 37

2.5.3. Yayıncılar 39

2.5.4. Ligler 41

2.5.5. Takımlar 47

2.5.6. Markalar 52

2.5.7. Medya kanalları 58

2.5.8. Etkinlik ve turnuvalar 65

2.5.9. Ödüller 67

2.5.10. Destek ve teşvikler 67

2.5.11. Ekonomik gelirleri 69

2.5.12. Ürün üretme ve geliştirme 73

2.6. Sponsorluklar 75

3. YÖNTEM 79

4. BULGULAR 81

4.1. Veri Analizi 81

4.2. Oyuncuların Ülke ve Bölgelere Göre Dağılımı 81

4.3. Oyunlara Göre En Çok Kazanan Oyuncular ve Uyrukları 82

4.3.1. DotA2 oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları 82

4.3.2. League of Legends oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları 83

4.3.3. Counter Strike Global Offensive oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları 84

Sayfa

4.3.4. Fortnite oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları 85

4.3.5. Call of Duty Modern Warfare oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları 86

4.3.6. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG) oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları 87

4.3.7. Starcraft II oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları: 87

4.3.8. Oyunlara göre en çok kazanan Türk oyuncular 88

4.4. Turnuvalar ve Ödüllerine Göre Oyunlar 89

4.4.1. DotA 2 turnuvaları ve ödülleri: 89

4.4.2. League of Legends turnuvaları ve ödülleri: 90

4.4.3. Counter Strike turnuvaları ve ödülleri: 91

4.4.4. Fortnite turnuvaları ve ödülleri: 92

4.4.5. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG) turnuvaları ve ödülleri: 92

4.4.6. Call of Duty turnuvaları ve ödülleri: 93

4.4.7. Rainbow Six Siege turnuvaları ve ödülleri: 94

4.4.8. Overwatch turnuvaları ve ödülleri: 94

4.4.9. Diğer oyunların turnuvaları ve ödülleri: 95

4.5. Assassin's Creed: 96

4.6. Spor Oyunları 96

4.7. Çevrimiçi Oyunların Dünya Geneli Elde Edilen Gelirleri 96

4.7.1. League of Legends verileri 97

4.7.2. 2020 yılındaki dijital oyun gelirleri 97

4.7.3. ABD'de dijital oyun endüstrisi satışları 97

4.7.4. PUBG Mobile oyunu 2020 yılı hasılatı 98

4.8. Teşvikler 98

5. TARTIŞMA 101

6. SONUÇ VE ÖNERİLER 115

Sayfa

KAYNAKLAR 121

ÖZGEÇMİŞ 137

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge **Sayfa**

Çizelge 2.1. Dünyaca Ünlü Takımların Turnuvalardan Elde Ettiği Gelirler 50

Çizelge 4.1. DotA2 82

Çizelge 4.2. League of Legends..... 83

Çizelge 4.3. Counter Strike Global Offensive 84

Çizelge 4.4. Counter Strike Global Offensive 85

Çizelge 4.5. Fortnite..... 85

Çizelge 4.6. DotA 2 90

Çizelge 4.7. League of Legends..... 90

Çizelge 4.8. Counter Strike Global Offensive 91

Çizelge 4.9. Fortnite..... 92

Çizelge 4.10. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG) 92

Çizelge 4.11. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG) 93

Çizelge 4.12. Call of Duty 93

Çizelge 4.13. Rainbow Six Siege..... 94

Çizelge 4.14. Overwatch..... 94

Çizelge 4.15. Diğer Oyunlar 95

KISALTMALAR LİSTESİ

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklama
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
CBLoL	The Compeonato Brasileiro de League of Legends (League of Legends Brezilya Şampiyonluk Ligi)
CoD	Call of Duty
CPL	Cyberathlete Professional League (Siber Atlet Profesyonel Ligi)
CS:GO	Counter Strike:Global Offensive
DotA	Defence of the Ancients
E-spor	Elektronik spor
ESL	Electronic Sports League (Elektronik Sporlar Ligi)
FPS	First Person Shooter (Birinci Tekil Şahıs Nişancı)
FIFA	Federation Internationale de Football Association (Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği)
HoN	Heros of Newerth
HWA	HardWare Arena
IEM	Intel Extreme Masters (Intel Üst Düzey Ustalık Turnuvası)
IeSF	International E-sports Federation (Uluslararası E-spor Federasyonu)
KesPA	Korean Esports Association (Kore Elektronik Sporlar Birliği)
LAN	Local Area Network (Yerel Ağ Bağlantısı)
LCK	League of Legends Champions Korea (League of Legends Kore Şampiyonluk Ligi)
LCL	League of Legends Continental League (League of Legends Kıtasal Ligi)
LEC	League of Legends European Championship (League of Legends Avrupa Şampiyonluk Ligi)

Kısaltmalar	Açıklama
LJL	League of Legends Japan League (League of Legends Japonya Ligi)
LLA	Liga Latinoamerica (Latin Amerika Ligi)
LoL	League of Legends
LPL	League of Legends Pro League (League of Legends Profesyonel Ligi)
MLG	Major League Gaming
MOBA	Multiplayer Online Battle Arena (Çoklu Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası)
MSI	Middle Season Invitational (Orta Mevsim Turnuvası)
NBA	National Basketball Association (Ulusal Basketbol Birliği)
NES	Nintendo Entertainment System (Nintendo Eğlence Sistemi)
NFL	National Football League (Ulusal Futbol Ligi)
NGL	National Gaming League (Ulusal Oyun Ligi)
OPL	Ocecanic Pro League (Okyanusya Profesyonel Ligi)
pc	Personal Computer (kişisel bilgisayar)
PCS	Pasific Champion Series (Pasifik Şampiyonluk Ligi)
PES	Pro Evolution Soccer
PUBG	Player Unknown's Battle Grounds
TDK	Türk Dil Kurumu
TEBL	Türkiye Espor Basketbol Ligi
TEFL	Türkiye Espor Futbol Ligi
TESFED	Türkiye Elektronik Sporlar Federasyonu
TFT	Teamfight Tactics (Taktik Savaşları)
TÜDOF	Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu
TÜFAR	Türkiye Futbol Araştırmaları Grubu
UFC	Ultimate Fighting Championship
VCS	Vietnam Championship Series (Vietnam Şampiyonluk Ligi)
WCG	World Cyber Games (Dünya Siber Oyunları)
VFŞL	Vodafone Şampiyonluk Ligi

1. GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi beraberinde birçok alanı da etkilemiştir. Bilgisayar ve telefonun yıllar içinde gösterdiği değişim, günümüzde bu aletlerin fonksiyonlarının da artmasına katkı sağlamıştır. Başlarda oda boyutunda olan ve asıl amacı II. Dünya Savaşı'nda Nasyonal Sosyalist Almanya'nın şifreli mesajlarını çözebilmek için icat edilen bilgisayar, insanlara veri depolama ve veri oluşturma hizmeti verilmesi için evlerde yer alacak büyüklükte üretilmeye başlamıştır. Sonrasında bilgisayarın kullanım alanı bilgi depolama ve işlem yapma fonksiyonlarından da öteye gitmiştir. Günümüzde insanların bir uzvu olarak görülen cep telefonları sadece telefon özelliği ile değil; fotoğraf, video kayıt, bilgisayar, müzik çalar, oyun oynama platformu gibi birçok farklı hizmeti sunmaktadır. Bu değişkenlik teknolojinin, önce kutu şeklinde araçlar vasıtasıyla görsel, işitsel verilerin bizlere aktarılmasını sağlamış iken daha sonra ise nano-teknoloji sayesinde daha küçük araçların icat edilip daha fazla insana hitap edebilmesine erişmiştir. Nitekim sosyolojik olarak da insanların bireyselleşmesine etki ettiği görülmektedir. Önceleri televizyon karşısında toplanıp vakit geçiren aile bireyleri günümüzde cep telefonlarının çok hızlı gelişmesinin etkisiyle kendi dünyalarını ellerinde tutabilmektedirler.

Günümüzde insanlar birçok işle aynı anda uğraşmakta ve insan beyni geçmişe oranla daha fazla bilgiye maruz kalmaktadır. Gelişen teknolojinin de etkisiyle birçok şeyi aynı anda düşünmeye çalışmak beynin daha fazla yorulmasına yol açmaktadır. Sosyal medyanın gelişmesi, insanların sürekli ekranlarla karşı karşıya kalması, akıllı telefonlar gibi küresel bir etkiye sahip teknolojinin kolayca ulaşılır olması insanlara hemen her şeyden haberdar olmak gibi bir nimet sunmuş olsa da; bir yandan da 'dezenformasyon' denilen bilgi kirliliği, bilgi çarpıtma ile zamansız olarak gereksiz konularla ilgili bilgi sahibi olma durumunu oluşturmaktadır.

Bu yüzden insanlar boş vakitlerinde, daha doğrusu sorumluluklarından arta kalan vakitlerde zamanlarını yorulan beyinlerini rahatlatmakla geçirmek istemektedirler. Sportif aktiviteler yapmak, sinema, tiyatro, sergi, konser vb. görsel sanat etkinliklerine katılmak, bir hobiyle uğraşmak ve daha birçok alanda faaliyette bulunmak insanlar için aslında bir kaçış, bir rahatlama yoludur. Tüketimin çok hızlı yaşandığı günümüz dünyasında, globalleşmenin de etkisiyle artık insanlar bu rahatlama zamanlarını iple çekerek beklemektedir. Günün sonunda kendilerini ödüllendirilmiş gibi hissetmelerini sağlayan bu

etkinlikler artık her tür insana hitap edecek kadar çeşitli hale gelmiştir. Bu etkinliklerin en çok tercih edilenlerinden biri ise oyunlardır. Oyunlar da kendi içinde türlere ayrılmaktadır. Bu türlerden birisi de telefon ve bilgisayarın bir aracı olarak kullanıldığı dijital oyunlardır. Dijital oyunlar günümüzde en çok yönelinen rekreatif faaliyetlerden biri olarak yer alırken aynı zamanda elektronik sporların çıkış noktası olduğu için de ekonomik, teknolojik, sosyolojik ve spora ait gelişimleri de içinde barındırmaktadır.

McGregor'un X ve Y kuşaklarının örgütsel davranışını incelediği çalışmasında amaçladığı sonuç, daha iyi bir iş yönetimi düzenini sağlamaktır. Bu araştırmayı yaparken II. Dünya Savaşı sonrası Avrupa ve Amerika'da yaşanan doğum patlamasını (baby boom) kuşakların başlangıcı olarak kabul etmiştir. Savaş bittikten sonra özellikle ülkelerdeki erkek nüfusunun azalışı, toplumları, nüfusun artırmaya, nesillerini sürdürmeye yöneltmiştir. Bu tarihlerde dünyaya gelenler (1946-1964 arası) "Patlama Kuşağı" olarak anılmaktadır. Sonrasında 1965-1979 arasındaki kuşağa "X Kuşağı", 1980-1996 arasındaki kuşağa "Y Kuşağı" ve 1997 ve sonrasında doğanlara ise "Z Kuşağı" adı verilmiştir. Baby boomer kuşağı büyük savaşlar sonrasında yeniden yapılanmaya giren bir süreci kapsamaktadır. Göçlerin, kentleşmenin olduğu, sosyal sınıfların oluştuğu bu süreç, insanların barış içinde yaşamayı umut ettiği bir dönemdir. Kendi toplumlarının yeniden yapılanması için çok fazla çalışan hatta işkoliklik seviyesine gelen bu dönemin insanları "emeklilik" kavramını dünyaya kazandıran kuşak olarak bilinmektedir. (Baykan, 2019). Aynı zamanda baby boomer kuşağı; başkanlık seçiminde, Bill Clinton'ın dönemin Amerika başkanı George Bush'a karşı %43'e %38 gibi bir farkla seçimi kazandırmasında büyük rol oynamıştır. Clinton'ın bu zaferi II. Dünya Savaşı neslinin egemenliğine de son vermiştir (History, 2019). Bill Clinton da Amerika'nın ilk "boomer" başkanı sayılmaktadır. Baby boomer kuşağı üretkenliğin ve istihdamın en yüksek olduğu bir çağda büyümüş ve bu çağın asla bitmeyeceğini düşünmüşlerdir. Nüfus artışı ile ekonomiyi canlandırmak ve tüketimi patlatmak amaçlanmıştır. Nitekim kapitalizmin etkilerini daha da keskin şekilde ortaya çıkarabileceği bir ortam oluşmuştur. Bu tüketim ortamı beraberinde oyun sektörüne de etkide bulunmuştur. Önceleri piyasada tek başına yer alan atari salonlarının rağbet görmesi ve artan taleple birlikte atarilerin hane halkı tarafından satın alınması, yeni oyunlar yapılmasına da ortam sağlamış ve üreticiler açısından rekabetçi bir pazar oluşturmuştur.

Kuşakları ele aldıktan sonra oyun kavramıyla olan bağlantısına bakılacak olursa, akla ilk olarak çocuklar, oyuncaklar ve eğlence gelmektedir. Ancak günümüzdeki cep

telefonlarının en eski modellerinde bile oyunlar klasörü bulunmaktadır. Aslında hayatımızın bir parçası olan ama çok fazla dikkat çekmeyen oyun kavramı, genel olarak çocukça ve eğlence amaçlı olarak algılanmaktadır. Oysaki insanlar artık çalışmaktan arta kalan boş zamanlarında telefon, tablet veya bilgisayarlarından oyun oynamaktadırlar.

Teknolojik gelişmeler oyunlara yeni bir boyut kazandırarak dijital ortama geçiş yapılmasını sağlamıştır. Dijital oyunlar, video veya bilgisayar oyunları olarak adlandırılan ve birbirlerinin yerine dönüşümlü olarak kullanılabilen oyun terimleridir. Çünkü her ikisinde de veri girişi joystick ya da klavye gibi araçlarla sağlanırken, oyunun görüntülenmesi de ekran vasıtasıyla olmaktadır (Kirriemuir, 2002). Sektörün de teknoloji ile bağlantılı olarak gelişim göstermesi ile herkese hitap edecek kadar fazla oyun türü bulunmaktadır. Yaş ayırt etmeksizin özellikle bilgisayar ve akıllı telefonlara yönelik basitçe kavranabilen, oynaması kolay, bağımlılık yapan oyunların tasarlanması, hem oyun yaratıcıları için yeni bir iş kolu hem de tüketiciler için farklı bir eğlence tarzı oluşturmuştur.

Oyun sektörünün finansal ve kitlesel olarak gelişmesinde, oyunlardan keyif alan insanların birbirleriyle olan etkileşimleri büyük rol oynamıştır. Örnek olarak ebeveynleriyle oyun oynayan çocukların veya küçük kardeşlerin büyük kardeşleri oyun oynarken izleyip büyümesi, internet kafe ve atari salonu gibi oyun alanlarının aktif olması, internetin dünyanın hemen her bölgesine yayılmış olması gibi faktörler bu gelişmenin önemli belirleyicilerindendir.

Teknolojinin günümüzdeki gelişmişlik düzeyi ve insanların sportif alanlarda sporun izleyici veya sporcu olarak bir parçası olabilmesi, artık radyo, televizyon, bilgisayar ve cep telefonları ile sporun her dalına istedikleri gibi ulaşabilme imkânı sağlamaktadır. Bu dijital gelişim ise sporun da dijitalleşmesini beraberinde getirmiştir ve 21. Yüzyılda ‘elektronik spor’ kavramı giderek artan bir ivme ile patlak vermiştir. Artık bilgisayar, oyun konsolları ve cep telefonları vasıtasıyla hemen her yerde kendine yer bulan dijital oyunlar, sadece eğlence yönüyle değil rekabetçi yapısıyla da spor kavramı içinde de önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde rekabete dayalı çevrimiçi oyunların, bilgisayar ve video oyunlarının belli bir kazananının ve kaybedeninin olduğu etkinlikler “elektronik spor” olarak adlandırılmaktadır.

Bu kavram; evlerinde eğlence için oyun oynayan insanların rekabetçi arzuları sonucu bir araya toplanıp, ödüllü yarışmalar düzenlemeleri ve bu yarışmaların artışıyla beraber takımların kurulması ve mikro organizasyonlara dönüşmesi ve sonrasında daha büyük bütçelerin dikkatini çekmesiyle birlikte makro organizasyonlara kadar ulaşıp artık küresel bir etkinlik haline gelmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Elektronik spor, geleneksel spor ile neredeyse aynı kriterlere sahiptir. Örneğin; takımlar kurulmaktadır, ücret/maaş karşılığı oyun oynayan lisanslı sporcular yetiştirilmektedir, e-spor için uygun sportif faaliyet alanları geliştirilmektedir, takımlar koçlar tarafından yönetilmektedir, müsabakalar medya kanallarında canlı yayınlanmaktadır, takımlara markalar sponsor olmaktadır, e-sporcular uluslararası maçlarda ülkelerini temsil etmekte ve onlara turnuvalar için akreditasyon verilmektedir, turnuvalarda milyon dolarlık ödül havuzlarına ulaşılmaktadır. Hatta e-sporcular her yıl transfer döneminde sözleşme yenilemekte veya başka takımlara transfer olabilmektedirler. Ayrıca dünyada futboldan sonra en çok izlenen ikinci spor olarak yer almaktadır. Newzoo 2017 araştırmasına göre göre; 191 milyon kişi e-spor izlemiş ve turnuvalarına katılmıştır. Newzoo'nun küresel seyirci tahmini ise 2018 yılı için 380 milyon civarındadır (Newzoo, 2018). 2020 araştırmasına göre ise; mobil oyunların pazar geliri 77,2 milyar dolar olarak belirlenmiş ve bu gelirin 13,7 milyar doları tablet oyunları, 63,6 milyar dolarlık dilimi ise akıllı telefon oyunlarından elde edilmiştir. Konsol oyunları 45,2 milyar dolarlık bütçeyle ikinci sırada yer alırken 36,9 milyar dolarlık gelir ile bilgisayar oyunları üçüncü sırada bulunmaktadır. Bilgisayar oyunlarının 33,9 milyar dolarını internet üzerinden indirilen oyunlar oluştururken, 3,0 milyar dolarlık kısmı internet tarayıcısı üzerinden oynanan oyunlar oluşturmaktadır (Newzoo, 2020). Ayrıca başka bir kaynaktan elde edilen verilere göre League of Legends 2018 Dünya Şampiyonası 78,8 milyon, The International Dota 2 Dünya Şampiyonası 64 milyon ve Counter-Strike Global Offensive Face It Major London 2018 turnuvası 61,4 milyon izlenmeye ulaşmıştır (Escharts, 2018).

Milyonların ilgisini çeken e-spor, markalar için de verimli bir pazar alanı haline gelmiştir ve sponsorluklar için birbirleriyle kıyasıya yarış haline girmişlerdir.

Bu çalışmada; oyun kavramının ortaya çıkışından bilgisayar oyunlarına ulaşmasına ve eğlence için oynanan oyunların bir spor türüne evrilmesine, e-spor pazarlamasının endüstri bazında dünyadaki ve spor kavramı içindeki yerine, e-spor pazarlamasının, e-spor ekonomisinin spor ekonomisi içindeki yerine değinilmiştir.

Araştırmanın Amacı

Ülkemizde literatürde çok fazla sayıda çalışma olmamasının yanı sıra elektronik spor kavramının birçok kesim tarafından bilinmemesi ve kabul görmemesi sonucu bu eksikliklerin tamamlanmaya çalışılması doğrultusunda gelişen yurt içi ve yurt dışı kaynakların araştırılmasıyla katkıda bulunmaktır. Ülkemizde birçok alanda elektronik sporlara karşı olan ilginin, hayranlığın ve katılımın fazla olması gibi faktörler olmasına rağmen literatürde bu tam tersi konumdadır. Bu alanda az kaynak ve çalışma olması da insanların dijital oyun, elektronik spor kavramlarına bakış açılarının genellikle olumsuz olmasına ve yanlış yorumlanmasına sebep olmaktadır. Günümüzde üniversitelerin farklı fakülteleri tarafından çalışmalar yapılmaya başlanmış ve bu çalışmalar sayesinde elektronik sporlar insanların daha rahat anlayabileceği, daha rahat yorumlanabileceği, rehberlik konusunda gerekli kaynaklara ulaşabileceği ortamlar oluşmaya başlamıştır.

Bu çalışmada e-spor kavramının gelişimi, e-spor ekonomisinin spor ekonomisindeki yeri ve getirdiği yenilikler araştırılmıştır. Türkiye ve dünyada e-spor takım ve oyuncularının başarıları, gelirleri, sponsorluk anlaşmaları ile turnuvaların finanse edildiği, markaların ve girişimcilerin bu alanda nasıl büyük rol oynadığı, izleyicilerin geleneksel sporlar ile e-spor turnuvaları arasındaki tercihleri incelenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde oyun kavramının nasıl ortaya çıktığı, henüz teknoloji girdisinin denkleme dâhil olmadığı zaman nasıl oyunlar oynandığı ele alınmıştır. Sonrasında teknolojinin gelişmesi ile birlikte dijital oyunların ortaya çıkışı ve Amerika pazarına girişi yer almaktadır. Dijital oyunların elektronik sporlara dönüşümü ve elektronik sporlar ile ilgili yapılmış tanımlar araştırılmış, sonrasında da aslında dijital oyun ve elektronik sporların 2000'li yıllardan çok daha önce ortaya çıktığı açıklanmıştır. Elektronik sporların kendi içinde alt dalları irdelenmiştir. Bu alt dalların aslında geleneksel sporları da bünyesinde barındırdığı görülmektedir. 3 farklı oyun türü üzerinden örneklendirme yaparak geleneksel sporların oyunlar ile olan ilişkisi ve oyunlardaki gerçekçiliğin etkisi ekonomik, kültürel, yönetimsel, sosyal ve teknolojik boyutlarıyla araştırma bulguları olarak aktarılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Önemi

Dijital oyun sektörünün ekonomik anlamda büyümesi ve elektronik spor adında yeni bir kavram ortaya çıkarması üzerine kapitalizmin sunmuş olduğu ortamdan faydalanan bir

endüstri oluşması sonucu insanların da talepleri doğrultusunda bu kavramların literatüre kazandırılması ve insanların doğru uygulamalarla, bilgilerle, çalışmalarla yönlendirilmesi konusunda katkı sağlaması amaçlanmıştır. Bu etkilerin, çalışmalar arttıkça ve zaman geçtikçe daha fazla insanı sadece internet üzerinden edinilen bilgilerle değil aynı zamanda bilimsel doğrultuda da yönlendirmek gibi geri dönüşü olabileceği öngörülmektedir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Oyun

Oyun; kendiliğinden ortaya çıkan, hedefi olmayan, mutluluk veren serbest bir aktivite olarak tanımlanmaktadır. Oyunda zaman ve mekân kendini sınırlar, oyun, düzenli gelişim aşamaları gösterir, deneyimler tekrarlanır, kendiliğinden ortaya çıkar, duyu organlarında, sinirlerde, kaslarda, zihinsel düzeyde oluşur. Bu özelliklerine bakıldığı zaman oyun karmaşık bir insan davranışıdır. Dinamik bir süreçtir, ilgi ve eğlenceyi içerir (Özdoğan, 1997).

İnsanoğlu önce kendisiyle; eli ya da ayak parmaklarıyla oynar, daha sonra arkadaşlarıyla, en sonunda da ilişki ve iletişim içinde olduğu tüm bireylerle oynamaya devam eder. Bu etkinlik, tüm bir yaşam boyu sürüp gider. Friedrich Schiller, bu olguyu "İnsan, yalnızca oynadığı zaman tam bir insan varlığıdır." sözüyle özetlemiştir (Nutku, 1998).

Ontolojik açıdan bakıldığında oyunun çok genel bir tanımlama olduğu, hayatın birçok alanında farklı oyun türleriyle karşılaşıldığı görülmektedir. Oyunu "oyun" yapan bazı ortaklıkların olduğu görülmektedir. Bu ortaklıklar Wittgenstein'ın belirttiği gibi başından sonuna kadar süren bir ortaklık olmayabilir fakat oyun tanımlamasını yapabilmek için bazı benzerliklere ihtiyaç vardır. Ontolojik ikilemlerden yola çıkarak, Platon'a göre oyun kavramı, taklit ve kukla kavramlarıyla değerlendirilir. Ona göre insan, Tanrı'nın kuklasıdır ve oyunbaz biçimde "ideali" taklit ederek kendine egemen olur ve bu, erdemli yurttaş olmanın yoludur. Schiller'e göre oyun, insanın duyusal ve akıl güdüsünü birleştiren bir unsurdur. Nietzsche ise Apollon ve Dionysos arasındaki çatışmadan hareketle oyunun çatışmacı ve mücadeleci yönüne dikkat çekmektedir (Dursun, 2014).

Huizinga'ya göre; oyun, kültürden çok daha eskidir. İnsanlar daha oyunun tanımını ortaya çıkarmamışken hayvanlar kendi aralarında aynı insanlar gibi içgüdüsel olarak oyun oynuyorlardı. Sadece yavru köpeklerin zıplama, sıçramalarına bakarak onların nasıl oyun oynadıklarına bakabileceğimizi örneklemiştir. Klasik oyun tanımlamalarının hepsinin oyunla ilgili olmayan şeylere hizmet ettiğini söyler. Kendi tanımlamasında oyun kavramı ile kültür kavramını bütünleştirmeye çalışır. Oyun-kültür ikilisinde oyunu önceler; oyun kültüre dönüşmemiştir aksine başından itibaren kültür, oyun niteliği taşır ve oynanan bir

şeydir. “Çocukluktan uygarlığın en yüksek başarılarına kadar, gerek bireysel gerekse toplumsal hayatta mükemmelliğe yönelik en güçlü güdülerden biri insanın üstünlüğünden ötürü övülme ve saygı görme isteğidir.” (Huizinga, Nature and Significance of Play as Cultural Phenomenon, 1998).

Fransız sosyolog Roger Caillois İnsan, Oynamak ve Oyunlar adlı kitabında; oyunların ciddi olmamaları gerektiğini anlatmaktadır. Aynı zamanda oyunların oyuncuları tamamen içlerine çekmesi, çıkar amacı olmaması, belirli kurallar dâhilinde kendi sınırları ve zamanları içinde gerçekleşiyor olmaları ve gündelik hayatın dışında kalmaları gerektiğini savunur. Caillois oyunları içeriklerine göre kategorize etmeye çalışmıştır (Ethicist, 2013).

- ✓ Agon (yarışma): güreş, koşu yarışı

  boks, bilardo, satranç, futbol, dama
  Spor müsabakaları

- ✓ Alea (şans oyunu): yazı-tura, zar

  rulet, kumar oynamak
  çekilişler

- ✓ Mimicry (taklit): çocuk oyunları, illüzyon numaraları, maske takmak, gizlenmek

  tiyatro oyunları

- ✓ Ilinx(baş döndürücü): kendi etrafında dönmek, ata binmek, sallanmak, dans etmek

  İp cambazlığı, kayak yapmak, dağcılık

Caillois, oyun biçimlerinin iki uç arasında gerçekleştiğini belirtiyor.

Paida (çocuk oyunları): şamata, heyecan, ölçüsüz kahkaha

Ludus (yarışma,antrenman): uçurtma, bulmacalar

Akın'a göre ilkel insanlar etraflarında gördüklerini taklit ederek, olayları çeşitli yöntemlerle veya hareketlerle birbirlerine aktararak aslında farkında olmadan oyunu keşfetmişilerdir. İlkel çağlarda hayvan avlayan insanlar, avlarını nasıl avladıklarını hem kendilerinin hem de avlarının yaptığı hareketleri taklit ederek diğer insanlara anlatmaya çalışmıştır. İçgüdüsel olarak gelişen bu yetenek aslında insanların vahşi doğada hayatta kalmasını sağlamıştır. Sonraki dönemlerde sırrını çözemedikleri doğal olaylar karşısında çeşitli eylemlerde, inanışlarda, yorumlamalarda bulunmuşlardır. Gündüzlerin ardından gelen gece, şiddetli yağmur, gök gürültüsü, kasırga insanları korkutmuş, gündüzün hemen olmasını, yağmurun, gök gürültüsünün ve kasırganın bir an önce son bulması için bilinçsiz hareketler yapmışlardır. Aslında kendilerini korumak adına düşünmeden yaptıkları bu eylemler zaman geçtikçe yerini bilinçli yapılan ruhani törenlere dönüştürmüş ve oyun bu aşamada kültürel bir özellik kazanmıştır (Akın, 2008). Günümüzde bu düşünce ne kadar anlamsız gözükse de çağın gerektirdiği şekilde daha önce tanımlanmamış olaylarla karşılaşmış olan insanların hareketleri, düşünceleri, hissiyatları henüz keşfetmeye başladıkları dünyanın şu anki şeklini almasında, olayların tanımlanmasında rol oynamıştır.

Huizinga'ya göre oyun: "Özgürce razı olunan ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizatihi bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile 'alışılmış hayat' tan 'başka türlü olmak' bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir." (Kılıçbay, 2017) Özel bir toplumsal işlev olarak oyunun özelliklerinden bahseder:

- Oyun özgürlüktür, özgürce oynanır.

- Oyun gerçek hayat değildir, gerçek hayatın dışına çıkılarak ona özgü doğaya dâhil olunur.

- Oyun 'ciddiyet olmayandır', bu oyunun ciddi bir iş olmadığı anlamına gelmez, bilinçli olarak sıradan hayatın dışında durur.

- Oyun doğası gereği değişkendir, herhangi bir nedenle durdurulmasıyla büyüsü bozulabilir, kurallar ihlal edilebilir, sona erebilir.

- Oyun fonksiyoneldir, birey ve toplum için ihtiyaçtır.

- Kendi akışına sahip yalıtılmıştır ve sınırları vardır.

- Tekrarlanabilir.

- Oyundaki gerilim unsuru belirsizliğe yol açar, rekabet oyunu kızıştırır.

- Kuralları bağlayıcı ve kendine içkindir (Kemiksiz, 2019).

Oyunun tam anlamıyla oyun olabilmesi için özgür, dolaysız, çıkar dışı ve kaynaştırıcı nitelikte olması gerekir. Modern toplumlarda ise oyun, ticarileşmiştir. Huizinga oyunun bir iş (business) olmasına karşı çıkar. Ehrmann, Huizinga'nın oyunu yaşanan dış gerçeklikten soyutlama fikrine karşı çıkar. Oyunun; kültür ve gerçeklik ile birbirleriyle bağlantılı olduğunu, karşılıklı etkileşim içinde olduğunu savunur (Karahisar, 2013).

2.1.1. Oyun türleri

Mitchell ve Mason tarafından araştırılan oyunların içeriğinin sınıflandırılması 3 gruba ayrılarak tanımlanmıştır (Cengiz, 1998):

1. Motor etkinlikler

2. Duyusal etkinlikler

3. Zihinsel etkinlikler

Yine Mitchell ve Mason'a göre oyunlar 4 grupta incelemektedir:

1.Temel oyunlar

2. Kişisel savaşırnlar

3. Takım oyunları

4.Zilrinsel yazışmalar

Bu çalışmada elde edilen sınıflandırmaya göre oyunun içeriğinin ve yapısının temel alındığı görülmektedir. Gross ise oyun içeriğini tanımlarken:

1. Duyusal oyunlar (ıslık çalma)

2. Motor oyunlar (taş oyunu, koşmak vb.)

3. Entelektüel oyunlar (imgeleme ve merakı kullanan oyunlar)

4. Duyguyla ilgili oyunlar:

    a. Deneysel oyunlar veya genel fonksiyonlu oyunlar,

    b. Özel fonksiyonlu oyunlar (kavga etme, kovalama, sosyal fonksiyonlu oyunlar, taklit oyunları) olarak bahsetmiştir (Cengiz, 1998).

Kim, 2001 yılında Teknoloji ve Dizayn Dergisinde yayınladığı Kid's Garden makalesinde oyunun kendi içerisinde beş türe ayrıldığını açıklamıştır. Bunlar; Motor fiziksel oyunlar, sayısal oyunlar, yapısal oyunlar, düşsel oyunlar ve kurallı oyunlardır (Akın, 2008).

<u>Motor-fiziksel oyunlar</u>

- Koşmak
- Zıplamak
- Tırmanmak
- Top oynamak

<u>Sayısal oyunlar</u>

• Karşılıklı hikâyeler anlatmak

• Pul, kitap gibi nesnelerin değiş tokuşunu yapmak

• Sessiz sinema, taklit gibi oyunlar bu kategoride sayılabilecek tür oyunlardır.

Yapısal (inşa etme üzerine kurulu) oyunlar

• Bloklarla kuleler

• Şehirler inşa etmek

• Kumla oynamak

• Kaldırım üzerine tebeşirle çizgiler çizmek gibi oyunlardır.

Düşsel-hayali oyunlar

• Kovboyculuk

• Evcilik

• Hırsız-polis

• Korsancılık gibi belli rollerin benimsendiği ve her çocuğun kendi rolünü oynadığı türde oyunlar bu kapsam içerisinde değerlendirilebilir.

Kurallı oyunlar

Herkesin uyması gereken ortak kuralların olduğu oyunlar oynatılarak, hayat kuralları olduğunu ve üretken bir şekilde yaşanabilinmesi için herkesin bunlara uyma gerektiğini bireylere anlatan oyunlardır.

Dijital oyunlar, video oyunları, bilgisayar oyunları

Yükçü ve Kaplanoğlu dijital oyunu tanımlarken; Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlüğü ’ne göre dijital ve oyun kelimelerinin tanımlarını ele almışlardır. Bu iki tanımla birlikte dijital oyunun; yetenek ve zekâyı geliştirdiğini, belli kuralları olduğunu, iyi vakit geçirmeye yarayan bir eğlence olduğunu, sayısallaşmış bir ekran üzerine yansıtılan oyun türü olduğunu belirten bir tanım ortaya çıkarmışlardır (Yükçü & Kaplanoğlu, 2017). Birçok yönden oyunu ve dijitali kapsayan bu tanım aslında diğer dijital oyun tanımlarıyla

tamamen bağlantılıdır. Dijital olması yönünden teknolojik ve sayısal olduğunu, oyunun doğası gereği farklı düşünebilme ve yetenekleri kullanmayı gerektiren durumların olmasından ötürü de zekâ ve yeteneğe etki edeceğini, kurallarla oynandığı için sınırlarının çizildiğini, eğlencelik olduğu için de iyi vakit geçirme aracı olduğunu betimlemişlerdir.

Melih Baş bir köşe yazısında oyundan bahsederken; Huizinga'nın oyun tanımından yola çıkarak, oyunun serbestçe kabul edildiği ancak buna karşın kurallara göre belli bir alan ve zamanda olduğunu, gerilim ve eğlence duygularına hitap ettiğini, gerçek yaşamdan farklı olduğunu belirtmiştir. Aynı köşe yazısında Ludoloji'ye (Oyunbilim) de değinen Baş, kültürel üretim ve tüketim alanı olan dijital oyunların incelendiği disiplin olarak bu tanımdan bahsetmiştir (Baş, 2017).

Özbıçakçı'ya göre Ludoloji, oyunların eleştirel bir şekilde incelenmesi ile ilgilenen bir disiplindir. Bu disiplin sadece oyunları incelemekle, analiz etmekle değil aynı zamanda oyunların toplumsal etkisi üzerinde oluşturduğu etkiyi de incelemektedir (Özbıçakçı, 2016). Yazıcı ise bu tanıma, sosyoloji kavramını da eklemiş ve oyun kavramının farklı kültürlerden insanları bir araya getirmesinden ötürü her yaklaşımın farklılıklar getirebileceğine değinmiştir (Yazıcı, 2018).

Farklılıklar aslında oyun kavramının zenginliklerini ifade etmektedir. Özellikle oyunlar üzerinde son yıllarda Asya kıtasından olan oyuncuların kendi stratejilerini belirleyip turnuvalarda sergilemeleri, dijital oyunların oynanışına etki etmektedir. Bu baskın bir gözlem olmakla beraber diğer bölgelerdeki oyuncular da kendi tarzlarını oluşturmaya başlamış ve Asya ülkeleriyle kıyasıya yarış haline girmişlerdir. Ortaya çıkan bir oyunun birçok farklı ırktan, bölgeden insanı bir araya getirmesi ve sürekli değişime açık olması, sosyal ve kültürel farklılıkların oyunun gidişatını nasıl etkileyebileceğini de, oyunlardaki kavramların, oynanışların (meta), stratejilerin sıklıkla değişebileceğini yıllar içinde ispat edebilme becerisi göstermiştir.

Video oyunları, bilgisayar oyunları veya dijital oyunlar olarak birbirlerinin yerine kullanılabilecek isimlere sahiptir keza Pala ve Erdem de dijital oyunları tanımlarken bu ortak noktaya ulaşmıştır (Pala & Erdem, 2011). Dijital oyun denildiğinde tüm bu kavramlar anlaşılabilmektedir. Argan ise dijital oyunları tanımalarken, bir video göstericisi

veya televizyon ekranında resimleri hareket ettirerek oynanan elektronik ve bilgisayar oyunu olduğuna değinmiştir (Argan, Eğlence Pazarlaması, 2007).

Bir diğer tanımda ise dijital spor; teknoloji ve bilişim çağının gelişmesiyle birlikte insan yaşamının vazgeçilmez parçası olmasından dolayı spor kavramının da bu gelişimden etkilenmesi ile alakalıdır. Bilgisayar ve video oyunlarının, günümüzde boş zaman aktivitesi olarak çok fazla yer aldığı etkinlikler olması, özellikle genç yaştaki insanların sosyalleşme alanı haline gelmesinde etken olmuştur. "Dijital oyun temelli öğrenme" terimi de bu etkileşim sayesinde ortaya çıkmıştır. (Esentaş, Güzel, & Vural, 2018).

Dijital oyunlar dünyadaki büyük ekonomilerde gelir yaratma bakımından olumlu karşılandığı için hem kamu hem de büyük yatırımcılar tarafından gün geçtikçe daha da fazla ilgi görmektedir. İş dünyasında amaç iyi kazanç elde edilebilecek potansiyel pazardan olabilecek minimum yatırım ile optimum kar elde etmektir. Bu sektörün her gün daha da gelişmesi yüksek sermayeli otoriteleri bu alana daha fazla yatırım yapmaya teşvik etmektedir. Teknolojinin gelişiyor olması ve dijital oyunların teknolojiyle iç içe olması paralel olarak kazan-kazan durumunu oluşturmaktadır. Dünyanın küreselleşmesi ve dijital bir köy haline gelmesi de yatırımların aktarılmasını daha da cazip kılmaktadır. Oyun tasarımcıları, ses ekibi çalışanları, programlama yapanlar, sanat ekibinde yer alanlar bu sektörün beşer kısmı iken; oyun konsolları, bilgisayar bileşenleri, donanım parçaları (ekran kartı, ana kart, ses kartı, işlemci, ram, güç kaynağı gibi) da teknik yani makineleşme kısmıdır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016). İki ana bileşene sahip olması dijital oyunların alt dallarının da her birinin ayrı ayrı ekonomilerinin olduğunu göstermektedir. Bu bileşenlerin her birine farklı yatırımlar yapılmaktadır ve her dal kendi içinde istihdam oluşturmaktadır. Ayrıca yazılımcılar tarafından ortaya çıkartılan oyunların evrenlerinin büyüklüğü, ayrıntısı, gerçekçiliği arttıkça donanım bileşenlerinin de gelişmesi gerekmektedir. Bu iki dal da birbirine paralel olarak gelişmektedir ve bu alana ilgisi olan insanlar sıklıkla yeni oyun oynamak istediklerinde bilgisayar veya konsollarına yeni parçalar eklemek için satın alma yoluna gitmektedir. Ekonomideki döngüsü bu şekilde üretim yapan ülke ve kişilere yansımaktadır. Çok hızlı tüketildiği için de gelişimin de çok hızlı olması beklenmektedir. Bu donanım bileşenleri; sadece bilgisayarı, oyun konsollarını değil tablet ve akıllı cep telefonları da kapsamaktadır. Çok popüler bir mobil oyunu oynayabilmek için neredeyse en çok 2 yaşında bir akılı telefon kullanılacak duruma gelinmiştir. Buradaki yansıma da telefon üreticilerine kaymaktadır.

Fresca'ya göre dijital oyun veya video game; bilgisayara bağlı olarak fotoğraf, resim ya da video üzerine işlenmiş elektronik platform üzerinde internet vasıtasıyla bir veya daha çok kişinin beraber kullandığı eğlence yazılımıdır. (Fresca, 2010). Video oyunlarda ideolojinin rolü geleneksel medyada olduğundan daha karmaşıktır çünkü video oyunları sadece eylemleri temsil etmekle kalmaz, aynı zamanda davranış kurallarına da örnek teşkil eder.

Video oyunu, kullanıcılarının sanal bir ara yüz ile platformla etkileşime geçip görsel geri bildirimler alarak elektronik ortamda gerçekleştirdiği eğlence amaçlı faaliyetleri ifade eder. Sözü edilen bu oyunlar, platform veya sistem adı verilen elektronik bileşenler üzerinden çalıştırılmaktadır. Platformlardaki çeşitlilik, kullanımdaki amaç ve üreten firmaya kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Platform veya sistemler, oyun literatüründe sıklıkla kişisel bilgisayarlara, oyun konsollarına, akıllı telefon veya tabletlere karşılık gelmektedir. Kişisel bilgisayarlarda ise, oyunlar büyük çoğunluğu Microsoft'un Windows işletim sistemi üzerinden çalışmak üzere programlanmaktadır. Mobil platformlarda ise, oyunların Google'ın Android ve Apple'ın IOS yazılımları üzerinde çalışacak şekilde programlanmaktadır. Mobil platformlarda Android ve IOS dışında da işletim sistemleri bulunmasına rağmen piyasada pek popüler değildirler. Önceki dönemlerde Finlandiya cep telefonu markası Nokia telefonlarında bulunan oyunlarda ise Java ve Symbian programları kullanılmaktaydı.

Eğlence amaçlı elektronik cihazların ilk ürünleri, 1947 ve 1948 yılları arasında görülmeye başlanmıştır. "Cathode ray tube" adlı cihaz, eğlence amaçlı kullanılan ilk elektronik cihaz olarak kabul edilmektedir. Oyun konsollarının ilk örnekleri ise, 1950'ler ve 1960'lı yıllarda görülmeye başlamıştır. 1972 yılında ise, "Magnavox" adlı cihaz, televizyona bağlanabilen ilk ev oyun konsolu olarak piyasaya sürülmüştür. Yine 1972 yılında "Pong" adlı cihaz Atari firması tarafından piyasaya sürülerek büyük bir etki yaratmıştır ve bu cihazın kopyası birçok konsol rakip firmalar tarafından üretilmeye başlanmıştır. Oyun sektöründe yaşanan gelişmelere bağlı olarak sektör 1983 yılında Amerika'da "Oyun Konsollarının Düşüşüne" kadar büyümeye devam etmiştir.

3,2 milyar dolar gelir hacmine sahip olan sektör 1983 bu rakama ulaşmışken, 1985 yılında çok büyük bir ivme kaybetmiştir. %97 oranında düşüp 100 milyon dolarlık gelir hacmine ulaşmıştır. Bunun sebebi sektörün kendini geliştirememesi ve sürekli aynı hizmeti kullanıcılara sunmasıdır. Bu yüzden ikinci nesil konsollar piyasaya çıkmaya başlamıştır.

Amerika'daki pazarda yerini alan Nintendo firması, video oyun sektörünün geleceğine de büyük etki etmiştir. O dönemde satış rekorları kırmış ve sektörü tekrar canlı tutmuştur. Diğer ikinci nesil oyun konsollarından Atari 2600 ve Fairchild Chane, renkli ekranlarda oynama imkânını sunduğu için teknoloji ile video oyunların gelişiminin beraberliğini göstermiştir.

1983 yılında üçüncü nesil olan "Nes (Nintendo Entertainment System)" oyun cihazları üretilmeye başlamış ve 1990'lı yıllarda da dördüncü nesil cihazlar gelişmiştir. Joystick ve renkli görsel seçeneği ile önce atari salonlarında sonrasında bireysel zevklerini tatmin etmek isteyen oyun severler tarafından hanelere büyük ilgi görmüştür. Beşinci nesil ortaya çıktığında da üç boyutlu grafikler ile görsel anlamda daha dikkat çekici oyunlar tasarlanmaya başlamıştır. Sony'nin, Play Station oyun konsolunu piyasaya sürmesi video oyun sektörünü ileri boyuta taşımada en önemli adımlardan biri olmuştur. Günümüzde bile hâlâ gelişimini devam ettiren ve oyun konsolu almak isteyenlerin düşüncesinde ilk sırada yer alması hem marka değerinin hem de kalitenin göstergesi olarak kendini göstermektedir. Oyun konsolu dendiğinde akla ilk olarak Play Station isminin gelmesi de aslında ürünün oyun dünyasında ne kadar önemli bir yerde olduğunu ispatlamaktadır. Ebeveynlerin çocuklarına oyun oynamaları için aldığı bu ürünler bir süre sonra çocuk ve gençlere ek olarak yetişkinler tarafından da talep görmeye başlamıştır. Başlarda cihazlara küçük ekler olması ürünlerin gelişimi olarak piyasaya çıkarken, son zamanlarda bu konsollar daha büyük çaplı değişiklikler yaparak ön plana çıkmaya başlamıştır. Sony Play Station, Microsoft Xbox One ile kıyasıya rekabet içindedir ve bu iki marka da yıllar geçtikçe kendilerini geliştirmeye devam etmektedir. Prensipte ve görünüşte neredeyse tamamen aynı olan bu iki konsol içerik, yazılım olarak farklılık göstererek satışlarını artırma peşindedirler. Özellikle nano-teknolojinin gelişmesi her iki markanın da daha farklı yazılım, ürün, grafik sunmasına olanak sağlamıştır. Televizyon yayınlarını aktarması, bilgisayardaki dizi, film izlenebilecek platformları barındırması, sosyal medya uygulamalarını çalıştırması, müzik dinleme özelliği, sesli ve görüntülü sohbet edebilme ve bunun gibi birçok farklı özelliğe sahip olması, ürünün daha geniş kesimlere ulaşmasını sağlamıştır. Bunların dışında akıllı telefon, bilgisayar, konsol, tablet gibi cihazlarla birçok insan bir oyun oynama aracına sahip hale gelmiştir (Gül, Kızılırmak, Yardı, & Güler, 2017).

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı 2017 Çalıştay Raporu verilerine göre ülkemizde dijital oyun oynayan kişi sayısı 30 milyona yakındır ve oyun sektörünün gelir hacmi 700 milyon dolar civarlarındadır. Bu endüstrinin yıllık büyüme oranı %16-18 arasında değişmekte olup en az 7 milyon insanın oyuncu veya izleyici olarak dijital oyun ortamında yer aldığı belirtilmiştir. Dünyada popüler olan oyun markalarının ortaya çıkardığı rekabetçi içerikler gün geçtikçe daha çok kitlelere ulaşmaktadır ve kişiler bu platformlardaki oyunları bir yandan izlerken bir yandan da izlemektedir. Bu da hem oyun hem de medya kanallarının gelişmesine etki etmektedir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017).

2.2. E-spor Kavramı

Birçok farklı kaynak tarafından farklı şekilde yorumlanmış olmasına rağmen aynı paydada bir araya gelebilmiş olan e-spor, tanım olarak çeşitli türlerde literatürde yerini almıştır. Sektörün henüz yeni olması ve akademik çalışmaların geleneksel sporlara nazaran çok daha az olması çeşitliliğin fazla olmasına sebep olmuştur ancak bu çeşitlilik veya farklılık bir olumsuz taraf değil, aksine zenginliktir. Hem dünya ekonomilerinde, hem spor organizasyonlarında, hem medya alanında, hem sponsorlukların yarıştırılmasında, hem de literatürde gün geçtikçe daha fazla yer alan elektronik spor kavramı gelecekle ilgili beklentilerin yüksek olması ve sermayedarların yatırımlarını bu alana aktarmasını sağlamaktadır.

2.2.1. E-spor ile ilgili tanımlar

Takım veya bireysel olarak farklı içeriklerde ve oyun dallarında, refleks, el-göz koordinasyonu, kaynak yönetimi, milisaniye içinde karar verebilme gibi yeteneklerin ortaya çıktığı dijital rekabetçi ortamlardır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017).

Argan, Özer ve Akın'a göre elektronik spor; teknolojide meydana gelen olağanüstü gelişmelerin sporu da etkilemesi sonucu ortaya çıkan, fizik sel ve zihinsel özelliklere sahip, bilgisayar vasıtasıyla sanal ortamda icra edilen, bireysel veya takımlar halinde uygulanan bir eğlence türüdür (Argan, Özer, & Akın, 2006).

Taşkıran'a göre çeşitli şekillerde tanımlanan e-spor, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın raporuna göre "sporun yeni formu" olarak nitelendirildiğini belirtmiştir (Taşkıran, 2019).

Bunun sebebi geleneksel sporlardan tamamen farklı olarak kullanılan platformun sanal olması, tamamen teknolojiyle icra edilmesi, kendi doğasına has araç ve gereci olması, uygulanırken devasa tesislere ihtiyaç duymamasıdır.

Burak Şengüloğlu e-sporu; sanal ortamda gerçekleştirilen, zekâ, çeviklik, tecrübe, yetenek, pratiklik gerektiren, bireysel veya takımlar halinde uygulanan bir spor dalı olarak tanımlamıştır (Şengüloğlu, 2017).

Bir diğer tanımda ise karşılaştırma mevcuttur. Elektronik sporlardaki reaksiyon zamanının okçuluktakine, ani refleks hareketlerinin beysboldaki refleks hareketlerine ve düşünmeyi fazlasıyla gerektirdiği için satranca benzediği savunulmuştur (Akın, 2008). Bu çeşitlilik aslında neredeyse birçok spor dalında bulunması gereken niteliklerdir ancak bir e-spor müsabakasında milisaniyelik kararlar, milyon dolarlık ödülleri belirlemektedir.

Riot Games Türkiye Müdürü Bora Koçyiğit Ajansspor'a verdiği röportajda, "En basit diliyle bazı bilgisayar oyunlarının profesyonel liglere katılan profesyonel oyuncular ile oynanmasıdır. Bir oyunun e-spor olabilmesi için profesyonel lig olması gerekiyor. E-spor ile normal oyunlar arasındaki farkı şöyle anlatabiliriz. Halı sahada oynanan bir futbol var bir de Süper Lig'de oynanan futbol var. E-spor oyunların Süper Lig hali diyebiliriz. Bir başka deyişle E-spor, oyunların profesyonel sahnesi..." diyerek e-sporu tanımlamıştır (Espor Nedir? Bora Koçyiğit Anlattı!, 2017).

Spor, fiziksel ve zihinsel sağlığı korumak ve geliştirmek, sosyal ilişkiler kurmak, eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek veya yarışmalarda mücadele ederek kazanmak amacıyla organize ya da plansız olarak yapılan fiziksel aktivitenin her türlü şeklini ifade eder (Mevzuat, 27). Sporun tanımına da bakılacak olursa müsabaka gerektirmesi, bir ödülü olması, kuralları olması ve profesyonellik içermesi gibi unsurların olmasından ötürü bu unsurların sanal ortama uygulanması da elektronik sporu oluşturmuştur.

Bu tanımlardan yola çıkarak ortak bir paydaya ulaşmak istenirse aslında e-spor; geleneksel sporların, dijital ortamda yaratılmış evren ve bu evrendeki karakterlerin, oyun haline getirildikten sonra ilk önce eğlence olarak insanlara aktarılması ve sonrasında bu eğlencenin rekabete dayalı sistemler halinde yarışmalara, turnuvalara; bilgisayar parçaları, para, kupa, madalya ve en son prestij olarak ödüllendirilmesi aşamasına gelmesi, ayrıca el-

göz koordinasyonu, milisaniyelik zaman diliminde hızlı karar verebilme becerisi, anlık refleks ve strateji geliştirme, kaynak yönetimi, mevcut evreni kullanma gibi konularda insanların kendi sınırlarını aşmaya çalıştıkları bir spor türüdür.

2.2.2. Dijital oyunların evrimi ve e-spor

Oyun kavramının teknoloji ile birlikte aynı paydada buluşması ve beraber gelişmesi sonucu ortaya çıkan dijital oyunlar, özellikle Amerika pazarındaki satışların fazlalaşması ve kitlelerden daha fazla talep görmesi üzerine birçok şirketin bu sektöre girmesini sağlamıştır. Atari bu şirketlerin başında yer almaktadır. Atari şirketinin kendi adıyla çıkardığı konsol oyun gereçlerinin çok fazla satılıp hanelere ulaşması sonucu da artık dijital oyunlar atari salonlarından öteye evlere kadar ulaşmıştır. Artık konsollara yeni oyunlar gelişmek, sonra konsolları geliştirmek ve o yeni konsollara da yeni oyunlar geliştirmek döngüsüne girilmiştir. Burada üretici firma sürekli mal üretiminde bulunurken, tüketici kitle de dijital oyunların gelişmesi üzerine sermayelerini bu harcama kalemine aktarmaya başlamıştır. Artık oluşan pazarda kar elde etmeyi amaçlayan işletmeler yani dijital oyun ve dijital oyun oynama aracı üreticileri ve dijital oyun oyuncuları yer almaktadır. Bu da ekonominin sürekli hareketlenmesini sağlamıştır. Dijital oyunlar eğlence amaçlı üretilip satılan bir eğlence aracıyken, dünyanın birçok ülkesinde kitleler tarafından gösterilen ilgi sonucu bir sektör oluşmaya başlamıştır.

Eğlence amaçlı üretilen dijital oyunlar başlarda atari salonlarında yer alırken sonraları hanelere girmiş ve bilgisayar, cep telefonu, tablet gibi cihazların üretilmesinden sonra eyaletlerden şehirlere, şehirlerden semtlere, semtlerden hanelere ulaşmıştır. Bireysele indirgenen oyunlar sayesinde insanlar internetin de icat edilmesinden sonra evlerinde oyun oynarken dünyanın öbür ucundan başka biriyle aynı ortamda bulunabilmektedirler. Bu da sosyal bir ortam, topluluk hatta Steam gibi dijital oyun satın alma platformlarında oluşturulan sanal alışverişlerin yapıldığı pazarın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu şekilde insanlar hem aynı ortamda oyun oynayabilmekte, hem sohbet edip tanışabilmekte, hem de alışveriş yapabilmektedirler. Dijitalleşmenin dünyayı küresel bir köy haline getirmesi, insanların aralarındaki sınırların kalkmasına ve bu şekilde etkileşimin daha da artmasına yol açmıştır.

Dijital oyunların eğlence için oynanırken, atari salonlarındaki konsollara skor tablosu (scoreboard) yerleştirilmesi sonucu artık rekabet kavramının da ortaya çıkması sağlanmıştır. Bunun sonucunda oyuncular hem kendileriyle, hem arkadaşlarıyla, hem diğer oyuncularla hem de konsolun kendisiyle yarışmaya başlamıştır. Yüksek skor hedefleyen rekabet ruhu ağır basan oyuncular daha fazla bu oyunlara vakit ve paralarını harcamakta ve günümüzdeki profesyonelleşme kavramının ilk adımlarını buralarda atmaktadırlar. 1981 yılında Steve Juraszek isimli genç, Defender isimli oyunda, 16 saatlik performanstan sonra 15 756 721 puan yaparak o zamana kadar yapılmış en yüksek skoru elde etmiştir. Bu rekor onun Time dergisinin kapağında yer almasını sağlamıştır (Akın, 2008).

Dijital oyunlar üretilmeye devam edildikçe yazılımcılar bu oyunlara rekabet modunu da eklemeye başlamışlardır. İnsanların rekabet duygusunu tetiklemek amaçlı geliştirilen bu modlar, günümüzde devasa stadyumlarda, ciddi miktarda ödüller sunan, milyonlarca kişi tarafından izlenen ve artık bir spor olarak kabul edilen dijital oyunların elektronik spora dönüşümünün önemli etkenlerindendir. Yetenek, strateji, el-göz koordinasyonu, taktik ve teknik gibi parametreleri oyunlarda başarıyla kullanabilen kişiler kısa zamanda oynadıkları oyun özelinde başarılı olmaya başlar ve bu başarı onların daha fazla bu oyunda vakit geçirmesine sebep olur. Bu döngüde çok geniş kitlelere hitap eden oyunlar için turnuvalar düzenlenmeye başlamıştır. Bu turnuvalar herkesin kazanmak için bir araya geldiği bireysel veya takımlı aktivitelerdir. Sonucunda ödül olması, rekabet olması, ciddi gayret sarf etmesi, teçhizat kullanımı, bir alanı-çevresinin olması gibi parametreler de spor ile örtüştüğü için, aynı zamanda izleyici ve yatırımcılar tarafından oldukça ilgi gördüğü için dijital oyunların elektronik sporlara dönüşmesi veya dijital oyunlardan elektronik spor kavramının çıkması kaçınılmaz olmuştur.

Bir dijital oyun; eğlenmek, kafa dağıtmak, boş zaman geçirmek için oynanabileceği gibi, yine aynı oyun rekabet koşullarını karşıladığı takdirde özelinde profesyonelleşilip, oyuncu olmaktan sporcu olmaya geçişi sağlayabilmekte hatta dünyaca ünlü turnuvalara katılabilme ve milli takımlar aracılığıyla ülkeleri temsil edebilme olanağı sunmaktadır.

2.2.3. Federasyonlaşma Süreci

Dünyada ilk defa 11 Ağustos 2008 yılında Güney Kore'de uluslararası bağlamda IeSF (International E-sports Federation – Uluslararası E-spor Federasyonu) kurulmuştur.

Günümüzde 47 üye ülkesi bulunmaktadır. Güney Kore'de kurulma sebebinin Starcraft oyununun Güney Kore vatandaşları ve Amerikan oyuncular tarafından çokça talep görmesi üzerine oyun kültürünün yaygınlaşması ve bu oyun temelinde ilk profesyonel turnuvanın yapılmış olması büyük rol oynamıştır. Ayrıca KeSPA adında Kore E-spor Federasyonu da yine ilk defa kurulan federasyon olup, e-sporun ve dijital oyun sektörünün geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu (TÜDOF), Türkiye'de oyun sektörünün kademeli olarak geliştirilmesi ve bu sahada ülkenin bölgede lider bir konuma yükselmesi, ülkede oyun kültürünün yaygın hâle getirilmesi gibi hedeflerle 2011 yılında Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı altında kurulan 61. federasyondur. Ancak, Eylül 2013'te Gelişmekte Olan Spor Branşları Federasyonu kapsamına alınarak lağvedilmiştir (Bakan Kılıç'tan iki federasyonu lağvetti, 2013). Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı Spor Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak kurulan Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu'nun başkanlığına, 2011 yılında ilk kez Mevlüt Dinç seçilmiştir. 2011-2013 yılları arasında başkanlık yapmıştır. TÜDOF Gelişmekte Olan Spor Branşları Federasyonu bünyesinde asbaşkanlık seviyesinde temsil edilmekteyken, 2018 yılında Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde TESFED adında kurulan federasyona dönüşmüştür. Elektronik sporların gelişimi, tanıtılması, oyun kültürünün yaygınlaşması için TÜDOF'a kıyasla daha nitelikli ve etkin bir örgüttür.

İnsanlar günlük rutinlerinden uzaklaşmak istediklerinde rahatlayabilecekleri, deşarj olabilecekleri, kendi yetenek, zevk ve tercihlerini keşfedebilecekleri aktiviteleri yapmaya yönelik eylemlerde bulunmaktadırlar. Bunlar her insan için farklı aktiviteler olmakla beraber bu aktivitelerin çeşitliliğinin olması da insanların belli kalıplar içinde kalmamasını sağlamaktadır. Yıllarca boş zaman değerlendirilmesi dile getirildiğinde akla ilk gelen aktiviteler; sinemaya, tiyatroya gitmek, kitap okumak, müzik dinlemek, yürüyüşe çıkmak, spor yapmak gibi eylemlerdir ancak teknolojinin hızla gelişmesi sonucu bu aktivitelerin de teknoloji ile birleştiği görülmektedir. Uygulamalar sayesinde bilgisayar, tablet ve akıllı cep telefonlarında sinema ve diziler izlenebiliyorken, e-kitap kavramı sayesinde birçok kitabın dosyalaşmış hali yine internetten bulunup bu cihazlar ile okunabilmektedir. Müzik dinlemek için de birçok uygulama üretilmiştir ve insanlar depolama sürücüleri ile binlerce sayıda şarkıya kolayca ulaşabilmektedir. Aynı zamanda spor kavramı da teknolojiden etkilenmiştir. İnsanlar sevdikleri sporlarla ilgili oyunları sanal ortamda

oynayabilmektedirler. Dijital oyunlar sayesinde futbol, basketbol, voleybol, tenis, Amerikan futbolu, buz hokeyi, kayak, golf gibi sporlara kolayca erişim sağlamaktadırlar. Oyunların gerçekçi ve bağlayıcı olması da insanların boş vakitlerinde daha çok vakit geçirmek için tercih ettikleri aktiviteler haline gelmesinde büyük rol oynamıştır. 2019 yılında İstanbul'da yapılan e-spor zirvesinde TESFED Başkanı Alper Afşin Özdemir; e-sporun farkındalığının arttığını, yapılan yatırımlar ve yetiştirilen e-sporcular, reklamlar ve yayınlar sayesinde e-sporun çok farklı bir yere geldiğini vurgularken, e-sporun geleneksel sporlardan farklı olduğuna da değinmiştir. E-sporun bu sporları zaten kendi bünyesinde bulundurduğunu ve federasyon olarak çağa ayak uydurup zamanla e-sporu büyüteceklerini dile getirmiştir (sportup, e-spor zirvesi, Esports.con İstanbul'da buluştu, 2019).

2.3. E-spor Tarihi ve Gelişimi

2.3.1. 1972-1989 Dönemi

Kitlelerin dijital oyunun popüler kültüre dâhil olmadan önceki eğlence araçlar kitaplar, filmler ve televizyonken dijital oyun teknolojisinin gelişmesi ile ekranda görünen görüntüyü kontrol etme ve değiştirebilme olanağı kitlelere verilmiştir (Sayılgan, 2012). Bilinen en eski video oyunu yarışması, 19 Ekim 1972'de Stanford Üniversitesi'nde Spacewar oyunu için yapılmıştır. Stanford öğrencileri, büyük ödülü Rolling Stone müzik dergisi için bir yıllık abonelik olan "Galaksiler arası uzay savaşı olimpiyatlarına" davet edilmiştir. Bruce Baumgart, her birinin tek kişi oynadığı beş kişilik turnuvayı ve Tovar ile Robert E. Maas ise Takım Yarışması'nı kazanmışlardır (Good, 2012). Atari tarafından 1980'de yapılan Space Invaders Şampiyonası, ABD genelinde 10 000'den fazla katılımcının ilgisini çeken ve popüler bir hobi olarak rekabetçi oyun yaratan ilk büyük ölçekli video oyunu yarışmasıdır.

1980 yılının yazında; Walter Day, Twin Galaxies adlı yüksek skor kayıt tutma organizasyonunu kurmuştur. Kuruluş, Guinness Rekorlar Kitabı gibi yayınlarla video oyunlarını tanıtmaya ve kayıtlarını yayınlamaya devam etmiş ve 1983 yılında ABD Ulusal Video Oyun Ekibi'ni oluşturmuştur. Ekip, Guinness Dünya Rekorları için "Video Game Masters" Turnuvasını sürdürmüş ve North American Video Game Challenge (Kuzey Amerika Video Oyunu Mücadeleleri) turnuvasına sponsor olmuştur (Wikipedia, 2018).

1970'ler ve 1980'ler boyunca, popüler web sitelerinde, Life ve Time da dâhil olmak üzere dergilerde video oyun oyuncuları ve turnuvaları yer almaya başladı. En tanınmış klasik arcade oyunu oyunculardan biri, Guinness Rekorlar Kitabı'nın 1985 sayısında Pac-Man ve Donkey Kong gibi altı oyunda rekor kıran Billy Mitchell'dir (Ramsey, 2009). Bu dönemde yayınlanan e-spor etkinlikleri arasında, 1982-1984 yılları arasında etkinlik göstermiş ve bu yarışmacının bir arcade oyunu üzerinde birbirlerinin yüksek puanlarını geçmeye çalıştıkları, toplam 133 bölüm yayınlayan Amerikan şovu Starcade verilebilir. Bir video oyunu turnuvası, "That's Incredible" adlı TV şovunun bir parçası olarak dâhil edilmiş ve turnuvalar 1982'deki Tron oyunu da dâhil olmak üzere çeşitli filmlerin serisinin parçası olarak gösterilmiştir.

1980'li yılların en popüler eğlence aktivite alanlarından biri atari salonları olarak kabul edilebilir. Burada jetonlar veya biletler satın alınıp, konsollardaki arcade diye tabir edilen oyunlar oynanıp, arkadaş veya orada fiziksel olarak bulunan kişilerle veya tek başına olan kişiler direkt oyunun kendisiyle mücadele girebilmektedir. Elektronik spor kavramının temeli aslında burada atılmıştır. Street Fighter tarzı dövüş oyunları veya araba/motor yarış oyunları gibi seçenekler arasından oyunlar seçilip, oradaki kişiler tarafından turnuvalar düzenlenir, kıyasıya rekabetlere girilirken aradan geçen 30 yıldan sonra bile insanlar hâlen dövüş/yarış oyunları izlemekte ve oynamakta, ancak bu aktiviteleri evlerinden oynayıp streaming (yayın akışı) platformlarından izlemektedirler (Şengüloğlu, 2017).

Rekabetçi oyunculuk neredeyse video oyunlarının çıkışından beri etrafta olan bir tür mücadele eylemidir. Oyunların sadece oynanıp, eğlenmek için değil aynı zamanda rekabetçi ruhun verdiği etkiyle kazanmak için de uğraş gösterilmesidir. İlk olarak çıkan arcade oyun makinaları bile oldukça heyecanlı mücadelelere ev sahipliği yapmıştır. Önceleri bu mücadeleler arkadaşlar arasında, genellikle oyun konsolundaki, cihazındaki en yüksek skoru geçmeye çalışmak şeklinde başlamış olsa da, organize turnuvaların ortaya çıkması çok uzun sürmemiştir. Atari, ilk video oyun turnuvasını 1980 yılında, Space Invaders Turnuvası'nı düzenleyerek gerçekleştirmiştir. Bu turnuvaya neredeyse 10 bin katılımcı dâhil olmuştu. Bu turnuva ve ardından gelen diğerleri, ileride e-spor olarak adlandırılacak etkinliklerin tohumlarını atmıştır (Toker, 2015).

1990'lı yıllara geldiğimizde arcade makinelerinde ve oyun konsollarında gerçekleştirilen turnuvalar artış göstermiştir. Artık Nintendo ve Blockbuster gibi firmalar dünya

şampiyonalarına sponsor olmaya başlamıştır. Rekabetçi oyunculuk öyle bir noktaya gelmiştir ki, bazı turnuvalar gençlere destek olmaya başlamıştır (Toker, 2015).

2.3.2. 1990-2000 Dönemi

1990'lu yıllarda PC (bilgisayar) oyunculuğunun yükselişi ile birlikte, ilk gerçek e-spor mücadeleleri de ortaya çıkmaya başlamıştır. 1997 yılında Red Annihilation adı altında düzenlenen "Quake" turnuvası, e-spor etkinliklerinin ilk gerçek etkinliği olarak kabul edilmektedir. Neredeyse 2000 katılımcıyı kendisine çeken turnuvanın ödülü ise, Quake'in baş tasarımcısı ve efsanevi oyun yazılımcısı John Carmack'ın sahibi olduğu Ferrari olarak belirlenmişti. Red Annihilation turnuvasından birkaç hafta sonra, ilk büyük oyun liglerinden birisi olan Cyberathlete Profesyonel Ligi (CPL) kurulmuştur Aynı yılın ilerleyen aylarında CPL ilk turnuvasını düzenlemiştir. Ertesi yıl ödül havuzlarını 15,000$ seviyesine yükseltmişlerdir. CPL'i ilerleyen dönemlerde başka ligler ve turnuvalar takip etmiştir (Toker, 2015).

Ardından meşhur FIFA ve Counter-Strike turnuvaları baş göstermeye başlamıştır. İstanbul'un Kadıköy ve Beşiktaş ilçelerinde, çeşitli internet kafelerde oyuncu ekipmanı ödüllü, para ve indirim çeki ödüllü turnuvalar düzenlenmiştir. Hatta kimi zaman izleyicilerle etkileşime de geçilmiştir. Ancak ne atari salonları, ne internet kafeler hiç bir zaman profesyonel e-spor müsabakalarına şahit olmamıştır. Yani en azından, ülkemizde League of Legends bir şeyler çabalayana kadar yapılanların hepsi amatör e-spordan olarak görülmektedir (Şengüloğlu, 2017). League of Legends oyunun sahibi Riot Games şirketi İstanbul'da açtığı ofis ile Türkiye'de e-spora ön ayak olmuştur denilebilir. Devletten hiçbir destek ve teşvik primi almadan sadece bir şube açması ve oyunu Türkçe yama olarak sunması, oyun karakterlerini Türk seslendirmenler ile süslemesi çok geniş bir kitleye hitap etmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu da diğer oyunlardan çok daha hızlı bir şekilde talep edilmesine, rağbet görmesine ve binlerden başlayıp milyonlarca çevrimiçi oyuncu kazanılmasına olanak sağlamıştır.

İnternet kavramının ortaya çıkması ve bununla birlikte yerel ağ kafelerinin oluşması bilgisayar oyunu oynayan kişi sayısının artmasına neden olmuştur. Kişi sayısının artması ile birlikte rekabet içeren oyun çeşitleri de aynı oranda gelişme göstermiştir. Rekabet

oyunlarının artması kişilerin oyuna olan ilgisini arttırarak elektronik spor kavramının gelişmesine neden olmuştur (Akın, 2008).

Her ülkede e-spor meşalesini yakan oyun, firma, takım ve ekip farklı olmuştur. Örneğin Fransa'da League of Legends bu meşaleyi tutuşturan oyunken, Rusya'da Moscow Five isimli bir e-spor kulübü, League of Legends, Valve ve yerel organizatörler olmuştur. Moscow Five Ruslardan kurulan bir Avrupa takımıydı. Avrupa'da elde ettikleri başarılar ülkelerinde de duyulup yayılmıştır. Bunun üzerine bir de League of Legends'in Rusya sunucusu açılmıştır. Dota 2 konusunda zaten en çok oyuncuya sahip 3 ülkeden birisi Rusya'dır (Şengüloğlu, 2017).

İlk dönemlerde FPS ve spor oyunlarının yanı sıra arcade stili oyunlar tercih ediliyordu. 90'lı yılların sonlarına doğru StarCraft: Brood War ile birlikte strateji türündeki oyunlar da e-spora giriş yapmıştır. Diğer oyunlar anlık yeteneklere ve hızlı reflekslere dayalı bir oynanış sunarken, strateji oyunları bunlara ek olarak uzun vadeli planlara ve dikkatli düşünmeye ihtiyaç duyuyordu. Bu özellikleriyle strateji oyunları modern zamanların satranç oyunu olarak kabul edilir hale gelmiştir. Star Craft'ın birbirinden farklı oynanış biçimlerine sahip ırklar arasında oturttuğu denge ve oyuncuların neredeyse sınırsız seçeneğe sahip olması, e-spor alanında vazgeçilmez isimlerden birisi olmasını sağlamıştır (Toker, 2015).

2.3.3. 2000 ve sonrası

Güney Kore'de e-Sporların büyümesinin, 1997 Asya finansal krizinden sonra geniş bant internet ağlarının kitlesel olarak yaygınlaşmasından etkilendiği düşünülmektedir. Aynı zamanda yüksek işsizlik oranının, birçok insanın çalışmadığı zamanlarda yapacakları şey aramasına da neden olduğu düşünülmektedir. Güney Kore'de e-Sporlardaki bu büyümenin nicel özelliği, Kore'de "PC bang" adı verilen internet kafe/LAN oyun merkezlerinin yaygınlığıdır. Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı'nın bir kolu olan Kore e-Spor Birliği (KesPA), 2000 yılında e-sporu ülkede teşvik etmek ve düzenlemek için kurulmuştur (Wikipedia, 2018).

Yeni milenyum ile birlikte popüler turnuvalar ve oyunlar sayesinde e-spor asıl halini almaya başlamıştır. 2000 yılında iki büyük uluslararası turnuva organizasyonu olan World

Cyber Games ve Electronic Sports World Cup kurulmuştur. Hala yıllık olarak turnuvalar düzenlemeye devam eden bu iki organizasyon, e-spor dünyasının önemli isimleri haline gelmiştir. 2002 yılında başlayan Major League Gaming (MLG), FPS oyunlarından strateji oyunlarına kadar birçok oyun türünde turnuvalar düzenlemiştir. Şu anda en büyük ve başarılı e-spor liglerinden biri olan MLG, ödüllerdeki eli açıklığı ile de tanınmaktadır. 2013 Kış Şampiyonası sırasında oyunculara 170 000$ civarında bir ödül havuzu sunmasını örnek gösterilebilir.

MLG aynı zamanda Kuzey Amerika'da televizyonda yayınlanan ilk turnuvayı da gerçekleştirmiştir. 2006 yılında Halo 2 seri maçları USA Network üzerinden canlı yayınlanmıştır, fakat bu yayınlar uzun vadede istenilen seyirciyi yakalayamamıştır. MLG turnuvaları, tıpkı çoğu e-spor turnuvasında olduğu gibi, internet üzerinden takip edilmektedir. 2012 yılında gerçekleştirilen bahar şampiyonası sırasında dört milyondan fazla izleyiciyi kendine çekmeyi başaran MLG, 2012 NBA All-Star maçı gibi "gerçek" spor etkinliklerini geride bırakmayı başarmıştır (Toker, 2015).

Türkiye'de; futbolda üç büyükler olarak tabir edilen spor kulüplerinin, League of Legends sahnesine resmen girişiyle birlikte, hali hazırda büyümesini sürdüren e-spor Türkiye'de de daha büyük bir kesimin ilgisini çekmeye başlamıştır. Fenerbahçe ve Galatasaray'ın 2017 itibariyle Türkiye Şampiyonluk Ligi'ne girişi, oyunların bu yönüyle daha önce karşılaşmamış birçok insanı e-spor ile tanıştırmıştır. E-spora tüm dünyada ve Türkiye'de yapılan yatırımların, daha hâlâ bebek adımlarını atan sektörün geleceğine dair büyük bir ışık tuttuğunu söylemek mümkündür. Futbol kulüplerinin sektöre girişi dışında Amerika ve Avrupa'da da büyük spor kulüpleri e-spor takımlarına yatırım yaparken, özellikle Kore ve Çin gibi ülkelerde e-sporun artık bir kültür olarak yer ettiği dikkat çekmektedir (eSpor nedir, 2017).

Günümüzde yeni nesil artan bir şekilde "geleneksel" sporlardan uzaklaşıp, kimi zaman çok daha rekabetçi, kimi zaman çok daha heyecanlı olabilen oyunların profesyonel dünyasına adım atmaktadır. Ödül havuzu 20 000 000 $'a kadar yükselebilen, Dünya Şampiyonası ismiyle düzenlenen büyük turnuvalarda anlık seyirci sayısı yüz milyonlara yaklaşırken, hem küresel, hem dijital, hem de dinamik ve genç bir kitle e-spor ile oldukça fazla vakit geçirmektedir (eSpor nedir, 2017).

2.3.4. Kuşak farklılıkları

X kuşağı, "1965-1979" yılları arasında doğanları kapsar. X kuşağını belirleyen en temel özellik, tüm dünyada yaşanan büyük siyasi ve ekonomik çalkantıları tecrübe etmiş olmalarıdır. Petrol krizleri, ekonomik çalkantılar, meşhur "68 kuşağı" ve bu kuşağın siyasi faaliyetleri de bu dönemi en iyi yansıtan olaylardan birkaçıdır. Aynı dönemde Türkiye'de ise, üniversite olayları ve sağ-sol çatışmaları yaşanmaktadır. Bu kuşak için, bir yandan ideolojik çatışmalar yaşanırken, diğer yanda teknolojik devrim yaşanır ve zorunlu olarak bu teknolojiyi öğrenmek durumunda kalırlar. Bu dönemde televizyonun hayatlara girmesiyle birlikte pop kültür yaygınlaşır. Bu kuşak insanları, toplumsal olaylara duyarlı, iş motivasyonları yüksek ve otoriteye saygılı olarak tanımlanmışlardır. Bu kuşak insanı için ilerleyen dönemlerde en zor olan şey, hızlı teknolojik ilerlemeye uyum sağlamak olmuştur (Baykan, 2019). İnsanlar iş hayatı kavramıyla birlikte kendilerinden önceki nesilleri de örnek alarak hayatlarını belli bir düzene oturmak amacıyla hareket ederler ve aslında kabaca tabirle; işe girme, evlenme ve hayat kurma kaygıları güderler. Riskten kaçınırlar, boş vakitlerini aileyle birlikte geçirmek için kullanırlar. Gelenekçi yapıya sahiptirler keza teknolojik ürün olan televizyonu bile aile fertleriyle bir araya gelip izlerler. Bunda teknolojik ürün çeşitliliğinin az olmasının da etkisi vardır. Boş vakitlerinde pikniğe giden, sinema ve tiyatroya giden, konserlere giden ve kitap okuyan, müzik dinleyen bir nesildir. Bunları sonraki kuşağa aktarırlar ve teknolojik çeşitlilikle birlikte Y kuşağı bu boş vakit değerlendirme yönelimlerini artık alternatif olarak kullanmaya başlar.

Y Kuşağı, 1980'le başlar 90'ların ortalarına kadar uzanır. Bu kuşak insanı, tüm dünyada siyasi, ekonomik ve teknolojik devrimlerin içine doğar ve tüm bunlarla birlikte büyür. Bu nedenle değişime en kolay uyum sağlayan kuşak olarak anılır. İnternet, bu dönemde hayatlara girer. Sanal dünyanın öncesini gören son nesil olma özelliğine sahip olan bu kuşakta internet kullanımı çok yaygındır. Y Kuşağı aynı zamanda "tüketim" ekonomisine en büyük katkıyı sağlayan kuşaktır. Bu kuşak özgürlüğüne düşkün olduğu için mesai saatlerine uyum sağlamakta zorlanır. Eğlence sektörünün geliştiği yıllarda doğan bu kuşağın "boş zaman" kültürü de oldukça gelişmiştir. İş hayatında gerektiğinde fazla mesailer harcayabilen bu nesil, öğrenmeyi sever ancak, sıkılgandır ve kolay iş değiştirebilmektedir (Baykan, 2019). X kuşağının aksine hayat kurma kavramının yerine anı yaşama düşüncesiyle hareket eden nesil denilebilir. İş ve teknolojik ürün çeşitliliği seçim alternatiflerini artırdığından daha çok kişisel faydasını gözetir ve aile kavramı yerine

daha bireyselleşmeye yönelirler. Aile ile geçirilecek boş zamanda da kişisel zevkler ön plana çıkmaktadır. İnternetin de bilgisayar kullanımının artması sonucunda daha dijital bir nesil şekillenmeye, temellerini atmaya başlamıştır. Özellikle yeni teknolojiye meraklı ebeveynlerin çocukları bu durumdan oldukça etkilenmekte ve bir sonraki kuşağa artık tamamen bu ilgiyi aktarabilmektedir. Canı istediğinde X kuşağı gibi sinema, tiyatro, konser, müze, pikniğe gidebilen; canı istediğinde bilgisayarda vakit geçirebilen, adeta 'hem X hem Z kuşağının bir hibritiymiş gibi' hareket edebilen özgürlüğüne düşkün bir nesildir. Boş vakitlerinde kendini geliştirmeye daha açıktır keza bununla bağlantılı olarak Karl Marx, "Boş zamanı olmayan, tüm yaşamı uyku, yemek ve benzeri şeylerin getirdiği fiziksel kesintiler dışında kapitalist için çalışmakla geçen kişi, yük hayvanından bile aşağıdır. Kendi dışına yönelik zenginlik üreten bir makinedir yalnızca." demiştir.

90'ların ikinci yarısından başlayarak 2000'leri kapsayan Z kuşağı, tamamen teknolojinin içine doğan nesildir. Bu yüzden bu dönemde doğanlar "internet kuşağı" olarak da anılır. Bu dönem insanının, yalnız yaşamaya daha yatkın olacağı öngörülür. Özgüveni yüksek olduğu düşünülen bu kuşak insanı için, ilerleyen zamanlarda iş hayatında oldukça yaratıcı olacağı, ancak iradesiz ve isteksiz bir çalışma içinde olabilecekleri düşünülmektedir (Baykan, 2019). Özgürlüğüne daha da düşkün ancak geleneklerinden daha da uzaklaşmış, üretmeye değil de tüketmeye daha yatkın, kısa sürede birçok işi aynı anda yapmaya kalkışabilecek riski almaktan korkmayan, iş yaşamı kavramıyla aile hayatı kurmak yerine çok çalışmadan geçimini kolay yoldan sağlamaya çalışma fikirleri üretmeye çalışan bir nesil denilebilir. Teknolojiye sonuna kadar hâkim, sosyal medya vasıtasıyla kitleler oluşturabilen hatta yöneten, yeri geldiğinde o teknolojiyi geliştirecek fikirler bulan bir yaş grubudur. Özellikle bilgisayar oyunlarının çeşitliliğinin artmasında büyük rol oynarlar ve bu artışın aynı zamanda pazarlama yönünde, ürün satın almada, uluslararası bağlamda yaymada yani globalleşmede birbirini tanımayan insanların bir araya gelip aynı dijital ortamda bulunmasıyla oluşturdukları kitleler haline gelmesinde olumlu katkıları bulunmuştur. Dünyada en çok izlenen sporun futbol olması ve ikinci sırada elektronik spor kavramının yer almasında yine en büyük rolü oynayan nesil Z kuşağıdır.

2010'dan itibaren ise, Alpha gibi yeni kuşak tanımlamaları yapılmaktadır. Bebek patlamasıyla başlatılan tüm bu "modern kuşaklar" kapitalist iş düzeni ve bununla birlikte gelen tüketim kültüründe bugün yaşayan insanları tanımlamak ve kategorize etmek için

ortaya konmuştur. Bu nedenle yaşadığımız çağın yalnızca bir kısmını anlatmaktadır (Baykan, 2019).

Elektronik sporlar bugün ağırlıklı olarak kişisel bilgisayarlardan, taşınabilir akıllı cihazlar üzerinden ve oyun konsolları üzerinden düzenlenebilmektedir. Her platformda öne çıkan farklı oyun türleri vardır. Her bir oyun türü farklı platformlara özgü içerikler sunmaktadır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017).

2.4. Elektronik Spor Türleri

Oyun türleri insanların yaratıcılık, yetenek, istek, zevklerine göre şekillenmiştir. Kitlelerin ve yapay zekânın kendini geliştirmesi sonucu birçok yeni oyun türünün geliştirilmiştir. Bunlardan kimi eğlence için kimi de rekabet yani spor adı altında oynamaktadır. Aşağıda bu türlerin genel bir taslağı açıklanmaya çalışılmıştır.

2.4.1. Dövüş oyunları

Ağırlıklı olarak bireysel olarak oynanan oyunlardır. İlgili oyunların ortalama yaş bariyeri +13 ila +18 arasında değişmektedir. Oyuncu belli bir dövüş disiplinini temsil eden seçtiği sanal karakterler ile diğer oyuncuların seçtiği diğer sanal karaktere üstün gelmeye çalışır. Yaygın olarak bir oyuncuya karşı bir oyuncu şeklinde oynanır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017). Özellikle Y kuşağının atari salonlarında oynadıkları oyunlar bu tarzdadır. Street Fighter, Mortal Kombat, Tekken gibi oyunlar bu türün öncüleri olarak kabul edilebilir. En eski ve en yaygın dövüş oyunlarıdır.

2.4.2. Birinci kişi atış oyunu (First person shooter)

Hem bireysel, hem de takım olarak oynanabilir. Oyuncu, dijital oyun ortamını sanal karakterin gözünden görmektedir. Genel olarak +18 üzeri yaş sınırı bulunmaktadır. Bu türdeki oyunlar askeri simülasyon gibi gerçekçi içeriklerden, fantastik dünyalara kadar geniş bir yelpazede içerik sunmaktadır. Refleks, hızlı karar verme, takım yönetimi gibi kaliteler bu türdeki oyunlarda başarı için gereklidir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017). Counter Strike bu oyunların atası olarak kabul edilmektedir ve hala fazlasıyla popüler ve kendini geliştiren bir oyundur. Bunun yanında savaş oyunları temalarıyla özellikle İkinci Dünya Savaşı'nı anlatan Medal of Honor, Call of Duty oyunları,

Battlefield, Heros and Generals, Days of War, Rising Storm gibi oyunlar oyuncuların oldukça ilgisini çekmiştir. Call of Duty serisi kendini sürekli geliştirmiş ve en çok satanlar listesinde her zaman yerini almıştır. Günümüzde Battle Royale oyun türünün gelişmesiyle birlikte Call of Duty: Modern Warfare serisi de bu türde kendini iddialı şekilde göstermektedir.

2.4.3. Gerçek zamanlı strateji

Bireysel ve takım halinde oynanabilmektedir. Bu tür oyunlarda oyuncular, verilen kaynakları doğru şekilde yöneterek ordu kurmaktadır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017). Kaynaklar oyunun evrenine göre değişim göstermekte; bazen taş, gümüş, altın gibi kaynaklar bazen ise mineral, gaz, asit gibi kaynaklar olabilmektedir. Bu kaynaklarla elde edilen ekonomi çerçevesinde kendi sınırları içinde bir devlet ve bir ordu kurulmaya çalışılmaktadır. Amaç rakibin ordusunu veya ekonomisini çökertmeye çalışmaktır. Bu türün en popüler oyunları; Warcraft, Age of Empires, Red Alert, Starcraft ve günümüzde popüler olan Civilization, Empire Total War gibi oyunlardır.

2.4.4. Spor oyunları

Geleneksel sporların dijitalleşmiş halleridir. Futbol, basketbol, tenis, Amerikan futbolu, hokey, bilardo, dart, Amerikan güreşi gibi spor alanları, ünlü oyun firmalarının ilgili spor dallarının federasyonlarıyla yaptığı lisans anlaşmaları, bu dallarda faaliyet gösteren ünlü takımların ya da sporcuların gerçekçi özellik ve nitelikleriyle birlikte sanal ortama taşınmasını sağlamıştır. Oyuncular sevdikleri veya destekledikleri takımları, sporcuları bu ortamda özgürce seçebilme lüksüne sahiptir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017). Bu türe örnek olarak; FIFA, NBA2K, UFC, Fight Night, Pro Evolution Soccer, MADDEN, NFL gibi oyunlar gösterilebilir.

Oyunlar gerçek ya da hayali sporları simüle eden yazılımlardır. Gerçek sporlara örnek olarak; 1972 yılında Atari şirketi vasıtasıyla piyasaya sürülen Pong isimli oyunun teması masa tenisidir. İsmi Ping-Pong'dan gelen oyunun, 1972 yılında 8000 adet ve 1975 yılında Arcade makinelerde (büyük konsollarda) 150.000 adet satmasından sonra evlerde oynanabilecek sürümü yayınlanmıştır ve video oyunları pazarının önemli gelirler sağlayabildiğini ispat ettiği için dijital oyun sektörünün başlangıcı olarak kabul

edilmektedir (About Pong). 1982 yılına gelindiğinde Amerikan şirketi Electronic Arts yani günümüzde de bilinen adıyla EA Sports kişisel bilgisayarlar ve video oyun konsolları için elektronik spor oyunlarının önde gelen geliştiricisi olmuştur. Öne çıkan spor başlıkları arasında; John Madden Football / Madden NFL 1988'den beri, PGA Tour / Tiger Woods PGA Tour / Rory McIlroy PGA Tour 1990'dan beri, NHL 1991'den beri, FIFA 1993'ten beri, NBA Live 1994'ten beri her yıl yazılımları, görselleri, dinamikleri, mekanikleri güncellenerek ve geliştirilerek piyasaya sürülen oyunlar olarak yer almaktadır.

2.4.5. Yarış oyunları

Araba tutkusu olan herkesin dikkatini çekmeyi başarabilmiş olan bu tür oyunlar popülerliğini her zaman sürdürmüştür. Gerek klavye ve fare ile gerekse direksiyon, pedal, vites seti ile simülasyon tarzı yarış oyunları oynanabilmekte, çok popüler oyunlardan biri olan tır sürme oyununda saatlerce vakit geçirilmekte ve rekabetçi ruhu olan kişiler içinse gerçek bir şehrin sanala indirgenmiş versiyonunun kısıtlı bir yerinde arabalarla yarışılabilmektedir. Sadece araba değil aynı zamanda Moto GP yarışlarından ilham alınarak yapılan motor yarış oyunları ve simülasyon tarzının gelişmesiyle birlikte bisiklet yarışları da bulunmaktadır. Bu türün en bilindik örnekleri ise Need for Speed, Asphalt, Grand Turismo, Colin McRae Rally, Midtown Madness, Euro Truck Simulator, Test Drive oyunları olarak gösterilebilir.

Türkiye'de yarış oyunları atarinin evlere girmesinden sonra birçok kişi tarafından sevilerek oynanmış ve bu sayede dijital ortamdaki yarışların atari salonlarındaki simülatörler aracılığıyla oynanmasına olan talebi de artırmıştır. 1990'ların sonu ve 2000'li yılların başında atari salonlarındaki oyun artışı kitlelerin de bu mecralara akımını sağlamıştır. Özellikle genç nesil çok fazla ilgi göstermiştir. Bu başlık altında araba ve motor yarışlarına ilgili olan kişiler için yaratılmış ortamlar cezbedici hale gelmiştir. Bir araba maketinin içine kurulmuş ekran, platform ve bu platformda bulunan direksiyon, gaz ve fren pedalları, vites, el freni teçhizatlarıyla adeta kişileri gerçek bir yarışa giriyormuş hissiyatı yaşatan oyun konsolları birçok insanı etkilemiştir. Günümüzde teknolojinin de gelişmesiyle daha gerçekçi simülatörlerin yaratılması sayesinde elektronik sporlar arasında yer almasını da sağlamıştır.

Türkiye'de henüz 5 yaşında motokros yarışmalarına katılmaya başlayan ve 6 yaşında Türkiye şampiyonu olan Cem Bölükbaşı akla gelen ilk isimler arasındandır. Araba yarışı simülasyonlarının artışından sonra elektronik sporlara karşı artan ilgi de Cem'i bu alana yönlendirmiş ve gerçekte yapmış olduğu aktiviteyi, doğal becerileri sayesinde dijital ortamda da sergilemesine olanak yaratmıştır. I-Racing turnuvasında 80 000 kişi içinden ilk 35'e giren Cem, World's Fasters Gamer Şampiyonası'na katılmaya hak kazanmıştır. F1 Esports'ta 70 000 kişi arasından ilk 20'ye kalmayı başaran sporcu Fernando Alonso'nun takımına seçilmiştir. Aynı zamanda 2017'de Abu Dhabi'de dünya beşincisi ve 2018'de Redbull Toro Rosso takımı ile dünya ikincisi olmuştur (yolcu360, 2020).

Dijital sahneden gerçek pistlere dönüldüğünde ise, Avrupa GT4 Şampiyonası'nda mücadele eden Borusan Otomotiv Motorsport pilotları Cem Bölükbaşı ve Yağız Gedik, Spa-Francorchamps'ta gerçekleştirilen ikinci yarışı kendi sınıflarında kazanarak bu sezon ikinci zaferlerini almışlardır (Çelik, 2020).

Bu örneğe bakıldığında; FIFA oynayan birisinin futbolcu olması veya NBA Live oynayan birsinin basketbolcu olması beklenmez çünkü gerçek top, saha ve rakiple oynamak ile konsol üzerinden kullanılan joystick (kumanda), ekran ve oyun dinamikleri arasındaki fark belirli şekilde fazladır. Ancak yarış simülasyonlarına olan destek ve teknolojinin artık gerçekle birebire yakın ilerlemesi üzerine yaratılan cihazlar aracılığıyla oyundaki refleks, hâkimiyet ve becerileri araba yarışı oyunlarından gerçek hayata aktarmak daha da mümkündür. Sebebi ise pistte yarışan arabanın neredeyse aynı şekilde dizayn edilip, oyunculara aktarılmasıdır. Buna paralel olarak uçak pilotlarının eğitiminin simülasyonda verilmesi örnek gösterilebilmektedir.

2.4.6. MOBA (Massive online battle arena - Devasa çevrimiçi mücadele arenası)

Günümüzde Türkiye ve dünyada en popüler olan elektronik spor dalıdır. Özellikle League of Legends (LoL) ve DOTA (Defence of the Ancients) gibi popüler markaların her türlü bilgisayarda çalışabilmesi, takım oyununa dayalı olması ve hızlı ritimde oynanması ilgili türün yayılmasını kolaylaştırmıştır (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017). Ayrıca en önemli özelliklerinden biri oyunların bedava olmasıdır. Para ödeyip herhangi birinden üstün olma gibi bir durum olmadığı için tamamen eşit şartlarda ve yeteneğe bağlı rekabet unsurları geçerlidir. Bu türe örnek ise; League of Legends, DOTA, Heroes of Newerth,

Smite, Arena of Valor, Paladins, Heroes of the Storm oyunlar olarak gösterilebilir (wikipedia).

2.4.7. Battle royale

MOBA oyun türünden sonra oyun dünyasını sarsan yeni bir tür olarak ortaya çıkmıştır. Bu türün içeriğinde; belli bir haritada belirli insanların bir hava aracından atlayarak, bu haritadaki kaynakları rasgele bulup, kendilerini hayatta tutacak eşyalar ve rakiplerini elemek için buldukları silahları geliştirecek eklentiler vardır. Oyuncular son bir kişi kalana kadar birbirlerini öldürmeye çalışır veya takımlar son bir takım kalana kadar birbirlerini öldürmek için savaşırlar. Oyunun en önemli kurgusu ise belirli aralıklarla bu haritayı sarmalamış bir yaz çemberinin gitgide daralması ve en sona tek kişi kalana kadar bu daralma işlemini belirli periyotlarla yapmasıdır. Bu türün en önemli örnekleri; Fortnite, PUBG (Player Unknown's Battle Grounds), Apex Legends, H1Z1, Cuisine Royale, Ring of Elysium, Realm Royale gibi oyunlardır (wikipedia).

2.4.8. Tarih / dönem oyunları

L.A. Noire, 1947 yılında Los Angeles'ta cinayet masası dedektifini canlandırma fırsatı sunan oyun olarak tarih oyunları arasında liste başı olarak gösterilebilmektedir. Sonrasında bu tarz dönem oyunları daha da gelişmiş ve Brothers in Arms, The Oregon Trail ile görsellik bakımından kendisine çok fazla ekleme katmadan ancak konu ve bağlayıcılık bakımından oyuncuları etkilemeyi başaran ilerleme kaydedilmiştir. Total War:ATILLA oyununun çıkışı ile M.Ö. 395-800 yılları arasındaki dönem ele alınmış ve hem tarih, hem oyun içi detayları, savaş taktikleri, ekonomik dinamikleri, Geç Antik Çağ Roma'sının politik, kültürel ve sosyal içeriklerinin en doğru şekilde anlatılması üzerine büyük beğeni kazanmıştır. Sonrasında tarihsel olayları işleyen oyunlar arasında bilinen en popüler oyun Assassin's Creed serisi piyasaya sürülmüştür. Tarihsel olayları oyun yaratıcılarının hayal gücüyle birleştirip sunması ve bir derece çarpıtmasına karşın, tarihsel mekân ve karakterleri oldukça başarılı şekilde aktarması tarih ve oyun sevenlerin ilgisini fazlasıyla çekmiştir. Öyle ki kitap serisi de yayınlanmıştır. Oyunda mekânların özenle işlenmesi, birebir gerçekliğe en yakın düzeyde dizayn edilmeye çalışılması sonucu, 15 Eylül 2019'da çıkan yangında birçok bölgesinden hasar alan Notre Dame Katedrali'nin yeniden inşasında, 2014 yılında piyasaya sürülen Assasin's Creed Unity oyunundaki 5000 saatlik

çalışma sonucu elde edilen tasvirden yararlanılması için Fransız yetkililere ve sorumlu mimara tavsiyede bulunulmuştur (BBCNews, 2019).

2.5. E-spor Ekonomisi

2.5.1. E-spor pazarlaması

Pazarlama, TDK'nin büyük Türkçe sözlüğünde; bir ürünün, bir malın, bir hizmetin satışını geliştirmek amacıyla tanıtmayı, paketlemeyi, satış elemanlarının yetişmesini, piyasa gereksinimlerini belirlemeyi ve karşılamayı içeren etkinliklerin bütünü, olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük, 2019). Alext Fletcher'ın esportsobserver web sitesinde yazdığı makaleye göre e-spor pazarlamasının tanımı; tüketicilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için tasarlanmış faaliyetler yelpazesidir, şeklindedir. Tüketiciler ve tüketim terimi, oyun oynama, bahis oynama, izleme, okuma ve e-spor alanıyla ilişkili içerik oluşturma gibi etkinlikleri kapsamaktadır (Fletcher, 2015).

Dijital oyunların spor endüstrisinde yer almasının en önemli etkenlerinden biri de spor piyasalarında ki pazarlama başarısıdır. Ekonomik olarak cüzi miktarda sermayeye sahip olan elektronik spor sektörü, firmaların ve sponsorların yatırımlarıyla birlikte büyük turnuvalarda markalaşma amacı güderek finansman sağlaması üzerine, dijital oyun sektörünün gelişmesi ve tanınmasında büyük rol oynamıştır. Aynı zamanda dünyaca ünlü teknolojik markaların bu sektöre üretim yapması ve teknolojinin gelişmesi, oyun çeşitliliğinin artması, oyun bileşenlerinin daha yüksek seviyelere ulaşması sonucu oyunculara ve izleyicilere yüksek kalitede hizmet sağlamaktadır.

E-sporun hızla en popüler seyirci sporlarından biri haline gelmesi, sermayeden yararlanmak isteyen markaların dikkatini çekmesini sağlamıştır. E-sporlar, yayın akışının etkileşimi nedeniyle geleneksel sporlardan daha güçlü bir marka oluşturma aracı olma potansiyeline sahiptir. Önde gelen yayın akış platformlarından biri olan Twitch'teki e-sporlar sırasındaki reklam sıklığı günümüzde çok düşüktür ve tipik olarak saatte sadece birkaç reklam kesintisiyle yayın yapılmaktadır. Yayıncılar, yayın yaparken sponsorların ürünlerini giymeye, tüketmeye ve onaylamaya isteklidir. Canlı sohbet, yarışmalar ve yalnızca abonelere özel içerik sayesinde e-spor hayranları, favori oyuncuları ve

takımlarıyla geleneksel sporların gerçekçi bir şekilde eşleşemeyeceği bir samimiyet seviyesine ulaşabilir (Singer & Chi, 2019).

Penji'nin, 11 e-spor pazarlaması stratejisi ile oyunun içinde olma aşamalarını geliştirmiştir. Bunlar;

- Doğru hedef kitleyi bulmak: Oyuncuların tek bir kategoriye sahip olduğunu söylemek, sporcuların tek bir spor yaptığını söylemek kadar saçmadır. E-sporlar da geleneksel sporlar gibi çeşitli türlere ayrılmaktadır. Burada doğru e-spor kitlesini bulmak ve onlarla iletişim halinde olmak etkili bir pazarlama stratejisidir. E-spor kuruluşları ilişki kurabilecekleri markaları ve hedef kitleyi doğru seçerse, uzun süreli ortaklıkların kalıcı olma şansı daha yüksektir.

- Doğru kanallara yönelmek: Hedef e-spor pazarı yani kitlesi belirlendikten sonra, onların nerede daha çok vakit geçirdiğini araştırmak gerekmektedir. Twitch, YouTube, HitBox, Azubu, Beam, Bigo, Afreeca gibi yayın kuruluşları incelendiğinde en iyi e-spor takımının hangisi olduğuna karar verilip yatırım yapılabilmektedir.

- Gerçek e-spor içerik üreticileri bulmak: Çok sayıda takipçiye sahip içerik üreticisi yayıncıları bulmak, marka pazarlamak için çok büyük avantaj sağlamaktadır. Youtube ve Twitch'te sırasıyla 19 ve 14 milyon takipçiye sahip olan Ninja'nın dünyaca ünlü rap müzik sanatçısı Drake ile Fortnite oynaması başarılı bir marka pazarlaması örneği olarak gösterilebilir. Türkiye'de büyük futbol kulüplerinin e-spora katılımı da iyi bir marka pazarlamasıdır.

- Bir e-spor takımı kurmak: Sponsor ihtiyacı olan e-spor takımları marka ile değil marka için çalışmaya başlamaktadır. Bu da iki taraflı kazanç anlamına gelmektedir. Markanın kendi reklamını yapabileceği bir ortam oluşmakta ve e-spor takımı finansman eksiğini markanın kendini pazarlamak istemesi sonucu sponsor olmasıyla karşılamaktadır.

- Ajanslar aracılığıyla bir takıma sponsor olmak: Sıfırdan bir takım kurmak maliyet açısından daha uygundur ancak ajanslar aracılığıyla bir e-spor takımına sponsor

olmak dünya çapında bir etki gösterme ortamı hazırlamaktadır. Upfluence, Viral Nation, Ader, Flood Interactive, Knowscope, Game Influencer gibi popüler e-spor pazarlama ajansları bulunmaktadır.

- Video reklamlarına yatırım yapmak: Video reklamlar, uygun zamanda ve uygun kitleye gösterilirlerse her seferinde çalışır. Örneğin, Twitch yayıncıları yayın öncesinde, videonun ortasında veya videodan sonra gösterilen video reklamları yayınlarında yayınlayabilir. Ancak, Twitch yayıncılarının bunu yapmak için Twitch partnerliği almaları gerekir. Bu nedenle, video reklamlardan yararlanmak için bir Twitch partnerliği olan kanal ile ortak olunmalıdır. E-spor takımları ve oyuncularının izleyicilerinin tanınmış markalarla ortaklık kurduklarını görmesi, dünya çapında daha fazla tanınmış olmalarını sağlayabilmektedir. Örneğin Logitech markasının yayıncı ve eski e-spor oyuncusu Shroud ile olan anlaşması gibi.

- Küçük turnuvalar oluşturmak: Küçük turnuvalar, önemli e-spor etkinliklerine mükemmel giriş noktalarıdır. Bu aynı zamanda küçük markaların e-spor pazarlamasından yararlanmaları için ideal bir yoldur. İnternet kafeler, otel barları gibi yakın alanlardaki yerel işletmelerle ortaklıklar kurulabilir. Bu da bölgedeki giriş ücretlerini karşılayamayan küçük yerel spor takımlarının katılımını kolaylaştıracaktır.

- Daha büyük turnuvalar oluşturmak: Başka oyun platformları da olsa sıfırdan yeni bir platform da kurulsa büyük turnuvalar her zaman büyük getiri anlamına gelir.

- Etkinlik ortaklıklarını incelemek: Bir e-spor turnuvası, kongre veya iş zirvesi olsun, e-sporla ilgili etkinliklerle iş ortaklığı yapmak, marka bilinirliğini daha büyük ölçekte sağlayacaktır. Marka, bu etkinliklerin ön saflarında yer alabilir ve muhtemelen önde gelen e-spor ekipleri, video oyunu yayıncıları, organizatörler ve hatta diğer benzer fikirlere sahip markalarla uzun vadeli ilişkiler geliştirebilecek ortam hazırlayabilmektedir.

- Blog pazarlaması yapmak: Oyun meraklılarının ilgisi gün geçtikçe çığ gibi yükselmektedir. Öncelikle blog oluşturma olmak üzere içerik pazarlaması, doğru kitleye değerli bloglar sunmak koşuluyla marka için daha fazla takipçi kazanılabilir.

İçeriğin paylaşılmaya değer olduğunu düşünen oyun meraklıları da kendi topluluklarında bu içerikleri paylaşabilir, yorumlayabilir ve beğenebilir.

- Oyunculara ürün çekilişi yapmak: Markanın e-spor endüstrisi ile uyumlu olması gerekmemektedir. Bununla birlikte, ürün veya hizmet aracılığıyla markayı bu gelişen elektronik sporlara dâhil etmenin yolları düşünülebilir. Örneğin, bir giyim firması, sınırlı sayıda e-spor tişörtleri üretebilir ve sosyal medya yarışmalarını kullanarak bunlar pazarlanabilir. Başka bir örnek olarak; Arby's, Coca-Cola ve Mercedes gibi endemik olmayan markalar, e-sporları deneysel pazarlama bütçesinden ana sponsorluk programına taşıdığı ve 2019'da sektör genelinde tahmini yüzde 34 büyümeyi teşvik etmeye yardımcı olduğu gösterilebilir (Singer & Chi, 2019). Kullanıcı tarafından oluşturulan yarışmalar, muhtemelen altyapıyı genişletecek sohbet başlatıcılardır. Ücretsiz ürünler için rastgele e-spor oyuncuları veya çok takip edilen video oyunu yayıncıları da seçilebilmektedir. Bu şekilde, oyun arenasındaki güçsüz oyuncuların elden kaçmadığı da bilinir. E-spor ekipleri, yaklaşan bir e-spor yarışması için tişörtlerine veya şapkalarına sponsor olmak için bile markaya yaklaşabilir (Garces, 2019).

2.5.2. Oyuncular

Elektronik spor sektöründeki oyuncular ikiye ayrılmaktadır. Bunlar profesyonel sporcular ve sadece keyif için oyun oynayanlar olmak üzeredir. Profesyonel sporcuların kâğıt üzerinde geleneksel sporculardan neredeyse farkları yok denecek kadar azdır. Rekabetçi ruhu olan, liglerde mücadele eden, turnuvalarda kupa, madalya ve ücret kazanmak için günlük antrenman yapan, elektronik sporcu lisansı olan kişilerdir. Hatta bir futbolcu veya basketbolcu kendi mobilitesini artırmak için nasıl ayakkabı seçiyorsa elektronik sporcu da klavye, mouse, mouse pad, kulaklık seçmektedir. Çünkü elektronik sporlarda milisaniyeler ve anlık karar verip uygulamak, aynı anda birçok parametreyi hesaplayabilmek çok önemlidir. En ufak hatalar turnuvanın kazanılamamasına sebep olabilmektedir keza Türkiye ve dünyadaki turnuvalarda örnekleri sıkça görülmüştür. Turnuvalara katılan kişilere yurtdışına çıkabilmeleri durumunda P1A (P-1 sınıflandırması, eğer başvuru sahibi Birleşik Devletlere belirli bir atletik yarışma için bir atlet olarak uluslararası tanınmış bir performans seviyesinde kişisel olarak ya da bir grubun veya takımın bir parçası olarak, geçici olarak geliyorsa geçerlidir.) vizesi çıkartılmaktadır (Iwerks, 2019).

Keyif için oyun oynayanlar ise boş zaman değerlendirmesi veya kafa dağıtmak için, eğlenmek için ya da tutkulu olduğu için oyun oynamaktadırlar. Futbola sempati duyan ve oynamayı seven kişilerin profesyonel olmadan bu sporu yapma yolu halı saha maçları düzenlemek ve bu maçlara katılmaktır. Oyun oynayan kişiler için de aynı durum söz konusudur. Belirli bir ödül kazanmak, aşırı rekabetçi olmak gibi gayesi olmayan insanlar aynı platformda sadece keyif almak için de bulunabilmektedirler. Bunun yanında oyunların içinde bulunan rekabetçi özelliği de kendisini sınamak isteyenler için açık bir kapıdır. Herhangi bir lisansı bulunmayan ancak oyunların rekabetçi bölümlerinde belirli başarı elde edebilmiş kişiler de bazı mikro veya makro turnuvalara katılabilmektedirler.

Oyuncuların bölgelere göre dağılımı ise şu şekildedir (Newzoo, 2020):

- Asya-Pasifik 1 milyar 506 milyon kişi ile %55
- Avrupa, Orda Doğu ve Afrika 758 milyon kişi ile % 28
- Latin Amerika 259 milyon kişi ile %9
- Kuzey Amerika 203 milyon kişi ile %8 olarak araştırılmıştır.

Asya ve Pasifik bölgesindeki oyuncu artışı da diğer bölgelere en hızlı artış gösteren olarak görülmektedir. Bunun nedeni dijital oyunlara olan talebin, farkındalığın, yatırımın, pozitif düşüncenin ve beklentinin diğer bölgelere kıyasla fazla olmasıdır. Hükümetlerin de destek vermesi zengin iş adamlarının bu sektörde kendi gelirlerini yatırım olarak kullanmasına olanak sağlamıştır. Dünyadaki en iyi e-spor oyuncuları çoğunlukla bu bölgelerden çıkmakta ve turnuvalarda bu bölgenin hâkimiyeti görülmektedir. Çok nadir de olsa Avrupa veya Kuzey Amerika'dan sürpriz takımlar veya oyuncular çıksa da favori her zaman Asya bölgesi olarak kabul edilmektedir. Ayrıca League of Legends oyununa Güney Kore'de bağlanmak isteyen kişilerin vatandaşlık numaralarını kullanmaları gerekmektedir. Bu da ülkenin, oyunu oynayanların yaşlarına ve belli kurallara dikkat ettiğini, gerekli kısıtlamaların yapıldığını ve kontrolün kısmen devletin elinde olduğu bir uygulama geliştirdiğini göstermektedir.

Bulgularda yer alan çizelgelerdeki kazançlar oyuncuların turnuvalardan elde ettiği ödüllerin toplamı şeklinde hesaplanmıştır. Bunun yanı sıra oyuncular; Twitch, YouTube, Mixer gibi yayın platformlarından yayıncılık yapmakta, markaların sponsorluğu doğrultusunda reklam çekimleri yapmakta ve anlaşmalı oldukları takımlarda profesyonel

oyuncu maaşı almaktadırlar. Sadece tek bir oyun oynayarak bu başarıları elde etmiş olmaları, elektronik sporların meslek haline gelmesini sağlayan en önemli etkenlerdendir. Ayrıca çocuklarının saatlerce oyun oynayıp hayatlarını hiç ettiklerini düşünen ebeveynler için ise dünyada milyon dolarlık, ülkemizde de birkaç bin dolarlık somut örnekler sunulmaktadır. Çoğu e-sporcu ailelerine kazandıkları kupalar, madalyalar, bilgisayar eşyaları ve en nihayetinde paralar ile gittiklerinde oyun oynamalarına karşı gerçek izinlerini alabilme başarısını göstermiştir. Sektörün; ebeveynler tarafından bilinmezliği, çocuklarını bu bilinmezlikte nelerin karşılayacağının net olmayışı ve fiziksel aktivite değil tamamen ekran karşısında bilgisayar başında olması aileleri telaşlandırmaktadır. Ancak literatüre katkıda bulunarak, turnuvaların medyada yer almasını sağlayarak, dijital oyunlar için gerekli tesis ve malzemeyi sağlayarak, profesyonelleşmiş kurumlar ile e-spor sektörünü yöneterek ve dışarıdan bakan kişilere net bir şekilde içeriği göstererek bu olumsuz şöhretin üstesinden gelinebileceği öngörülmektedir.

2.5.3. Yayıncılar

Streaming (yayın akışı) adı verilen çevrimiçi yayın veya video kaydı yapılarak sunulan oyun kesitleri özellikle çok sayıda izleyicinin ilgisini çekmektedir. Hem elektronik sporcu olup hem de yayın yapan kişilere rağbet daha fazla olmakla beraber eskiden profesyonel olarak elektronik sporla uğraşan kişilerin belli bir yaşa geldikten sonra tam zamanlı yayın sektörüne geçişi de yine izleyicilerin dikkatini çekmektedir. Yayınlarda anlaşmalı olunan platform ile partnerlik yapıldığında; "donate (bağış)", abonelik (subscribe) veya bit (sanal para) gibi yöntemlerle yayıncılara izleyiciler tarafından destek sunulabilmektedir. Yayıncılar da belirli kurallar çerçevesinde öğretici oyunlar oynayarak veya işi şova dökerek izleyicilerine hizmet sunmaktadırlar.

Yayıncılık platformlarının dönüm noktası Twitch.tv isimli platformu, dünya markası Amazon'un satın alması olarak kabul edilebilir. Washington Post makalesine göre; kullanıcıların gerçek zamanlı olarak başkalarının video oyunları oynamasını izleyebilecekleri yayın akış sitesi Twitch, Amazon.com tarafından yaklaşık 970 milyon dolara nakit olarak satın alınmıştır (Tsukayama, 2014). Önceleri bu platformda ağırlıklı olarak League of Legends, DotA, Counter Strike, Call of Duty, Starcraft, Warcraft III gibi popüler oyunların yayınlarının yapılması, oyun severlerin dikkatini çekmiş ve Twitch.tv'ye olan talep kısa zamanda hızla artmıştır. Amazon'dan da destek alan Twitch.tv kurucuları

sitenin ara yüzünü değiştirmiş, bölgelere ve dillere göre kategoriler oluşturmuş, yayıncılarla ortaklık anlaşmaları yaparak gelen bağışların bir kısmını kendisine almış ve yayıncıya da destek olmuştur. Yayıncılar da izlendikçe daha da popülerleşip başka markalardan sponsorluklar alarak daha da büyüyüp ve hem Twitch'in kendi turnuvalarında hem de elektronik sporcu olmamalarına rağmen dünya çapındaki büyük ödüllü turnuvalarda yer alma fırsatı yakalamışlardır. Ayrıca, sadece oyun değil; müzik, resim, sanat, talk show, siyaset, sadece sohbet(just chatting, in real life) ve birçok yeni kategorinin de ortaya çıkması insanları bu platformda vakit geçirmeye daha da çok teşvik etmiştir. Televizyonda ne yayınlanırsa izlemek durumunda olan kişilere istedikleri yayını seçme hakkı tanınmış olmuştur. TwitchMetrics'te yapılan sıralamaya göre, Türkiye'den Elraenn kullanıcı isimli Tuğkan Gönültaş yaptığı yayınlarla dünyada en çok izlenenler listesinde 77. sırada yer almaktadır (The Most Popular Twitch Streamers, November 2020, 2020). Eski Fenerbahçeli Milli futbolcu Serhat Akın da günümüzde aktif olarak bu platformda yayınlar yapmaktadır. Aynı zamanda Çocuklar Duymasın dizisinde "Havuç Emre" rolüyle ünlenen Furkan Kızılay, Fenerbahçe kürek sporcusu ve 2017 Survivor yarışması şampiyonu Ogeday Girişken, aktör Fırat Albayram, oyuncu Kerimhan Duman, Cleveland Cavaliers forması giyen Türk milli basketbolcu Cedi Osman gibi isimler de bu platformda yayınlar yapmaktadırlar.

Türkiye dışında yayıncılar ele alınacak olursa, dünyada çok fazla ünlenmiş ve e-sporculardan çok daha fazla gelir elde eden, ülkemizde de çokça takip edilen kişiler yer almaktadır. Ninja, Shroud, LIRIK, AOC, summ1t, HasanAbi, loltyler1, pokimane, DrDisrespect, gibi yayıncılar anlık ortalama 30 000 ila 100 000 arasında izleyici sayısına ulaşabilmektedir ve bu yüksek izleyici sayısı ünlü isimlerin de bu yayınlara dâhil olmasını sağlamıştır. Fortnite oyunuyla dünya çapında milyonlarca izleyicinin takip ettiği Ninja kullanıcı isimli Tyler Blevins, Kanadalı ünlü rap müzik sanatçısı Drake ile yaptığı yayında 600 000'den fazla anlık izlenme sayısına ulaşmıştır. İngiltere Premier League takımlarından Tottenham Hotspur FC'nin oyuncularından Harry Kane, Dele Alli ve Kieran Trippier ile de ortak yayına geçen Ninja anlık olarak 200 000'den fazla izlenme sayısına ulaşmıştır (Aksu, 2018). Ayrıca ünlü rap müzik sanatçısı Travis Scott ile de yayın yapmıştır.

Dünyaca ünlü futbolculardan Neymar Jr (CS:GO) ve Sergio Kun Agüero (FIFA) twitch üzerinden canlı yayınlar yapmaktadırlar. Barselonalı futbolcu Antoine Griezmann (Henry,

2018), Athletico Madrid'te oynadığı dönemdeki gol sevinçlerini Fortnite oyununun animasyonlarındaki gibi yaptıktan sonra; dünyada bu eylemden etkilenen Dele Alli, Papu Gomez, Paul Pogba, Callum Peterson (Haysom, 2018), Kai Havertz, Julian Brandt ve Timo Werner (Yoesting, 2018) gibi futbolcular da gol sevinçlerini yine bu animasyonlardaki gibi yapmışlardır.

2.5.4. Ligler

Türkiye'de League of Legends özelinde en fazla rağbet gören organizasyon konumunda Vodafone Freezone Şampiyonluk Ligi (VFŞL) yer almaktadır. Bunun sebebi ülkede en fazla oynanan oyunun League of Legends olması temeline dayanmaktadır. Ayrıca İstanbul'da Riot ofisinin kurulmuş olması, Türklere özel sunucunun olması anlamına da gelmektedir. Bu sayede Türkiye'den bağlanan oyuncular düşük ping yani gecikmenin en az olduğu ortamda rahatça yetenek ve stratejilerini sergileyebilmektedirler. Steam oyunlarından Counter Strike, DotA 2 ve PUBG'nin Türkiye sunucusu olmaması, en yakın Avrupa veya Rusya sunucularına bağlanılması gerektirdiği için oyun içinde Türkiye dışından daha doğrusu yerel sunuculardan bağlanan kişilere nazaran daha fazla gecikme yaşanmaktadır. Bu da oyuncuların League of Legends oyununa yönelme sebeplerindendir.

Özellikle CS:GO oyunu başta olmak üzere yıl içinde birçok kısa zamanlı ligler ve turnuvalar düzenlenmektedir. Kısa süreli ligler yarım sezon veya mevsimlik ligler olarak organize edilmektedir. Turnuvalar ise her bölge için farklı eleme, puanlama sistemleri ve ödüllere sahiptir. Mikro turnuvalar olarak geçmektedir ancak yaz sezonu yaklaştığında birçok oyunun Major yani makro turnuvaları duyurulur. Bu turnuvalar Dünya Kupası, Dünya Şampiyonası, Küresel Şampiyona gibi isimlerle anılmaktadır. Büyük kulüplerin stadyumlarında, dünyanın önde gelen markaları tarafından finanse edilen, binlerce izleyicinin aktif olarak, milyonlarca izleyicininse ekran karşısında yayınlar vasıtasıyla katıldığı bu turnuvalar oldukça ilgi görmektedir. Bu turnuvaların detayları Etkinlikler ve Turnuvalar başlığı altında detaylandırılmıştır.

League of Legends Vodafone Freezone Şampiyonluk Ligi'nde 2020 yılı itibariyle 10 takım bulunmaktadır. Önceleri 8 takım varken, Akademi Ligi'nden takımlar şampiyon olup Şampiyonluk Ligi'ne yükselmekteyken bu sistem değişmiştir. Her takımın kendi akademi takımları Akademi Ligi'nde performans göstermekte ve başarılı oyuncular as takımlara

alınmaktadır. Şampiyonluk Ligi'nde ise, 10 takım Yaz ve Kış Mevsimi diye adlandırılan iki ayrı devrede mücadele etmektedir. Şampiyonluk Ligi'nde galibiyet ve mağlubiyetler devre sonu karşılaştırılır ve ön eleme oynayacak takımlar belirlenir. Kış sezonu şampiyonu olan takım Middle Season Invitational (MSI) turnuvasına katılmaya hak kazanırken, Yaz Mevsimi şampiyonu olan takım ise Worlds diye adlandırılan League of Legends Dünya Şampiyonası'na katılmaya hak kazanır. Türkiye, wild card turnuvalarına katılan bölgelerden olduğu için ön eleme (play-off) maçları oynamak durumundadır. Ön elemeleri geçtikten sonra gruplara kalmak için mücadele etmektedirler. Gruplarda Güney Kore, Çin, Avrupa ve Kuzey Amerika'nın güçlü takımlarıyla karşılaşmaya hak kazanılmaktadır. Bu sistem futboldaki Avrupa kupalarına katılmak için ön eleme oynayan takımların olması ile benzerdir. Tek farkı League of Legends'ta şampiyon takım bu elemeleri oynamayı hak ederken, futbolda şampiyon takım direkt katılmakta, 2 ve 3. takımlar ön eleme oynamaktadırlar.

Vodafone Freezone Şampiyonluk Ligi takımları

- fastPay Wildcats
- GALAKTICOS
- Papara SuperMassive
- 5 Ronin
- Dark Passage
- Beşiktaş
- 1907 Fenerbahçe Espor
- Galatasaray Espor
- Team Aurora
- Royal Youth

(Sıralama 2020 yılı Yaz Mevsimi başarı sırasına göre yapılmıştır.) (lolesports)

Bir diğer lig ise Zula oyununa aittir. MadByte Games tarafından geliştirilen, Lokum Games tarafından dağıtılan Zula, FPS türünde video oyunudur (milliyet, 2015). Oyun Türkiye'den sonra 2016 yılında ilk defa Brezilya'da Playspot firması tarafından yayımlanmıştır (Petro, 2016). Yanı sıra Avrupa, İran, Tayland ve Latin Amerika'da da yayımlanmıştır.

Zula ligi takımları

- fastPay Wildcats
- Galatasaray Esport
- Mod-Z
- Çamlıca Espor
- İstanbul Espor
- ABB Aski Espor
- Gamers of Future
- Sangal Esports
- Bursa Espor
- Beşiktaş

(Sıralama 2020 yılı 6. sezon puan durumuna göre yapılmıştır.) (zulaoyun, 2020)

Spor oyunlarının dünyaca en ünlü fenomenlerinden birisi olan FIFA, EA Games tarafından geliştirilmiştir. Türkiye'de Pro Elite ligi bulunmaktadır.

Pro Elite Ligi takımları:

- Galatasaray Espor
- Gaziantep FK Espor
- Göztepe Gaming
- As4eGamesCrew
- 1907 Fenerbahçe Espor
- İstanbul Başakşehir
- Kasımpaşa Espor
- Eskişehirspor Espor
- Altay Espor
- Team Aurora
- Futbolist
- Yeni Malatyaspor Espor
- Tulpar Espor

- Adanaspor Espor
- Sivasspor Espor
- AG Bilgi Espor
- Mersin Espor
- Digital Stars Esports

Aynı zamanda TPL 1. Lig Kırmızı Grup, TPL 1. Lig Beyaz Grup, TPL 2. Lig, PEL Türkiye Kupası ve TPL Yaz Ligi, alt ligler olarak bulunmaktadır (proeliteleague).

Başka bir FIFA oyunu ligi ise TEFL (Türkiye Espor Futbol Ligi) olarak yer almaktadır. Play Station 4 konsolu vasıtasıyla sahadaki her oyuncuyu farklı kişilerin yönettiği takımlardan oluşmaktadır. 22 oyuncu aynı anda mücadele etmektedir. Bacar Otomotiv, Asist Analiz sponsorluğunda düzenlenen ligin son şampiyonu olan Beşiktaş Esports ödül olarak 12 500 Türk Lirası kazanmıştı (Fenerant, esportsmedya, 2020).

Türkiye E-spor Futbol Ligi takımları

- Antalyaspor Espor
- Beşiktaş Espor
- Bursaspor Espor
- Büyükşehir Belediye Erzurumspor Espor
- Çaykur Rizespor Espor
- Galatasaray Espor
- Gençlerbirliği Espor
- Giresunspor Espor
- Hayatspor Espor
- İstanbulspor Espor
- Kayserispor Espor
- Kocaelispor Espor
- MKE Ankaragücü Espor
- Sakaryaspor Espor
- Trabzonspor Espor
- Yılport Samsunspor Espor

(Sıralama alfabetik olarak yapılmıştır.) (tefligi, 2020)

Türkiye'de yıllardır internet kafeler ve evlerde en çok oynanan oyunlardan biri olan Counter Strike, Steam'in Türkiye sunucusu açmaması üzerine League of Legends kadar gelişme gösterememiştir ve Türkiye'de VFŞL kadar düzenli, istikrarlı ve kaliteli lig oluşumu gerçekleşmemiştir. Ancak fazlaca turnuvalar düzenlenmiş ve Türkiye dışı ülkelere bağlı liglerde mücadele etmiştir.

Intel ESL CS:GO Türkiye Şampiyonası Ligi takımları

- 9INE
- Sangal Esports
- LOG ESPORTS
- fastPay Wildcats
- Çamlıca Espor
- Thatoc Esports
- G'OLD
- Digital Athletics

(Sıralama en son puan durumuna göre yapılmıştır.) (pro.eslgaming)

Türkiye'de organize edilmeye başlayan bir diğer lig ise TEBL (Türkiye E-spor Basketbol Ligi)'dir. 1 Kasım 2020 tarihi itibariyle başlayacak olan lig NBA 2K oyunu vasıtasıyla düzenlenecektir (teb_ligi, 2020).

Türkiye E-spor Basketbol Ligi takımları

- Galatasaray Espor
- Beşiktaş Esports
- Çaykur Rizespor Espor
- Kocaelispor Espor
- Samsunspor Espor
- Bursaspor Espor
- Çamlıca Espor

- Blaze Esports
- Antalyaspor Espor
- Sakaryaspor Espor
- Team Aurora
- Eskişehirspor Espor
- Mod-z Esports
- fastPay Wildcats (Fenerant, esportsmedya, 2020)

Türkiye'de dışında dünyada da birçok lig düzenlenmektedir. Bunlardan bazıları:

- CS:GO Pro League
- ELEGEA
- Electronic Major League Soccer (eMLS)
- FIFA Global Series
- Football Federation Australia E-League
- Halo World Championship
- LCS (League Champion Series) League of Legends Kuzey Amerika Ligi
- LEC (League of Legends European Championship) League of Legends Avrupa Ligi
- LCK (League of Legends Champions Korea) League of Legends Kore Ligi
- LPL (Tencent League of Legends Pro League) League of Legends Çin Ligi
- CBLoL (The Compeonato Brasileiro de League of Legends) League of Legends Brezilya Ligi
- LCL (League of Legends Continental League) League of Legends Rusya Ligi
- LJL (League of Legends Japan League) League of Legends Japonya Ligi
- LLA (Liga Latinoamerica) League of Legends Latin Amerika Ligi
- OPL (Ocecanic Pro League) League of Legends Okyanusya Ligi
- PCS (Pasific Championship Series) League of Legends Pasifik Ligi
- VCS (Vietnam Championship Series) League of Legends Vietnam Ligi
- NGL (National Gaming League) Bangladeş League of Legends Ligi
- NBA 2K League
- Overwatch League
- OGN PUBG Survival Series

- IEM (Intel Extreme Masters) PUBG Invitational
- Call of Duty League
- Ultimate Battle (Hindistan Açık Espor Ligi; Dota2, CS:GO, FIFA gibi oyunların yer aldığı etkinlik)
- Cybergamer (Okyanusya Birinci E-spor Ligi)
- Global Starcraft II League (Güney Kore Starcraft 2 Ligi)
- King Pro League (Arena of Valor Çin Ligi)
- Sri Lanka Cyber Games
- Wargaming.net League (World of Tanks Ligi) şeklinde sıralanabilir.

Kaynaklar: (esportbet, 2018), (lolgamepedia, 2020), (wikipedia)

2.5.5. Takımlar

Türkiye'de ve dünyada e-spor kavramının genişlemesi şüphesiz birçok kitlenin dikkatini çekti ve düzenlenen turnuvalarda kendi yeteneklerini sergilemek amaçlı, oyunların türlerine göre takımlar oluşturuldu. Bu takımlar zamanla başarı ve derece elde ettikçe sponsorların ve markaların da dikkatini çekti. En sonunda doğru kadrolarla, yönetimlerle, patronlarla, koçlarla, oyuncularla takımlar kuruldu ve günümüzde takım kurulabilmesi için geçerli olabilecek basamakların alt yapıları oluşturuldu. Önceleri takımların liderliğini, koçluğunu, taşıyıcılığını, hatta sponsorluğunu neredeyse bir veya iki kişi üstlenirken günümüzde oyuncular hazır takımlara girmeye başlamıştır. Bunun sebebi de örgütlenme aşamasını doğru yapabilmekten geçmektedir. Türkiye ve dünyada birçok oyun türüne göre tanınmış takımlar mevcuttur. En popüler oyunlara göre dünyaca tanınmış ve hem dünya kupası turnuvaları hem de kendi liglerinde en başarılı takımların maddeler halinde tanıtımı şu şekildedir:

- ***100 Thieves:*** League of Legends, League of Legends Academy, Fortnite, Counter Strike:Global Offensive, Valorant, Call of Duty, Clash Royale (100thieves)
- ***Counter Logic Gaming:*** League of Legends, League of Legends Academy, Fortnite, Counter Strike:Global Offensive, Smash, Apex Legends, Super Smash Bros (clg)

- ***Complexity:*** Counter Strike, FIFA, Valorant, Fortnite, Apex Legends, Madden, MTG:Arena, Hearthstone, DotA 2, Call of Duty, Clash Royale, Rocket League (complexity)
- ***Echo Fox:*** Counter Strike:Global Offensive, Call of Duty, Gears of War, Mortal Kombat X, Injustice 2, Dragon Ball FighterZ (OneEsports, 2019)
- ***PSG Esports:*** DotA 2, League of Legends, FIFA, FIFA Online, Mobile Legends:Bang Bang, Brawl Stars (psg-esports)
- ***G2 Esports:*** League of Legends, League of Legends Academy, Fortnite, Counter Strike:Global Offensive, Valorant, Rocket League, Rainbow Six:Siege, Sim Racing, Clash Royale, Hearthstone (g2esports)
- ***OpTic Gaming:*** Counter Strike:Global Offensive, Call of Duty, Gears of War, Fortnite, League of Legends, Overwatch (OneEsports, 2019)
- ***FaZe Clan:*** Call of Duty, Counter Strike: Global Offensive, Player Unknown's Battlegrounds, Tom Clancy's Rainbow Six Siege, FIFA (game-pedia)
- ***Team Solo Mid:*** League of Legends, League of Legends Academy, Rainbow Six:Siege, Apex Legends, Super Smahs Brothers Ultimate, Player Unknown's Battle Grounds, Magic: The Gathering, World of Warcraft, Valorant, Teamfight Tactics, Chess (tsm)
- ***Gen.G Esports:*** League of Legends, League of Legends Academy, Fortnite, Counter Strike:Global Offensive, Valorant, Overwatch, NBA2K, Player Unknown's Battle Grounds, Starcraft II, Call of Duty (gen.g)
- ***Ninjas in Pyjamas:*** Counter Strike:Global Offensive, Call of Duty, DotA 2, Valorant, Rainbow Six:Siege, FIFA, League of Legends, Fortnite, Player Unknown's Battle Grounds (nip)
- ***Virtus.pro:*** DotA 2, Counter Strike:Global Offensive, Fortnite, Rainbow Six:Siege, (virtus.pro)
- ***OG:*** Counter Strike:Global Offensive, DotA 2. Redbull sponsorluğundaki OG kuruluşunun sadece 2 oyun için e-spor takımının olması diğer rakiplerine göre az görülebilri ancak özellikle DotA 2 The Internationals Şampiyonası için her yıl en iddialı katılımcı oldukları gerçeği de unutulmamalıdır. (ogs)

- ***Astralis:*** Counter Strike, FIFA. Yine OG gibi az takıma sahip kuruluşlardan birisidir ancak Counter Strike oyununda elde ettikleri başarılar ile en güçlü takımlar arasında yer almaktadırlar (astralis)
- ***Natus Vincere:*** DotA 2, Counter Strike:Global Offensive, Fortnite, Rainbow Six:Siege, Apex Legends, Player Unknown's Battle Grounds, PUBG: Mobile, Quake, League of Legends, World of Tanks (navi)
- ***SK Telecom T1/T1 Entertainment & Sports:*** League of Legends, League of Legends Academy, Fortnite, Apex Legends, Hearthstone, DotA 2, Super Smash Bros, FIFA, Player Unknown's Battle Grounds, Valorant, Overwatch (t1)
- ***Evil Geniuses:*** DotA 2, League of Legends, Counter Strike:Global Offensive, Super Smash Bros, Tekken, Call of Duty, Rocket League (evilgeniuses)
- ***Cloud 9:*** DotA 2, League of Legends, League of Legends Academy, Counter Strike:Global Offensive, Fortnite, Hearthstone, Super Smash Bros, Rocket League, Overwatch, Valorant, Teamfight Tactics, Halo, World of Warcraft, Rainbow Six:Siege, PUBG:Mobile (cloud9)
- ***Fnatic:*** League of Legends, League of Legends Academy, Fortnite, Counter Strike:Global Offensive, DotA 2, Rainbow Six:Siege, FIFA, PUBG:Mobile (fnatic)
- ***Team Liquid:*** Starcraft II; League of Legends, League of Legends Academy, Hearthstone, Counter Strike:Global Offensive, DotA 2, Rainbow Six:Siege, FIFA, Super Smash Bros, Tekken, Mortal Kombat X, Quake, Clash Royale, Apex Legends, Auto Chess, Teamfight Tactics, Player Unknown's Battle Grounds, PUBG:Mobile, Free Fire, Rocket League (teamliquid).

Çizelge 2.1. Dünyaca Ünlü Takımların Turnuvalardan Elde Ettiği Gelirler

TAKIM ADI	TOPLAM KAZANÇ(USD)	TURNUVA SAYISI
Team Liquid	35 483 248	1833
OG	33 906 233	97
Evil Geniuses	24 258 698	853
Fnatic	15 627 977	928
Virtus.pro	14 403 074	509
Newbee	14 225 385	231
Vici Gaming	13 084 345	302
Team Secret	12 051 278	277
Invictus Gaming	11 664 550	501
Natus Vincere	11 186 950	485
LGD Gaming	10 892 160	144
Cloud 9	9 925 960	759
SK Telecom T1	9 773 139	327
Wings Gaming	9 745 472	27
Paris Saint-Germen Esports	9 380 395	72
FaZe Clan	9 182 227	358
Astralis	8 341 418	91
OpTic Gaming	8 263 718	300
G2 Sports	7 486 419	425
Team Envy	6 550 419	356
Team SoloMid	6 514 296	611
SK Gaming	6 510 141	663
MVP	6 227 204	487
Alliance	5 713 892	323
Mousesports	5 355 689	953
Samsung	5 306 802	353
Ninjas in Pyjamas	5 120 009	325
Counter Logic Gaming	5 076 158	440
Lazarus	5 010 356	257
NRG Esports	4 900 064	325
Royal Never Give Up	4 885 919	76
Chaos Esports Club	4 862 963	81
Gen.G	4 589 229	62
TnC Gaming	4 439 300	57
compLexity Gaming	4 419 813	593
EHOME	4 040 691	102
Team Dignitas	3 995 002	606
CDEC Gaming	3 704 903	52
Luminosity Gaming	3 545 707	264
EDward Gaming	3 444 210	107

Bu çizelgedeki takımlar listesi, turnuva sonuçlarına, oyuncu transferlerine ve internette yayınlanan takım beyanlarına göre en çok para ödülü kazanan e-spordaki en iyi takımları temsil etmektedir (esportsearnings, 2020).

Dünyada en çok bilinen bu 20 takım dışında ülkemizde de yıllarca profesyonel alanda kendini göstermiş, dünya kupalarına gitmeye hak kazanmış ve turnuvalarda sıklıkla yer almış birçok takım bulunmaktadır. Özellikle geleneksel spor kulüplerinin desteğini arkasına alan takımların artış gösterdiği görülmektedir. Türkiye'deki en bilindik takımların bazıları maddeler halinde listelenecek olursa:

- ***Galatasaray Espor:*** League of Legends, League of Legends Academy, FIFA, Zula, Wolfteam (wikizero)
- ***1907 Fenerbahçe Espor:*** League of Legends, League of Legends Academy, FIFA, Zula, Apex Legends, Teamfigth Tactics, NBA2K, Player Unknown's Battlegrounds, Wolfteam (fenerbahceespor)
- ***Beşiktaş Espor:*** League of Legends, League of Legends Academy, Zula, Counter Strike: Global Offensive, Clash Royale, FIFA, Rocket League (wikipedia)
- ***Dark Passage:*** League of Legends, League of Legends Academy, Player Unknown's Battlegrounds, Fortnite (wikipedia)
- ***Super Massive:*** League of Legends, League of Legends Academy, FIFA (supermassive)
- ***Bursaspor Espor:*** League of Legends, League of Legends Academy, Zula (lolgamepedia)
- ***HWA Gaming:*** League of Legends, League of Legends Academy, DotA 2, Counter Strike, Call of Duty (liquipedia)
- ***Oyun Hizmetleri:*** League of Legends, League of Legends Academy, Counter Strike: Global Offensive, PUBG:Mobile, Zula, Player Unknown's Battlegrounds (facebook)
- ***Futbolist:*** FIFA, PUBG:Mobile, Clash Royale, NBA2K, Hearthstone, Teamfight Tactics, Valorant, Pro Evolution Socer, DotA 2 (twitter)
- ***Çamlıca Espor:*** Zula, NBA2K, PUBG:Mobile, Counter Strike: Global Offensive, Player Unknown's Battlegrounds, FIFA (twitter)

- ***Space Soldiers:*** Counter Strike. Türkiye'de Counter Strike denildiğinde başarı ve oyuncu yetiştirmesiyle akla gelen ilk takımdır. Birçok oyuncunun yurtdışına transfer olmasını sağlamış ve Türkiye'de başarı elde etmesine olanak yaratmıştır.
- ***İstanbul Wildcats:*** League of Legends, League of Legends Academy, Zula, Zula Academy, Zula Kadınlar, Counter Strike: Global Offensive, Teamfight Tactics, Valorant, Fortnite, Player Unknown's Battlegrounds, PUBG:Mobile, PUBG:Mobile Kadınlar, PUBG:Lite, FIFA, Formula 1, Rocket League, Starcraft, Street Fighter, Call of Duty, NBA2K (istanbulwildcats)

Mesut Özil'im M10 Esports, Gareth Bale'in Ellevens ve Christian Fuchs'un No Fuchs Given gibi kendi e-spor takımlarını kurmasından sonra, Manchester City futbol takımının dünyaca ünlü futbolcusu Sergio Kun Agüero da 15 Ekim 2020 yılında kendi e-spor takımını, KRÜ E-sports'u duyurmuştur. Eski dünyaca ünlü futbolcular Ronaldinho ve Ruud Gullit de kendi e-spor takımlarını kurmuşlardır (Irwin, 2020).

2.5.6. Markalar

Dijital oyun sektörünün teknoloji ile paralel olarak gelişim göstermesi, teknolojik markaların ve oyun üreticilerinin aynı paydada buluşması için ortam hazırlamıştır. Sektörün ekonomik yönden büyük olmasının sebeplerinden birisi de dünyaca ünlü markaların yatırım, Ar-Ge, üretim gibi işletme fonksiyonlarını dijital oyunlara yönlendirmesidir. Bu konu başlığı altında en çok bilinen markalar ele alınıp açıklanmıştır. Gün geçtikçe daha fazla oyun motoru, oyun üreticisi, teknolojik markalar, sponsorlar, yatırımcılar ortaya çıkmaktadır ve her yenilik sektörün paydasının büyümesine ek katkı sağlayacaktır. Dünyaca ünlü bu markalardan bazıları listelenecek olursa:

Razer: Klavye, mouse, kulaklık, mouse pad gibi donanımsal parçaların dünyaca ünlü markaları listesinde her zaman iddialı bir şekilde yer almıştır. Son zamanlarda oyuncular için dizüstü bilgisayar üretimine de başlamıştır. Rakiplerine nazaran piyasada yüksek fiyattan ürünler satmasına rağmen kalitesinden ötürü sıkça tercih edilmektedir. Şirket Amerika'da kurulmuştur.

Asus: Tayvan'da kurulan şirket yıllardır elektronik cihaz ve parça üretiminde dünyada sayılı markalardan biri olmuştur. Son zamanlarda dijital oyunların da yükselişe geçmesiyle

birlikte hem donanım hem yazılım ürünleri üretmeye başlamışlardır. Mouse, klavye, kulaklık, monitör, ekran kartı, ana kart, ses kartı, güç kaynağı, hoparlör, harici bellek gibi birçok ürün üretmektedir. Aynı zamanda mobil oyunların da gelişmesiyle Republic of Gamers serisi adı altında ürettiği dizüstü bilgisayarlara ek olarak tablet ve akıllı telefonlar da üretmeye başlamıştır.

Steel Series: Klavye, mouse, kulaklık, mouse pad gibi donanım parçalarının üretimini yapan Danimarka firmasıdır. Sade, şık ve renkli tasarımları ile oyuncuların görsel zevklerine hitap etmeyi başarmış ve bu sayede sıkça tercih edilen markalardan biri haline gelmiştir.

Nvidia: Ekran kartı denildiğinde akla ilk gelen markaların başında yer almaktadır. Sürücülerinin güncellemeleri doğrultusunda getirdiği yenilikler, gelişen teknoloji ve oyunların grafikleri dolayısıyla hızlıca adapte olabilmesi, birçok devasa evrenli oyunları rahatça çalıştırabilmesi ve ürün çeşitliliği sayesinde gelir ve uyum bakımından birçok insana hitap etmesi gibi faktörler, markanın tercih edilmesinin en büyük sebeplerindendir. Amerika markası piyasaya çıkacak olan birçok oyuna hazır şekilde her yıl kendini ve ürünlerini geliştirmeye devam etmektedir.

AMD: Yüksek performans işlemci, ekran kartı ve ana kart üretim firmasıdır. Piyasada ve dijital ürün forumlarında algısal olarak daha ucuz ve düşük kalitede görünmesine karşın son yıllarda geliştirdiği Ryzen serisi ile adeta karını üç katına çıkarmıştır. Bu da hafife alınmayacak bir marka olduğunu göstermektedir. Oyunlarla ve diğer parçalarla olan optimizasyonu ve aynı zamanda ürün çeşitliliği sayesinde birçok kişiye hitap edebilmektedir.

Intel: İşlemci denildiğinde yıllardır birçok bilgisayar markasının tercihi olan Amerikan şirketi 2019 yılı itibariyle 72 milyar dolar gelire sahiptir. AMD ile olan kıyasıya rekabeti her yıl bu iki markanın da birbirini geliştirmesine ortam hazırlamaktadır (intel revenue, 2019).

Lenovo: Önceleri dizüstü bilgisayar üreten Çin firması, dijital oyunların gelişimiyle birlikte oyuncular için dizüstü bilgisayarları üretmeye başlamıştır. Ayrıca son zamanlarda mobil oyunların gelişmesi etkisiyle de oyuncular için akıllı telefonlar üretmişilerdir.

Rampage: Ülkemizde oldukça yaygın ürün satışı gerçekleştiren markanın hitap ettiği kesim genelde düşük bütçeli oyun meraklıları olmuştur. Üretilen ürünler de profesyonel olmayan kişiler için ziyadesiyle yeterli fiyat performans ürünleri olarak betimlenmektedir. Bu da özellikle dövizin artış gösterdiği dönemler ele alınınca insanlar için rahatlıkla ulaşılabilecek ürünler alınabilmesine olanak sağlamaktadır. Mouse, klavye, kulaklık, mouse pad, fan, monitör, oyuncu koltuğu, soğutucu gibi birçok ürün üretimi ve satışını gerçekleştirmektedir.

HyperX: Kulaklık, mikrofon, ram, bellek sürücüleri, mouse, mouse pad, şarj aletleri gibi ürünleri üreten Amerika firmasıdır. Özellikle son yıllarda ürettikleri mikrofonlar yayıncılık kanallarının da artmasıyla birlikte sıkça talep edilmiş ve beğeni toplamıştır. Bunun akabinde de daha iyilerini üretmeye devam etmişlerdir. Birçok Twitch, YouTube ve diğer platform yayıncılarına hem sponsor olmuş hem de mikrofonlar hediye ederek reklamını birçok alanda yapmıştır. Ürünlerinin kalitesi de kullanıcılar tarafından olumlu geri bildirimler şeklinde dönüt alınmasıyla kendini göstermiştir.

Lol esports: League of Legends oyununun 10 yıllık geçmişinden sonra çok geniş kitlelere hitap etmesi sonucu, Riot artık sembol olarak da League of Legends oyunundaki Sihirdar Vadisi şeklini andıran bir logo ile lol esports markasını kurmuştur. (lolesports, 2020). League of Legends'ın 10. Yılı olması itibariyle Riot şirketi kendi logolarında da değişikliğe gitti ve marka adını Riot Games olarak gösterdi. Sondaki 's' takısı sadece League of Legends değil diğer oyunlar için de oluşacak yeni bir platform olduğunun göstergesidir. Valorant, Teamfight Tactics, Wild Rift, Legends of Runeterra gibi oyunların da piyasaya sürülmesi bu değişikliğin ispatı olarak gösterilebilir.

Alienware: Alienware, Dell'in Amerikan bilgisayar donanımı yan kuruluşudur. Ürün yelpazesi, uzaylı temalı tasarımlarıyla tanımlanabilen oyun bilgisayarlarına adanmıştır. 3 milyar dolarlık gelire sahip olan firma, bu sermayesini son 6 ayda 2 milyardan 3 milyara çıkararak gerçekleştiriştir.

Konami: Konami Holdings Corporation bir Japon eğlence ve kumar şirketidir. Ticaret kartları, anime, tokusatsu, slot makineleri, pachinko makineleri, atari konsolları üretir ve dağıtır, ayrıca bir video oyunu geliştiricisi ve yayıncısıdır. Konami'nin dünya çapında kumarhaneleri vardır ve Japonya'da sağlık ve fiziksel fitness kulüpleri işletmektedir.

Konami'nin video oyunları arasında Metal Gear, Silent Hill, Castlevania, Contra, Frogger, Gradius, Yu-Gi-Oh!, Suikoden ve Pro Evolution Soccer yer almaktadır. Ayrıca Konami, Dance Dance Revolution ve Beatmania ile tanınan Bemani'nin yanı sıra Bomberman, Adventure Island, Bonk, Bloody Roar ve Star Soldier ile tanınan eski oyun geliştiricisi Hudson Soft'un varlıklarının da sahibidir. Konami, Newzoo tarafından, gelir bakımından dünyanın yirmi birinci en büyük oyun şirketi olarak gösterilmektedir (Newzoo, 2020).

EA Games – EA Sports: Electronic Arts Inc. (EA), merkezi California, Redwood City'de bulunan bir Amerikan video oyun şirketidir. Activision Blizzard'dan sonra gelir ve piyasa değeri açısından Amerika ve Avrupa'nın en büyük ikinci oyun şirketidir ve Mayıs 2020 itibarıyla Take-Two Interactive, CD Projekt ve Ubisoft'un önüne geçmiştir (Jordan, 2018). EA şu anda Battlefield, Need for Speed, The Sims, Medal of Honor, Command & Conquer, Dead Space, Mass Effect, Dragon Age, Army of Two, Titanfall ve Star Wars dâhil olmak üzere kendi yerleşik oyunlarını geliştirmekte ve yayınlamaktadır. EA Sports başlığında ise; FIFA, Madden NFL, NBA Live, NHL ve EA Sports UFC oyunlarını geliştirmiştir (Davison, 2011). Geleneksel spor dallarını konu alan bu oyunlar en çok tercih edilenler arasında ve sportif oyunların en bilindikleri olarak yer almaktadır. Çevrimiçi bir dijital oyun dağıtım platformu ve Valve's Steam ve Epic Games Mağazası'na doğrudan rakip olan kendi geliştirdiği Origin platformunda da bu oyunların satışı yapılmaktadır.

Valve: Valve Software olarak da bilinen Valve Corporation, merkezi Washington Bellevue'de bulunan bir Amerikan video oyun geliştiricisi, yayıncısı ve dijital dağıtım şirketidir. Yazılım dağıtım platformu Steam ve Half-Life, Counter-Strike, Portal, Day of Defeat, Team Fortress, Left 4 Dead ve Dota serilerinin geliştiricisidir. Valve, 1996 yılında eski Microsoft çalışanları Gabe Newell ve Mike Harrington tarafından kurulmuştur. İlk ürünleri olan PC birinci şahıs nişancı Half-Life, 1998'de piyasaya çıktı ve ciddi bir beğeni ve ticari başarı elde etmiştir. Valve, 2011 yılına kadar dijital PC oyun satışlarının yaklaşık yarısını oluşturan Steam'i piyasaya sürmüştür. 2012'ye kadar, yaklaşık 250 kişiyi istihdam etmiş ve 3 milyar doların üzerinde bir değere sahip olduğunu bildirmiştir, bu da onu ABD'deki çalışan başına en karlı şirket haline getirmiştir. 2010'lu yıllarda gelişimini duraksatan Valve 2013 yılında Dota 2'yi piyasaya sürdükten sonra 2017 yılı itibariyle 4.3 milyar dolar Steam satış geliri elde etmiştir (Cooper, 2019).

Ubisoft: Merkezi Montreuil'de olan ve dünya çapında birçok geliştirme stüdyosu bulunan bir Fransız video oyun şirketidir. Rayman, Raving Rabbids, Prince of Persia, Assassin's Creed, Far Cry, Just Dance ve Tom Clancy'nin serileri dâhil olmak üzere birçok video oyunu franchise için oyunlar yayınlamaktadır. Mart 2018 itibariyle Ubisoft, Activision Blizzard, Electronic Arts, Take-Two Interactive ve CD Projekt'ten sonra Amerika ve Avrupa'da gelir ve piyasa değeri açısından halka açık en büyük beşinci oyun şirketi olarak gösterilmektedir (Jordan, 2018).

Tencent Games: Eğlence, yapay zekâ ve diğer teknolojiler dâhil olmak üzere çeşitli internet ile ilgili hizmetleri ve ürünleri dünya çapında pazarlayan Çinli firmadır. Dünyanın en büyük ve mali açıdan en değerli şirketlerinden birisidir. Hizmetleri; sosyal ağ, müzik, internet ortamları, e-ticaret, mobil oyunlar, internet hizmetleri, ödeme sistemleri, akıllı telefonlar ve çok oyunculu çevrimiçi oyunları içermektedir. Dünyada milyonlarca insana ulaşan PUBG (Player Unknown’s Battlegrounds), PUBG Mobile, Arena of Valor, Call of Duty:Mobile, League of Legends:Wild Rift, FIFA Online 3 gibi oyunların üretici firmasıdır.

Activision: Şirket, Ekim 1979'da Sunnyvale, California'da, eski Atari oyun geliştiricileri tarafından, popüler Atari 2600 ev video oyun konsolu için kendi oyunlarını geliştirmek üzere kurulmuştur. Activision, üçüncü taraf konsol video oyunu geliştiricisi olarak bir ilke imza atmıştır. Ancak kendi içinde yaşadığı ekonomik olumsuzluklar nedeniyle 2008 yılı itibariyle Blizzard Entertainment ile birleşmek zorunda kalmıştır (Activision, 2017). Doom 3, Angry Birds, Spider Man, Rome:Total War, Blur, Guitar Hero ve Call of Duty gibi oyunların 2000’li yıllarda piyasaya sürülmesinde öncülük etmiş olması, şirketin marka değerini yükseltmiştir.

Zynga: 2007 yılında Amerika’da kurulmuş olan sosyal oyun geliştiricisidir. Mobil oyunlar ve Facebook gibi sosyal ağ platformlarına odaklanan firma, dünyayı oyunlar aracılığıyla birbirine bağlamayı görev edindiklerini açıklamışlardır (Zynga, 2013). FarmVille, Words with Friends, Zynga Poker gibi oyunlar ile dünyaya adını duyurmuş olan firma, bu oyunları facebook vasıtasıyla insanlara aktarmayı başarmış ve oyun içinde gerçek para ile satın alınabilecek ürünler geliştirmiştir. Hemen her yaştan insana hitap eden ve günde belirli saatlerce girilebilecek düzeyde üretilen bu oyunlar hem kısa he muzun vadede insanları bağlamaktadır. Aynı zamanda sadece iş ortamındaki aralarda bilgisayarlardan

oynanarak değil aynı zamanda akıllı telefon ve tabletlerde diğer boş zamanlarda da ulaşılabilir olması insanların daha fazla ilgisini çekebilmeye olanak sağlamıştır.

Peak: İstanbul'da Sidar Şahin tarafından üretilen mobil oyun firması, 1,8 milyar dolara Amerika firması Zynga'ya satılmıştır. Peak'in Türkiye'de yaptığı mobil oyunların başarısının dünyada dikkat çekmesi sonucu bu gibi bir başarıya imza atması, aynı zamanda mobil oyun üretiminin nasıl bir ekonomiye sahip olduğunu da göstermektedir. Toon Blast ve Toy Blast en popüler oyunlardır ve en çok indirilen 20 oyun arasında yer almaktadır. Aynı zamanda 101 Okey Plus ve Okey Plus oyunları, Türkiye'de oldukça geniş kitlelere ulaşmıştır (BBC, 2020).

Steam: Oyunların atari kasetleri ve disketlerden sonra CD'nin keşfedilmesi ile bu disklere aktarılması, daha büyük bellek kapasitesine sahip yeni araçların da üretileceği gerçeğini kaçınılmaz kılmıştır. CD'lerin hüküm sürdüğü dönemde; filmler, müzikler, oyunlar, fotoğraf ve resimler bu disklere yüklenir ve bu ortamda saklanırdı. Oyunların üretiminin, türünün ve sayısının artması yazılımcıların aklına farklı bir fikir getirerek bu oyunları orijinal şekilde oyun üreticileri ile anlaşma sağlayarak tek bir ortamda toplamaya yöneltmiştir. İşte Steam bu ortamı sağlayan uygulamadır. Bilgisayara yüklenen veya internet sayfasına bağlanılarak ulaşılan Steam, içinde orijinal olmak kaydıyla yüz binlerce oyun barındırmaktadır. Oyuncular bu ortamdan oyunları ve oyun yamalarını diledikleri gibi satın alabilir, gittikleri her yerde bu ortama bağlanarak oyunlarını cihazlarına yükleyebilir ve en nihayetinde bu oyunları oynayabilir. Steam'in bu hareketi de oyun üreticisi firmalarına, korsan oyun üretimini durduracağını ispat etmiş ve yıllardır oyun şirketlerinin bu firmayla çalışmasına olanak sağlamıştır. Kendi içinde bir pazarı, topluluğu, oyun kataloğu bulunması da orada bir ekonomi, sosyal alan, vitrin olmasını göstermektedir. Ayrıca dünyada çokça bilinen Counter Strike, DotA gibi oyunları bünyesine alıp oyunculara sunmuş olması da Steam'in tercih edilme sebeplerinde en etkili faktör olarak kabul edilebilir.

Origin: Electronic Arts tarafından video oyunları satın almak ve oynamak için geliştirilmiş bir dijital dağıtım platformudur. Platformun yazılım istemcisi kişisel bilgisayar ve mobil platformlar için kullanılabilir. Steam ile aynı özelliklere sahiptir. Yeni çıkan Apex gibi oyunlar bu gibi platformların da reklamını yapmak için ortak marka değeri oluşturabilmektedirler.

Logitech: Lozan, İsviçre ve Newark, California merkezli bilgisayar çevre birimleri ve yazılım üreticisidir. Amerika, Avrupa, Asya ve Okyanusya'da ofisleri bulunan şirket 'PC' olarak adlandırılan kişisel bilgisayarlar ve diğer dijital ürünlerin, ara yüz cihazlarının üreticilerindendir. Şirket; PC navigasyonu, görüntülü iletişim, akıllı ev aletleri geliştirmekte ve pazarlamaktadır. Son yıllarda dijital oyunların çok hızlı gelişmesi ve e-spor endüstrisinin hızlı büyümesinden ötürü klavyeler, fareler, tablet aksesuarları, web kameraları, bluetooth hoparlörler, uzaktan kumanda ve kontrol cihazları da geliştirmeye başlamışlardır. E-sporcular tarafından en çok tercih edilen markalar arasında yer almaktadır. Şirketin adı ise Fransızca'daki *'logiciel'* kelimesinden gelmektedir (fullforms, 2020).

2.5.7. Medya kanalları

Günümüzde dijital oyun sayesinde ortaya çıkan iki tanım, yayıncı ve izleyicidir. Belli platformlarda yeteneklerini, kişisel tepkilerini, oyun oynama tarzlarını, stratejilerini, muhabbet edebilme becerilerini sergilemek isteyen kişilerin bu ortamları kullanarak insanlara ulaşması onları yayıncı yapmış ve bu kişileri izlemek isteyen kişiler de izleyiciler olmuştur. Yeni bir meslek kolu haline gelmiş olan çevrimiçi yayıncılık, içerik üreticiliği (influencer), oyunculuk gibi tanımlar ciddi gelirler elde edilmesini sağlamaktadır. Bunların gerçekleştiği aracı platformlar da yayıncı ile izleyiciyi aynı evrene sokup etkileşim yapılmasına ortam oluşturmaktadır. Yayıncılar bağış (donate), abonelik (subscribe), internet parası (bit, yıldız) gibi gerçek para karşılığı olan birimlerle gelir elde edebilmektedir ve bu gelirleri izleyiciler tarafından almaktadırlar. Aracı platform ise anlaşmalı partnerlik ile yayıncılardan, izleyicilerin aktardığı paranın bir kısmını almaktadır. İzleyici sayesinde hem yayıncı hem de yayın akışı platformu gelir elde etmektedir. Takip etmek ve izlemek ücretsiz olmakla beraber, izleyicilerin sevdikleri yayıncıların o ortamdaki varlığını sürdürebilmesi ve daha kaliteli içerik sunabilmesi için bağış yapmaları aynı zamanda hem yayıncının hem de platformun daha da büyümesini sağlamaktadır. Bu yayın akışı ortamlarının sadece yayıncı ve bağış kısmı değil, aynı zamanda televizyon programı gibi öğretici ve güncel haberlerin verildiği türleri de vardır ancak en bilinen markalar streaming platformlarıdır.

- Twitch, Amazon'un yaklaşık 1 milyar dolarlık bir fiyatla satın alınmasından sonra oyun dünyasında yayıncılık adına günümüzde de en çok kullanılan streaming

platformu olmuştur. Bu platformun amacı; oyun oynamayı sevenlerin, eski veya güncel elektronik sporcuların, eğlendirici yayın yapmak isteyenlerin, oyunda iyi olduğunu düşünen kişilerin yeteneklerini göstermek istediği eğitici yayınlar yapmak isteyenlerin kendi tarzlarında canlı akışta yayın yapmasını sağlamasıdır. Ancak günümüzde daha fazla kategori eklenmiştir. Bunlar; sadece sohbet, müzik, dünyadan haberler, gezi rehberleri, grafik ve resim çizimi, makyaj ve cosplay gibi içerikler Twitch'in daha çok izleyiciye hitap etmesini sağlamıştır. Televizyon niyetine yayın izleme alışkanlığı gelişmiştir. İnsanlar istedikleri zaman çevrimiçi yayınları ve çevrimdışı yayın tekrarlarını izleyebilme imkânına sahiptir. Ayrıca "Chat" kısmı sayesinde o kanaldaki izleyicilerle ve yayıncıyla anında etkileşime geçip sosyal bir ortam oluşturulmaktadır. Bunun yanında yayın içeriğine göre izleyiciler yayına katılabilmektedir. Bu erişilebilir olmak da insanların daha fazla ilgisini çekmektedir.

İlk yayıncılık zamanlarında profesyonel oyuncular hâlihazırdaki izleyicinin dikkatini çekmiş ve oyunculuk sonrasında bu kitle sayesinde yayıncılığa yönelmiştir. Sonrasında sektöre giren yeni yayıncılar aslında o kitlenin dikkatini çekebilmek için yeni içerikler sunmak zorunda kalmıştır. Bu rekabet de Twitch'in içerik açısından zenginleşmesini sağlamıştır. Yani yayıncıların kendi aralarındaki rekabet direkt olarak platformun yararına gelişmiştir. Televizyon ile karşılaştırıldığında, daha iyi program yapan kanalın daha çok izlendiği varsayımı ile tamamen benzerlik taşımaktadır. İçeriklerinde yeniliğe gitmeyen yayıncıların izleyici ve abone sayılarında düşüş olması ve buna karşın kendini geliştirip, tarzını değiştirip veya aynı tarzı farklı sunumda gerçekleştirebilen yayıncılar ise daha da büyümeyi başarabilmişlerdir. Takipçi sayıları, bağışlar, abonelikler, markaların sponsorluğu gibi parametrelerin artışı yayıncıları daha üst konumlara getirmektedir. Özellikle Türkiye dışındaki ülkelerde ünlü isimlerle oyun oynamak (Drake, Neymar gibi) bu yayıncıların itibarlarını küresel anlamda artırmaktadır. Türkiye'de de birkaç ünlü isim bu platformda yayınlar açmakta ve oyunlar oynamaktadır. Aynı zamanda oyun oynarken izleyiciyle birebir sohbet edebildikleri için izleyici kazanma konusunda diğer yayıncılar gibi sorun yaşamamaktadırlar.

Tüm bu unsurlar Twitch'i çağdaş medya seyirciliği ve tüketimi ve bu uygulamalar etrafında ortaya çıkan toplulukları incelemek için zengin bir yer yapmaktadır. Bu istihdam, oyun yayınlarında finansal başarı elde edenler için bir kariyer yolu oluşturmaktadır. ABD

örneğine bakıldığında 25 yaş altındaki yayıncılar yılda 50 bin doların altında gelir elde etmektedirler ce sadece erkekler değil, kadın yayıncılar da bu kitleye dâhildir. Yayıncılara yöneltilen sorularda genel olarak ortak cevap, yayın yapabildikleri kadar yapmaya çalışacakları ve gitti yere kadar devam ettirmek istedikleri yönündedir. Sponsor firmalar da bu çalışma prensibinden memnun olduklarından ötürü süresiz olarak yayıncıların bu alanda devam etmesini istemektedir (Johnson & Woodcock, 2017).

Twitch yayınlarında genellikle izlenen oyunlar, yapay zekâya karşı savaşma üzerine kurulu oyunlardan ziyade gerçek kişilere karşı oynanan oyunlardaki stratejilerin, taktiklerin, yeteneklerin ortaya çıktığı oyunlardır. İnsanlar sahip oldukları veya sahip olmadıkları halde ilgi duydukları oyunları izlemeyi tercih etmektedir ve bu tercihleri yapay zekâya karşı oynanan hikâye, macera, aksiyon oyunlarından ziyade takımlar halinde veya bireysel olarak başka takımlara ve insanlara karşı oynanan, ağırlıklı olarak MOBA ve FPS türündeki oyunlar yönündedir (EnricoGandolfi, 2016). Bu eğilim oyun dünyasında bu tür oyunların yenilerinin üretilmesine yol açtığı gibi bu türlerin dışında yeni türlerin de ortaya çıkmasına öncü olmaktadır.

- Mixer yayın platformu Twitch'in çok fazla ilgi görmesi ve piyasada adeta tekelleşmesi üzerine ortaya çıkarılmış yeni bir oluşumdur. Mayıs 2017'ye kadar, platform Beam adında varlığını sürdürmüştür. Ancak Microsoft, dünya çapında ticari marka mevcut olmadığı için Beam'i bırakmak zorunda kalmıştır. Platform orijinal olarak Microsoft tarafından da geliştirilmemiştir. Şirket Beam'i 2016'da geri satın aldı. Microsoft'un bir parçası olmak Beam'e ayrıcalık sağlamıştır. Windows işletim sistemi ile altyapısı oluşturulmuş olan uygulama Xbox konsolları ile yerel entegrasyona sahiptir (Bychok, 2020).

- Son dönemlerde Ninja, Shroud ve PewDiePie gibi Twitch ve YouTube üzerinde milyonlarca takipçiye sahip isimleri kendi bünyesine katmayı başaran Mixer bu sayede Twitch'e rakip olabilmeyi bir nebze de olsun başarabilmiştir. Ancak 22 Temmuz 2020 itibariyle bu büyük isimlerle olan sözleşmesi bittikten sonra Mixer, mevcut iş ortaklarını Facebook Gaming'e taşımayı planlamaktadır. Bunun nedeni Twitch, YouTube ve Facebook Gaming ile rekabet edilebilmesi için gerekli ölçeğe ulaşılamaması olarak gösterilmektedir (Warren, 2020). Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta, bir platformun piyasada tek başına varlığı rakip firmalar

tarafından dikkat çekmekte ve onlara rekabete açık bir piyasa olduğunu göstermektedir. Bu rekabete girmek için de mevcut platformların daha gelişmişini sunarak seyirciyi kendi üretimlerine çekmeye çalışmak yine bu firmaların kazançlarını artıracaktır. Çünkü rekabetin olduğu yerde inovasyon devreye girmektedir, bu da yayın akışı araçlarının izleyicilerin daha fazla eğlenmesi, keyif alması, ilgi göstermesi yönünde bir gelişime yön vermektedir.

- Twitter ve Instagram, Facebook'un yaş ortalaması daha yüksek kesime hitap etmesinden sonra gençlerin sıkça kullandığı sosyal medya uygulamaları haline gelmiştir. Twitter sayesinde düşüncelerini, günlük yaşamlarını yazı olarak ortaya koyan kişiler Instagram uygulaması çıktıktan sonra Twitter'daki paylaşımlarını görsel olarak sunmaya başlamışlardır. Elektronik sporcuların, takımların ve oyunların hayranlarının ve takipçilerinin çok olması sebebiyle sosyal medyayla ister istemez iç içe olmaları onları göz önünde birer birey haline getirmiştir. Bu platformlar sayesinde hem yayın akışı zamanlarını, hem turnuvaları, hem transfer haberlerini, takımlarda yaşananları yani hayranların bilmek isteyebilecekleri birçok faktörü rahat ve hızlıca paylaşabilmektedirler. Dünyada geleneksel sporlarda profesyonelleşmiş ikonik isimlerin milyonlarca takipçilerinin olmasına paralel olarak elektronik sporlarda da yıldız isimlerin binlerce takipçisi vardır. Özellikle Türkiye'den yurtdışına transfer olan oyuncularımızın oradaki yaşamları, performansları, tecrübeleri hayranların oldukça ilgisini çekmektedir. Sadece yurtdışı değil ülkemizdeki yıldız oyuncuların da takipçileri bu isimleri yalnız bırakmamaktadırlar. Bu da elektronik sporcuları sosyal medya kullanmaya iten faktörlerden biri haline gelmiştir.

- Facebook Gaming, Twitch platformunun ortaya çıkışından çok daha öncesine dayanmaktadır. Normalde arkadaş edinme, bulma ve onlarla etkileşim kurma üzerine inşa edilen uygulama, kullanıcıların daha çok bu platformda zaman geçirmesine yönelik çalışmalar üzerine mini oyunlar üretmeye başlamıştır. Bu oyunlar sayesinde insanlar arkadaş listelerindeki kişilerle etkileşime geçip oyun oynamadan bile oynayan kişilere avantaj sağlayacak hamleler yapabilmekteydi. Bu etkileşimler sonucunda oynamayan yani pasif olan kesimin de oyunlara olan ilgisi oluşmaktaydı. Bir süre sonra şeker patlatma olarak bilinen Candy Crush oyununun ortaya çıkması bir anda milyonlarca kullanıcıyı Facebook uygulaması üzerinden bu

oyunu oynamaya itmiştir. Oyunun mantığı çok basit olup, bu oyun içinde mevcut seviyeyi geçmek için 5 hak verilmektedir. Bu haklar bittiğinde kullanıcılar arkadaş listelerindeki kişilerden yardım isteyebilmektedirler. Bu yardımlar, oyundaki hakkı biten kişileri oyunda daha fazla tutmayı sağlamaktadır. Ayrıca gerçek para ile direkt hak satın alınabilmektedir. Bu sistemin gelişmesi Facebook Gaming oluşumunun en önemli adımlarından biridir ve şu anda Twitch'e rakip olmasında en önemli rolü oynamaktadır. Sonraları insanlar oyun içindeki sıralamalardan arkadaşlar edinebilmekte ve kendi arkadaş listelerinin dışındaki diğer Facebook kullanıcılarına ulaşabilmektelerdi. Facebook onlarca mini oyun çıkarmış ve yine aralarından birçoğu (Farmville gibi çiftlik oyunları) ilgi görmüştür ancak aralarında en çok dikkat çeken yine Candy Crush olmuştur. Elde ettiği gelir ile bağımsız bir oyun haline gelen Candy Crush da farklı versiyonlarıyla Google Play ve Apple Store'da yerini almıştır.

Zaman taahhüdü açısından, Facebook oyunlarını oynamanın sıradan hiçbir yanı yoktur. Tek bir oyun oturumu 10 dakika sürebilirken, Facebook oyunlarının yapısı, her zaman yapacak yeni bir şeyler olduğu için oyuncuları sürekli olarak oyuna tekrar girmeye teşvik etmektedir. Genel olarak, her gün ortalama bir buçuk saat oyun oynanır. Nihayetinde, Frontierville'in oyun mekaniği nispeten basitken, görevlerde önemli bir çeşitlilik ve sosyal ilişkileri sürdürme ve itibar puanları kazanma açısından ortaya çıkan farklı zorluklar vardır. Sosyal oyunlarda başarı, bir oyuncunun hem oyunun kendisinde hem de oyunun bulunduğu platformda sosyal ilişkilerini ne kadar iyi sürdürdüğü ile doğrudan ilgilidir. Oynanış ve ödüller; iletişim, paylaşma ve hediye verme gibi sosyal becerilere dayanmaktadır. Örneğin, Frontierville'de ve diğer tüm çiftlik oyunlarında, komşular oyunda önemli bir rol oynar. Oyuncular komşularının çiftliklerini ziyaret edebilir ve onlara bakabilir, bunu yaptıkları için ödüller ve itibar puanları kazanabilirler. Bu sosyal mekanikler, işbirliği, karşılıklı yardım gibi gerçek dünya sosyal becerilerini de geliştirir ve ödüllendirir. Oyun ekranının altındaki profil fotoğrafları, oyuncuların sadece beceri düzeyleri açısından değil, aynı zamanda itibarları açısından da oyuncularının ne kadar iyi performans gösterdiğini otomatik olarak izlemelerine olanak tanır. Komşular, hem puanları hem de itibar düzeyleri açısından birbirlerinin ilerlemesini otomatik olarak izleyebilir. Bu itibar seviyeleri oyunda önemli bir rol oynar ve oyuncuların hangi komşuların daha yardımsever ve sosyal olduğunu fark etmelerine olanak tanır ve böylece kimin "en arkadaş canlısı" komşu olduğu konusunda dostça bir rekabet başlatır (Whitson & Dormann, 2011).

Günümüzde Facebook Gaming'in Twitch'e rakip hale gelmesinin nedeni yine rekabete dayanmaktadır. Facebook şirketinin kendini birçok alanda geliştirmesi ve dijital oyunların, yayın akışı platformlarının dikkatleri üzerine çekmesi, Facebook Gaming'in ortaya çıkmasını kaçınılmaz kılmıştır. Twitch platformu üzerinde yayın yapan birçok kişiye bir yıllık anlaşmalar ile teklif götürmüş ve kendi bünyesi altına almıştır. Nitekim Twitch kullanıcısı ağırlıklı olarak Z kuşağına hitap ettiği ve bu kuşağın Facebook kullanma oranının az olması beklenen izleyici kitlesine ulaşılmasına engel olmuştur. Son dönemlere Mixer platformunu da kendi bünyesine alan Facebook Gaming, Twitch ile olan rekabeti biraz daha artırmaya çalışmaktadır. Twitch'teki partnerlikte yayıncı, izleyiciden aldığı bağışın yarısını platforma verirken Facebook üzerinde izleyicilerin yaptığı bağışlar direkt olarak yayıncıya ulaşmaktadır. Bu da hem yayıncıyı hem de izleyiciyi bu platforma çekmeye teşvik etmektedir. Ayrıca kullanıcılar kendi facebook kullanıcı isimleriyle yani genellikle gerçek isim ve soy isim ile izleyici profillerine sahiptir. Bu sayede yayıncılara karşı hakaret edilmesi, yayın akışını bozacak davranışlarda bulunulması bu kişilerin direkt olarak deşifre olması anlamına gelecektir ve insanlar aykırı hareketler yapmaktan kaçınacaklardır.

Kendi sanal parasını da ilerleyen zamanlarda piyasaya süreceğini duyurması üzerine Facecbook'un ne kadar güçlü bir ekonomik yapıya sahip olduğunu görülmektedir.

- Lolespor, Türkiye'de Riot ofisinin açılmasından sonra ortaya çıkan League of Legends severlerin aynı çatı altında toplandıkları bir oluşumdur. Facebook, Twitter ve Instagram bağlantılarının yanında YouTube'da Şampiyonluk Ligi'nin yayınlarının olduğu bir kanaldır. Bu oluşum sayesinde League of Legends hayranları canlı maçları ve bu maçların tekrarlarını izleyebilmekte, transferlerden, sporculardan, takımlardan, yönetimlerden, organizasyonlardan haberdar olabilmektedirler.

- Lolesports, ise Türkiye'de Lolespor ne ise bunun dünyadaki karşılığı olarak yer almaktadır. Her ülkenin kendi League of Legends spor kanalı vardır ancak Lolesports markalaşma içine girmiş büyük bir oluşumdur. Burada bütün liglerin maçları, haberleri, organizasyonların duyuruları yer almaktadır. Ülkelerin League of Legends kanallarının ortak buluşma alanıdır.

Riot Games'in 21 Temmuz 2020 tarihinde kendi sitesinden yayınladığı duyuruda League of Legends e-spor markasının LoL Esports olarak bilineceğini duyurmuştur (Staff L. E., 2020). Bu marka oluşumu, 'yalnızca çevrimiçi e-sporların' anında şirketin tüm farklı bölgesel turnuvalarını tek bir şemsiye altında birleştirmesini amaçlamıştır. Riot e-spor iletişim başkanı David Higdon GamesBeat ile yaptığı röportajda, League of Legends'ın ikinci on yılına girerken, yeni LoL Esports markasının, oyunu anlamlı bir yaşam arayışı olarak güçlendiren değerleri somutlaştıracağını söylemiştir. LoL Esports, Summoner's Rift'in (Sihirdar Vadisi yani League of Legends'ın oynandığı harita) estetiğinden esinlenerek kendi farklı logosunu ve görsellerini ilk kez tanıtacaktır. Dünyada birçok ülkede dijital merkeze sahip olması yönünden Riot şirketinin ABD'de olsa bile Japonya'da olup bitenleri kontrol edebileceğini belirtmiştir keza Japonya'da olan çalışan da ABD'de olup biteni kontrol edebilecektir. League of Legends Esports'un, 2010'daki tanıtımından bu yana, 2019 Dünya Şampiyonası sırasında 21,8 milyon AMA (ortalama dakika izleyici) ile rekor kıran bir izleyici sayısına ulaşarak en popüler küresel e-spor haline geldiğini belirtmiştir (Grubb, 2020). Dünyanın en büyük çizgi roman kuruluşlarından biri olan Marvel Entertainment 2018 yılında, kendi web sitelerinde yayınladıkları habere göre League of Legends ile işbirliği yaparak çizgi roman ortaya çıkaracaklarını açıklamıştır (Frevele, 2018). League of Legends'ın ilk şampiyonlarından olan Ashe karakterinin kökenini konu alan çizgi roman, Ashe:Warmother adında 19 Aralık 2019'dan itibaren dijital platformda yayınlanmaya başlamıştır. Dört çizgi romandan oluşan seri ve diğer kahramanlara ait olan çizgi romanlar dijital ortamda yer almaktadır (Shafer, 2019).

- E-günlük programı Tivibuspor YouTube kanalında yayınlanmaktadır. Konukların da katıldığı program elektronik sporlarla ilgili gündemdeki haberleri sunmaktadır. Genelde ön planda olan popüler oyunların turnuva, takım ve transfer haberleri yer alırken aynı zamanda diğer oyunlara da değinilmektedir. Gelecekte yapılabilecek olan e-spor programları için küçük bir adım gibi görülebilir (Tivibuspor,E-Günlük, 2020).

- Ters Köşe programı da 2019 yılı itibariyle Tivibuspor YouTube kanalında yayınlanmaya başlamıştır. Yıllardır NBA ve League of Legends sunuculuğu yapmakta olan Kaan Kural ve yine yıllarca medya kanallarında futbol yorumculuğu yapan Ali Ece'nin karşılıklı sorular sorularak, belirli süreler sınırında

yorumladıkları konuların en son aşamasında e-spor üzerine de sohbet edilmektedir (Tivibuspor, Ters Köşe, 2019).

2.5.8. Etkinlik ve turnuvalar

Dijital oyunların elektronik sporlara dönüşümü, etkinliklerin ve turnuvaların yapılmasıyla daha da hızlanmıştır. Bilinen en eski dijital oyun yarışması 19 Ekim 1972 yılında Stanford Üniversitesi'nde "Intergalactic Spacewar Olympics" adıyla gerçekleşmiştir ve etkinliğe öğrenciler davet edilmiştir. Turnuvanın ödülü olarak Rolling Stone dergisinin 1 yıllık ücretsiz aboneliği verilmiştir. Ödülü ise Stanford Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrenimi gören ve boş vakitlerinde yapay zekâ laboratuvarında bolca vakit geçiren Bruce Baumgart kazanmıştır (Hiltscher & Scholz, 2015). Daha sonra bu etkinlik 1980 yılında tekrar yapılmış, oyuncu ve izleyici olarak toplam 100.000 kişi katılım göstermiştir.

Dijital oyunların çeşitliliğinin artması, dünyada bilgisayar ve internetin yaygınlaşması, insanların vakitlerini daha fazla elektronik aletlere ayırması, yani hepsinin altında teknolojinin gelişmesi sebebi olması; oyun sektörünün de değişmesini sağlamıştır. Bu değişim 2000'li yıllara gelindiğinde spor adı altında girmiştir ve elektronik sporların ilk belirtileri kendini göstermiştir. CPL (Cyberathlete Professional League) ligi kurulmuş, ilk profesyonel turnuvalar oynanmaya başlamıştır. Bundan sonra birçok oyun özelinde mikro ve makro turnuvalar düzenlenmeye başlamıştır. 2003 yılında Valve Corporation tarafından DotA oyununun piyasaya sürülmesi ile MOBA türünde ilk turnuvanın gerçekleşmesi sağlanmıştır. Dünyadan takımlar kurulmuş, kendi bölgelerindeki turnuvalardan dereceler elde eden takımlar yaz sezonu gelince ve kendi ligleri bitince ön elemeleri oynadıktan sonra dünya kupası turnuvasına katılmaya hak kazanmışlardır. Bu turnuvanın adı ise The International'dır.

Bir yandan da Counter Strike oyununun dünyada yaygınlaşması tıpkı DotA gibi birçok takımın kurulmasını sağlamış, ESL (Electronic Sports League) şirketinin kurduğu ligin etkinliğinde yine aynı ismi taşıyan ESL turnuvasına katılımlar gerçekleşmiştir. Dünyada en çok bilinen Counter Strike turnuvası da ESL'dir.

Daha sonra DotA'ya rakip olarak piyasaya sürülen League of Legends oyunu çok fazla talep görmüştür. Takımlar League of Legends oyunu için de kurulmaya başlamış ve her

bölgenin kendi liglerinin şampiyonları Worlds adı verilen dünya kupası şampiyonasında kendini gösterme fırsatı bulmuştur.

2013 yılında DotA 2 oyununun piyasaya sürülmesi üzerine League of Legends tarafından tekrar DotA'ya geçişler yaşanmıştır ancak günümüzde League of Legends oyununun çevrimiçi oyuncu sayısı DotA 2'dekinden çok daha fazladır. Buna rağmen dünya kupası turnuvalarına bakılacak olursa DotA The Internationals, League of Legends Worlds'ten daha fazla ödül havuzuna sahiptir.

Teknolojinin gelişmesi ile daha fazla oyunun piyasaya sürülmesi üzerine PUBG (Player Unknown's Battle Grouds), Fortnite, Apex Legends, Overwatch, Hearthstone, Call of Duty, Rocket League gibi oyunlar ortaya çıkmıştır. Bu oyunlara olan talebin fazla olması da yine bu oyunların da dünya kupası şampiyonası düzenlemelerine olanak sağlamıştır. Birçok ülkeden birçok takım artık tek bir oyun için değil, popüler tüm oyunlar için takımlar hazırlamaya başlamışlardır. Tıpkı geleneksel sporlarda olduğu gibi örneğin; Galatasaray Spor Kulübü'nün futbol, basketbol, voleybol, kürek, judo gibi farklı spor dallarında takımlarının olması, aynı zamanda League of Legends, Zula, FIFA, NBA2K gibi oyunlarda takımlarının olmasıyla benzeşmektedir.

Takımların kurulmasının amacı turnuvalardaki ödülleri almak, profesyonel arenada rekabetçi modda yetenek ve stratejileri sergilemek ve önce kendi bölgelerinde, sonra dünyada bir numara olmaya çalışmaktır. Bu da daha fazla gelir getirecek ve takımları bir üst seviyeye daha rahat çıkartacaktır. Önceleri ekipman ve cüzi miktarda para kazanmak amacıyla turnuvalara katılan takımlar, günümüzde daha profesyonel takım oluşumları olması sayesinde direkt hedefe odaklı hareket etmektedirler. Oyun evleri, ekipmanlar, yeme, içme, barınma, güvenlik, hukuki haklar, transfer ücretleri gibi birçok farklı ve oyun dışı parametreyi takımların profesyonel ekipleri yönetmektedir. Oyuncular sadece oyun oynamak ve kendilerini geliştirmek, daha iyi birer sporcu olmakla yükümlüdürler. Tıpkı geleneksel sporlardaki profesyonellik anlayışı elektronik sporlara da bu şekilde yansımıştır. Sadece oyun için değil, aynı zamanda beyin ve vücut için de yeterli egzersizlerin yapılması için yönlendirilmektedirler. Görünürde fiziksel olarak bir mücadele içinde olmayan oyuncular, profesyonel sahnede beyinlerini ve reflekslerini çok hızlı kullanmak durumundadırlar. Bu da vücutlarının, sinir sistemlerinin, kaslarının kontrolünün tamamen kişilerde olması gereken durumdur. Bu sayede kriz yönetimi, zaman yönetimi, stres

yönetimi, anlık doğru karar verme ve uygulama, analitik düşünme ve beynini esnetebilme becerilerini geliştirirler. Dünyaca ünlü Fransız futbolcu Nicolas Anelka'nın oğlunu futbol okuluna götürürken dile getirdiği "Antrenmanda ne yaparsan gerçekte ve sahada da o olursun." sözü bu becerileri özetlemektedir.

2.5.9. Ödüller

Hiç şüphesiz elektronik sporların ani çıkışının en önemli etkenleri seyircilerdir. Seyirciler tarafından sürekli izlenen ve desteklenen bu sektör, medyada yer almaya devam ettikçe turnuvalarda da daha fazla sponsor olmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda direkt büyük turnuvaların düzenlenmesine Twitch, RedBull, ESL gibi şirketler öncülük etmişlerdir. Turnuvaya katılımın en büyük cezbedici sebeplerinden birisi de ödüllerin ziyadesiyle tatmin edici olmasıdır. Başlarda sadece ekipman için turnuvalara katılan takımlar, günümüzde milyon dolarlar kazanmak için profesyonelleşme yoluna girmişlerdir. Takımların kendini geliştirip daha üst seviyelere çıkarmaları da turnuvaların gün geçtikçe daha büyük ödüller vermesini tetiklemektedir. Takımların büyümesi, turnuvaların daha büyük ödüller vermesi, sponsorların daha fazla yatırım yapması gibi faktörler sektörü sürekli genişletmekte ve ileri doğru artan bir grafik çizmektedir.

2017 yılında yapılan bir araştırmaya göre e-spor turnuvalarında dağıtılan ödül paraları, geleneksel sporların ödüllerini geçmeyi başarmıştır. Yapılan listede en üst sırada DotA 2 The International 2017 turnuvası toplam ödül havuzu 24 700 000 $ ile yer alırken, ikinci sırada Confederations Cup 2017 (Futbol Konfederasyon Kupası Turnuvası) 20 000 000 $ ile yer almıştır. Üçüncü sırada The Masters 2017 (Golf) 11 000 000 $ ile yer alırken, dördüncü sırada da LoL World Championship 2017 (League of Legends 2017 Dünya Şampiyonası) 4 950 000 $ ödül parası ile yer almıştır (Wagner, 2018).

2.5.10. Destek ve teşvikler

E-spor sektörünün en büyük destekçisi yatırımcılar yani sponsorlardır ancak günümüzde sektörün büyümesi ve insanların bu işi meslek olarak yapmaları sonucu akademik çalışmalar da yapılmaya başlamış, okullarda yetenekli ve geleceği bu alanda parlak olan öğrenciler yetiştirilmektedir.

- Illinois’te bir kolej rekabetçi oyun oynayan öğrencilere burs vermeye başlamıştır (Tsukayama, 2014). llinois Tech E-sports, üniversite topluluğunu gündelik ve rekabetçi oyunlara dâhil etmeyi hedefliyor ve oyuncuya adanmış deneyimler yaratmaya çalışmaktadır. Illinois Tech kısa süre önce The McCormick Tribune Kampüs Merkezinde E-spor ve Dijital Sanatlar Merkezini açmıştır. Üniversite ayrıca, başvurularında e-sporlarla ilgilendiğini belirten öğrenciler için bir Illinois Tech E-sports Bursu sunmaktadır (iit). Üniversitenin;

- CS:GO,
- Hearthstone,
- League of Legends,
- Overwatch,
- Rainbow Six Siege,
- Rocket League,
- Smash Brothers,
- Valorant, takımları bulunmaktadır.

- Ayrıca Becker College, e-spor yönetiminde Lisans derslerini resmen başlatmıştır. Becker College Tasarım ve Teknoloji Okulu Dekanı Alan Ritacco, "Artık çocuklar bodrumlarında oyun oynamamaktadırlar" açıklamasını yapmıştır. “En iyi e-spor oyuncuları artık golf veya tenis gibi geleneksel sporlardaki, neredeyse en yüksek ücretli yıldızlar kadar para kazanmaktadır.” Şeklinde sözlerine devam etmiştir (Chan, 2019). Bu da sektörün ekonomik anlamda ne kadar geliştiğini göstermektedir. İnsanların bu alana meslek amaçlı yanaşması günden güne artmaktadır ve bunu gören kurumlar da insanları bu alana teşvik etmek için destek vermektedirler.

- Staffordshire University's Digital Institute London'da öğretim görevlisi olan Matt Huxley, e-spor hakkında bilgi edinmenin spor yönetimi okumaya benzediğini söylemiştir. Bir futbol direktörü olmak için futbol oynamak yerine transferlerin nasıl işlediğinin, bir stadyumun nasıl yönetildiğinin ve buna benzer operasyonel fonksiyonların incelendiğini de eklemiştir.

- Chichester Üniversitesi, kursun bir parçası olarak FIFA ve League of Legends gibi oyunları oynamayı içeren programı için kıdemli bir öğretim görevlisi olarak R2K olarak bilinen eski profesyonel oyuncu Rams Singh'i işe almıştır.

- Ohio State, oyunların sağlık ve tıbba uygulanmasını içeren bir e-spor ve oyun çalışmaları lisans bölümü başlatmaya hazırlanmıştır (Chan, 2019).

- Staffordshire Üniversitesi ise lisans ve yüksek lisans düzeylerinde e-spor kursları vermeye başlamıştır. Lisans e-spor derecesinde kariyere başlamak için deneyim ve beceriler kazandırmaktadırlar. İlk yıl tek oyunculu bir etkinlik planlatacak, rekabetçi oyun kültürünü keşfettirecek, yayıncılık için teknik beceriler öğretecek ve e-spor sektöründeki güncel konuların keşfedilmesini sağlamaktadırlar. İkinci yılda bu, takımların oluşturulması ve yönetilmesi, video düzenleme ve içerik oluşturma ve e-sporların bütünlüğü ile bir takım oyuncusu etkinliğine doğru ilerlemektedir. Üçüncü yıl, etkinlik takım oyuncuları ve bir ödül fonu ile büyük ölçekli, ticari bir etkinlik olacak, ayrıca e-sporlarda dijital pazarlama ve analitiği keşfettirmektedir (tasffs, 2019).

- Pakistan'ın Federal Bilim ve Teknoloji Bakanı Fawad Hussain, Pakistan Spor Kurulu ile Pakistan Bilim Vakfı arasında e-sporların "normal spor" statüsünü alacak bir mutabakat anlaşmasının imzalandığını açıklamıştır. Ayrıca video oyunlarına ilgi duyanlara da "Video oyunlarına ilgi duyuyorsanız hazırlanın ve yeni fırsatlar sizi bekliyor" diye tweet atarak cesaretlendirmiştir (Sengupta, 2021).

Üniversitelerin akademik alanda bu desteği sunması, gelişigüzel şekilde oyun oynayan kişilerin e-sporcu olması veya yayıncı yerine, profesyonel kişilerden eğitim görüp, diplomalı sporcular ve yayıncılar yetiştirme amacında olduğu görülmektedir.

2.5.11. Ekonomik gelirleri

Dijital oyunların çok büyük kitlelere ulaşması ve geleneksel spor dallarıyla rekabete girebilmesi, aslında sahip olduğu ekonomik yeterlilik, kendini geliştirebilmesi, birden fazla alanda farklı türlerde düzenlenebilmesi ve gelecekte de üretilebilecek yeni alanlarının olması sayesindedir. Ekonomik anlamda güçlü kalabilmek, sponsorlardan gelir elde etmek

ve her yıl katlayarak bu geliri artırabilmek iş dünyasında ve ulusal pazarda tutunabilmenin en etkili yollarından biridir. E-spor gelirlerine bakıldığında da istikrarlı şekilde artış gözükmektedir. Newzoo'nun araştırmalarına göre mobil oyunların pazar geliri 77,2 milyar dolar olarak belirlenmiş ve bu gelirin 13,7 milyar doları tablet oyunları, 63,6 milyar dolarlık dilimi ise akıllı telefon oyunlarından elde edilmiştir. Konsol oyunları 45,2 milyar dolarlık bütçeyle ikinci sırada yer alırken 36,9 milyar dolarlık gelir ile bilgisayar oyunları üçüncü sırada bulunmaktadır. Bilgisayar oyunlarının 33,9 milyar dolarını internet üzerinden indirilen oyunlar oluştururken, 3,0 milyar dolarlık kısmı internet tarayıcısı üzerinden oynanan oyunlar oluşturmaktadır (Newzoo, 2020). Bu gelirler 2019 ile kıyaslandığında ise; mobil oyunlar %13,3, konsol oyunları %6,8, bilgisayar oyunları %4,8 oranında artış göstermiştir.

Statista araştırmalarından biri olan, çevrimiçi oyunların dünya pazar gelirine bakıldığında 2017-2024 yılları arasındaki veriler ve geleceğe yönelik tahminler bulunmaktadır (Lindlahr, 2020):

- 2017 yılında 16,7 milyon dolar
- 2018 yılında 16,8 milyon dolar
- 2019 yılında 16,9 milyon dolar
- 2020 yılında 17,1 milyon dolar iken,
- 2021 yılında 17,3 milyon dolar
- 2022 yılında 17,6 milyon dolar
- 2023 yılında 17,7 milyon dolar ve
- 2024 yılında 17,8 milyon dolarlık gelir beklenmektedir.

Statista'nın League of Legends verilerine bakıldığında ise 2015-2018 yılları arasındaki gelir hacimleri şu şekildedir (Gough C. , 2019):

- 2015 yılında 1,63 milyon dolar
- 2016 yılında 1,8 milyon dolar
- 2017 yılında 2,1 milyon dolar
- 2018 yılında 1,4 milyon dolardır.

Superdata Mayıs ayı verilerine göre 2020 Nisan ayında 10,5 milyar dolar ile rekor kıran dijital oyun gelirleri 2020 Mayıs ayında %3 düşerek 10,2 milyar dolara gerilemiştir. Ayrıca korona virüs olmasına rağmen dijital oyunlar kazançlı çizgisine devam etmiştir. Konsol oyun gelirleri daha az ürün piyasaya sürdükleri için Nisan ayına göre %27 düşmüştür ancak mobil oyunlardaki kazancın %3 artışı bu açığı dengelemiştir. 2019 Mayıs'a kıyasla %14'lük bir artış gösteren genel harcamalara ek olarak bilgisayar oyunlarının %8, mobil oyunların %14 ve konsol oyunlarının %23'lük artışı olmuştur (Superdata, 2020).

Covid-19 döneminde Amerika'da dijital oyun endüstrisi satışları Mart 2008-2020 yılları arası araştırmasına göre:

- 2008 yılında 1,8 milyar dolar
- 2009 yılında 1,4 milyar dolar
- 2010 yılında 1,5 milyar dolar
- 2011 yılında 1,5 milyar dolar
- 2012 yılında 1,1 milyar dolar
- 2013 yılında 1 milyar dolar
- 2014 yılında 1 milyar dolar
- 2015 yılında 1 milyar dolar
- 2016 yılında 1,1 milyar dolar
- 2017 yılında 1,5 milyar dolar
- 2018 yılında 1,3 milyar dolar
- 2019 yılında 1,2 milyar dolar
- 2020 yılında 1,6 milyar dolar olarak elde edilmiştir.

NPD Grup endüstri verilerine göre, video oyun donanımı, yazılım, aksesuar ve oyun kartlarına yapılan toplam harcama, Nintendo Wii'nin raflardan uçtuğu 2008 yılından bu yana en yüksek Mart rakamı olan Mart 2020'de 1,6 milyar doları bulmuştur. 12 yıl geçmesine rağmen Nintendo Switch'in de birçok yerde satılmış olması, Nintendo firmasının bir kez daha büyük kazanan olmasını sağladı (Ritcher, 2020).

2020 E-spor gelirlerine bakıldığında ise toplam 973,9 milyon dolarlık bir veri elde edilmiştir. Bu, 2019 yılına göre %1,7'lik bir artış demektir. Gelirin kaynakları ise (Newzoo, 2020):

- 584,1 milyon doları sponsorlardan
- 163,3 milyon doları medya haklarından
- 108,9 milyon doları yayıncı ücretlerinden
- 76,2 milyon doları eşya ve biletlerden
- 21,5 milyon doları dijital ortamdan
- 19,9 milyon doları ise streaming (yayın akışı) platformundan gelmiştir.

Mobil oyunlarda adından sıkça söz ettiren PUBG Mobile, 2020 hasılatını 3 milyar dolara çıkarmayı başarmıştır. Çin'deki varyasyonu Game for Peace olarak bilinen mobil oyun bu bölgede 1,3 milyar dolar hasılat elde etmiştir. Mobil oyun sıralamasında kendisine en yakın olan Garena Free Fire oyunundan yaklaşık 4 kat daha fazla gelir elde etmiştir. 3. Sırada Knives Out oyunu 260 milyon dolar hasılat elde ederken onları Activision'ın Call of Duty:Mobile oyunu 220 milyon dolar ile takip etmiştir. Bunun yanı sıra dünyada 734 milyon kişi tarafından yüklenme sayısına sahip olan oyunun, 175 milyonluk kısmı Hindistan'dadır ve diğer bölgeler arasında en yüksektir. 175 milyon ile %24'lük payı elinde bulunduran Hindistan'dan sonra Çin %16,7, ABD ise %6,4 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Apple Store üzerinde oyuncuların %79'u PUBG Mobile yüklediğini duyururken, Google Play ise tüm yüklemelerin %65'inin PUBG Mobile oyununa ait olduğunu yayınladı ve bu iki oran da her iki firmanın en fazla indirme sayısını açıklamaktadır (Majumder, 2020).

Deloitte spor endüstrisi grubu (Deloitte, 2020) futbol para ligi gelirlerini hesaplanmıştır. 20 büyük futbol kulübü üzerinden yapılan araştırmaya göre 2020-2021 yılı için 2 milyar € gelir kaybı düşünmekte olan grup, 2018-2019 araştırmasında 9,3 milyar € olan gelirin 2019-2020 sezonu için 8,2 milyar € olduğunu belirtmiştir. Bu düşüşün sebebi olarak covid-19 pandemisi gösterilmektedir, buna bağlı olarak da müsabakaların seyircisiz oynanması bilet satışlarından gelen parayı tamamen kesmiştir. Aynı zamanda seyircisiz maçların keyif vermeyeceği düşüncesiyle yayıncı kuruluşlarla olan üyeliklerin iptali ve futboldan uzaklaşma etkisinin olmasının bireysel satışları azalttığı söylenebilir. Bu durumda da elektronik sporların hız kesmeden tüm t turnuvalara devam etmesi, ligleri ve dünya

şampiyonalarını çevrimiçi olarak düzenlemekten geri kaçınmamaları; futbolun değer kaybettiği ortamda elektronik sporların gelir ve değer kazandığı görülmektedir.

2.5.12. Ürün üretme ve geliştirme

Dünyaca ünlü markaların dijital oyun sektörüne yaptığı yatırımlardan sonra ürün geliştirme ve parça üretmeye geçmesi, bu markaların gelirlerine de etki etmiştir. Oyun sektörünün daha gerçekçi, daha zorlu, sporcular için zaman kazandırmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesi gibi parametreler, Asus, Logitech, Steel Series, Razer, Everest, HyperX, MSI gibi teknolojik markaların bu alana üretim yapmasında teşvik faktörü haline gelmesine katkı sağlamıştır. Optik Mouse, klavye, hertz oranı yüksek monitörler, kulaklıklar, streaming araçları (kamera, ek bilgisayar kasası, ek monitör, elgato gibi geçiş sağlayan cihazlar) gibi donanım araçlarının birçok bütçeye ve kaliteye hitap etmesi daha da çok insana ulaşabilmek anlamına gelmektedir. Bu da iç ve dış ticaret hacminin gelişmesine, daha fazla ürün üretilmesine, rekabetçi piyasa oluşumuna, oyunlarla paralel gelişme gösteren parçaların yapılmasına sebep olmaktadır. Bir de dış görünüş ekipmanları yani donanım dışında iç ekipmanlar yani yazılım parçaları bulunmaktadır. Bu parçaların üretiminde de yine Asus, MSI, HyperX, Vengeance, AMD, Intel, Kingston gibi markalar kıyasıya rekabet halindedir. Ram, ana kart, ekran kartı, ses kartı, güç kaynağı, HDD yani sabit diskler (Hard Disc Drive) , fan veya sıvı soğutucular gibi parçaların üretilmesi, geliştirilmesi hem yeni çıkan oyunların daha akıcı ve keyifli şekilde oynanmasını sağlamakta hem de gelecekte dizayn edilecek oyunların bir alt yapısını oluşturacaktır. Bilgisayar kapasitesi ne kadar gelişirse oyun evrenleri, ayrıntıları, görselleri, grafikleri, sahneleri, gerçekçiliği aynı oranda gelişmektedir. Bu da dijital oyunların ve dijital oyun ekipmanlarının sonsuz bir üretim ve gelişim evrenine sahip olmasını sağlamaktadır.

Ayrıca sadece donanım ve oyun için değil, devasa turnuvaların açılış törenlerinde kullanılan ışık, grafik şovlarının olması da bu alanda yer almaktadır. League of Legends 2017 Dünya Şampiyonası açılış töreninde kullanılan Reality Engine AR grafikleri dünyada ilk defa bu törende sahne almıştır. Pekin'de Kuş Yuvası stadında gerçekleşen final, 100 binden fazla kişi aktif seyirci olarak yer almak üzere, ekranların başında da 40 milyondan fazla çevrimiçi seyirci tarafından izlenmiştir. Devasa artırılmış gerçekçi ejderha olarak isimlendirilen bir yazılım, stadyumda yer alan büyük ekranlarda oradaki izleyicilerin üzerinden uçan, oyunda da Kadim Ejderha olarak anılan bir görsel sunulmuştur. Tamamen

ekranlardan izlendiğinde önce gökyüzünde hızlıca uçan, sonra stadyumun üzerine konan, sonra izleyicilerin üzerinden uçup konser sahnesine konan Kadim ejderha, sonrasında da kükreme efektiyle seyircilere heyecanlı anlar yaşatmıştır. Ayrıca ekranlarda ejderhanın ayrıntılı yapısı fazlasıyla gerçekçi olduğuna yönelik dikkat çekmiştir. Turnuva bittikten sonra bile insanlar forumlarda ejderha hakkında konuşmaktadır (ZeroDensityTV, 2017). Bu teknolojinin gelişmesi de gelecekte gerçekleşecek olan turnuvaların açılış törenlerine (sadece dijital sporlar değil, geleneksel sporlar da buna dâhil edilebilir) ve hatta dijital oyunların yazılımlarına etki edecek potansiyeli göstermektedir.

Mobil oyunların gün geçtikçe daha fazla gelişiyor olması; akıllı telefonların, tabletlerin, cep bilgisayarlarının da gelişmesine olumlu yönde etki etmektedir. Son zamanlarda PUBG Mobile oyununun rekorlar kırarak milyonlarca insan tarafından talep görmesi üzerine teknoloji markaları da bu ve buna benzer oyunlara yönelik ürün geliştirmeye başlamıştır. Asus ROG (Republic of Gamers) adıyla, bilgisayar üretimi yaparken akıllı telefon da çıkarmaya başlamıştır. Asus ROG 3 isimli telefon piyasaya iddialı şekilde girme planları yapmakta ve Tencent Games (PUBG Mobile üretici firması) ile olan anlaşmasından ötürü PUBG Mobile oyununu en akıcı şekilde çalıştırmak amaçlı üretildiği tahmin edilmektedir. Özellikle PUBG Mobile oyuncuları tarafından dikkat çekmesi bile 724 milyon kişilik bir potansiyel anlamına gelmektedir. 6 Ağustos 2020 itibariyle Hindistan'da satışa sunulacağı bildirilmiştir (Kulesh, 2020).

İçerik, nitelik olarak piyasadaki tüm telefonlardan daha fazla bilgisayara yakın özelliklere sahip olan bu telefonun çıkış amacı oyun oynamayı seven insanlara hitap etmesi ve oyunları hem grafik hem performans yönünden akıcı şekilde çalıştırabilmesidir. 2000'li yılların başında Finlandiya markası Nokia N Gage isimli telefonu tamamen oyun oynamaya yönelik olarak üretmiş ve oyun meraklılarının dikkatini fazlasıyla çekmişti.

Asus'un uyguladığı bu pazarlama politikası birçok oyun meraklısının dikkatini çekmiş durumdadır. Hatta rakip olarak Lenovo markası da Legion adında akıllı telefon serisini piyasaya sunmaya hazırlanmaktadır (Singh, Gadgets360, 2020). Asus ROG serisinin ilk iki oyun telefonunun yakaladığı başarı rekabet piyasasında diğer firmaların da üretim yapmasına ortam hazırlamış ve Lenovo Legion serisiyle kendini göstermiştir.

Asus ve Lenovo'nun içinde olduğu bu rekabet ortamı diğer akıllı telefon ve teknolojik ürün üreten firmalar için açık bir pazar görünümündedir. Bu da gelecekte ortaya çıkabilecek birçok çeşit telefon ve tabletin potansiyeline zemin hazırlamıştır. Ayrıca League of Legends oyununun Team Fight Tactics adında strateji oyunu çıkarması ve bunu mobil platforma taşıması da yine üretim alanında yeni bir rekabete ortam hazırlamıştır.

ZTE markasının Nubia Red Magic 5S oyun telefonunu Çin'de 1 Ağustos 2020 (Singh, Gadgets360, 2020) itibariyle piyasaya sürmesi bu alandaki rekabetin diğer firmalar için de geliştiğinin örneği olarak gösterilebilir. Teknik özellikleriyle nitelik bakımından Asus ve Lenovo markalarının üretimlerine benzer şekilde üretilmesi, bu alanın yani oyun için üretilen cep telefonları sektörünün de gelişiminin habercisidir.

2.6. Sponsorluklar

E-spor sektörünün günümüzde hızla büyümeye devam etmesi, sponsor olmaları için uluslararası düzeydeki büyük şirketleri cezbetmiştir (Laakkonen, 2014). E-spor sektörü büyüdükçe sponsorların bu sektöre yaptıkları yatırımlar da artış göstermektedir. Aynı zamanda sponsorların hedeflerini bu alana yönelttiği de görülmektedir. Başlarda sponsorlar e-spor organizasyonlarına gönüllü olarak yani iyi niyet ile yardım etmekteydiler. Spor sponsorluklarında olduğu gibi direkt kazanç peşinde değillerdi. 2000'li yılların başlarında sponsor şirketler, e-spor sektöründeki ekiplere olan inanç ve güvenlerinden ötürü yatırım yapmışlardır. Dijital oyunlara ilgisi olan şirket çalışanları vasıtasıyla şirketlerin sermayelerinin bir kısmı bu sektöre aktarılmaktaydı. Şirketler için küçük ancak organizasyon için büyük önem taşıyan bu yardımlar, e-spor organizasyonlarının dünya çapında gelişmesinin ilk adımları olmuştur. Aynı zamanda geleneksel medyanın gençlerin ilgisinden uzaklaşmasının etkisiyle bu genç kitleyi yakalamak için iyi bir fırsat doğmuştur. Takımlar, oyuncular, yayın platformları, ligler, turnuvalar, organizasyonlar ve medya araçlarına yatırım yapan şirketler kendi markalarının reklamlarını da bu sayede ön planda bulundurmuşlardır (Korpimies, 2017).

Markalar, e-spor hayranlarının birçok oyun, lig, takım ve oyuncu arasındaki bölünmesini hafife alma eğilimindedir. Sonuç olarak, pek çok vizyon sahibi olmayan oyuncu veya sporcu gibi paralarını akıllıca harcama ve sonunda batma riskiyle karşı karşıya kalmaktadırlar (Singer & Chi, 2019).

İngiliz e-spor organizasyonu Guild Esports, Londra Borsası'nda ilk kez sahneye çıkmıştır ve Astralis Group'un Nasdaq OMX Nordic'teki ilk halka arzından sonra, halka açık ikinci saf oyun e-spor şirketi olmuştur. Halka arzını tamamlamadan önce Guild Esports, İngiliz futbol efsanesi David Beckham'dan bir yatırım alarak ana akım medyada manşetlere çıkmıştır. Beckham Guild Esports'un yatırımcısı olmadan önce bu organizasyon Beckham'a ait olan Footwork Products ile anlaşma yapmıştır. Sonrasında 4 Mayıs 2020'de imzalanan beş yıllık anlaşma, Beckham'ı sözleşme süresi boyunca 19,78 milyon dolar tutarla Guild Esports'un Yüzü olarak göstermeye başlamıştır (Seck, 2020). Anlaşma, Guild şirketinin pazarlamak amacıyla Beckham'ın adını, imajını ve diğer varlıklarını kullanmasına izin vermekte ve Beckham'ın kendisi de promosyon amaçlı fotoğraf çekimlerinin, video çekimlerinin ve etkinliklerin bir parçası olmasını kapsamakta ve ayrıca Guild Esports hakkında sosyal medya gönderileri yapması gerektiğine dayalıdır (Stubbs, 2020).

Dünyaca ünlü firmaların sponsorluk faaliyetinde bulunduğu elektronik spor organizasyonlarının toplam gelirlerinin % 75'lik kısmının sponsorluk reklam ve gelirlerinden elde edildiği SuperData verileri ile açıklanmıştır (Yaşar, 2017). Audi, Intel, Redbull, Airbus, Mobil 1, T-Mobile, Mountain Dew, Comfast Xfinity ve Coca-Cola gibi markalar e-spor takımları için sponsorluk anlaşmaları imzalamıştır (sportup, espora hangi firma ne kadar destek veriyor, 2018). Ayrıca e-spor takımı Team Solo Mid; aralarında NBA yıldızı Stephen Curry, AME Cloud Ventures, Yifang Ventures, Twitch CSO Colin Carrier ve Yahoo kurucularından Jerry Yang'ın da olduğu girişimcilerden 37 milyon dolar yatırım almıştır (sportup, Stephen Curry Espor takımı SoloMid'e ortak oldu, 2018).

Globalleşme ve dijitalleşme kavramlarının geliştiği dünyada artık insanlar yatırımlarını taşınır ve taşınmaz mallara yönelik olan klasik biçimden, dijital ortama taşımaya başlamışlardır. Sadece e-spor takımlarına değil, bitcoin yani sanal para birimlerinin olduğu piyasalarda da ellerindeki sermayeyi değerlendirmeye başlayan kişilerin olduğu görülmektedir. Sponsor kişi ve firmaların teknolojiye olan ilgi ve merakı da yaptıkları eylemler dolayısıyla dijital sektörün gelişmesine direkt katkıda bulunmaktadır.

Dijital oyun kavramının, geçmiş dönemlerden beri farklı betimleme ve evrelerden geçerek yıllar içinde popülerliğini artırması ve günümüzde milyonlarca kişi tarafından desteklenmesi, aktif olarak oynanması ve profesyonel turnuvalar alanında izlenmesi

sonucuna varan süreç araştırılmıştır. Dijital oyunların bir endüstri haline gelmesinde başlarda sadece eğlence ve boş zaman geçirme odaklı ortaya çıktıktan sonra rekabetçi ruhun da sektöre dâhil olmasıyla düzenlenen turnuvalar, oyuncuların rekorlar kırma çabaları ve bu azim, hırs ve iradeyi gören girişimci ve şirketlerin, ekipman ve turnuvalara sponsorluğu büyük rol oynamıştır.

3. YÖNTEM

Araştırma kapsamında incelenen konuyla ilgili olgu ve olaylar hakkında bilgi içeren yazılı belgelerin analiz edilmesiyle veri sağlanmasına doküman incelemesi denilmektedir. Araştırma yapılan alanla ilgili pek çok bilgi görüşme ve gözlem yapmaya gerek kalmaksızın belge inceleme yoluyla elde edilebilir. Bu sayede araştırmacı zaman ve kaynak tasarrufu sağlamış olur. Hangi dokümanın önemli olduğu ve veri kaynağı olarak kullanılabileceğine araştırma konusuna bakarak karar vermek gerekir (Karataş, 2015). Bu kapsamda araştırmanın dijital oyun kavramının ortaya çıkışı, bu kavramın rekabetçi ortamda gelişip elektronik spor kavramına evrilmesi ve dijital oyun sektörünün endüstriyel anlamda bir sektör haline gelmesi ile ilgili yerli ve yabancı akademik çalışmalardan, raporlardan, yayınlardan, kitaplardan ve dijital kaynaklardan yararlanılmıştır. Turnuvalar ve organizasyonlarla ilgili bilgi ve belgelere ulaşılmış, araştırma yapılan alanla ilgili daha önce yapılmış olan araştırmalar irdelenmiş ve karşılaştırılmış, Türkiye ve yabancı literatürdeki birçok çalışma incelenmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Veri Analizi

Çalışma kapsamında elde edilen veriler; tarihsel boyutuyla ele alınmış, ekonomik olarak dijital oyunların dünya pazarlarındaki yeri araştırılmış, oyuncuların ve takımların turnuvalardan elde ettiği kazançların istatistikleri sunulmuş, spor endüstrisi ile karşılaştırılmış, sonrasında spor ekonomisindeki yeri irdelenmeye çalışılmıştır.

4.2. Oyuncuların Ülke ve Bölgelere Göre Dağılımı

Dijital oyunların üniversitelerde yazılan programlar sonucu ortaya çıkması ve şirketlerin daha sonra konsollar vasıtasıyla piyasaya bu oyunları sürmesinin, oyuncuların dünya üzerindeki dağılımına etki etmiştir. Asya bölgesinde kurulan Atari markasının Amerika pazarına girip, orada Nintendo markası ile rekabete girmesi özellikle bu iki bölgeyi etkilemiştir. Ancak dünyada küreselleşme olması, Avrupa ve diğer bölgelerde de bilgisayar kullanımı ve internetin yaygınlaşması sonucu bu bölgeler de etkilenmiştir.

Newzoo'nun 2019 raporunda araştırılan verilere göre dünyadaki oyuncuların bölgelere göre dağılımı; Asya-Pasifik bölgesinde 722 milyon kişi (%47), Kuzey Amerika'da 396 milyon kişi (%26), Avrupa, Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde 347 milyon kişi (%23), Latin Amerika 56 milyon kişi (%4) şeklindedir (Wijman, newzoo, 2019).

Newzoo Nisan 2020 verilerine göre; Asya-Pasifik bölgesinde 1 milyar 506 milyon kişi (%55), Avrupa, Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde 758 milyon kişi (%28), Latin Amerika bölgesinde 259 milyon kişi (%9) ve Kuzey Amerika bölgesinde 203 milyon kişi (%8) olarak araştırılmıştır (Newzoo, 2020).

Ancak 2020 Temmuz ayına gelindiğinde elde edilen veriler; Asya-Pasifik bölgesinde 1 milyar 447 milyon kişi (%54), Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde 377 milyon (%14), Avrupa bölgesinde 386 milyon kişi (%14), Latin Amerika bölgesinde 266 milyon kişi (%10), Kuzey Amerika bölgesinde 210 milyon kişi (%8) şeklindedir (Wijman, Newzoo, 2020).

Esportsearnings 2020 verilerine göre en çok kazanan oyuncular ve uyrukları şu şekilde listelenmiştir:

4.3. Oyunlara Göre En Çok Kazanan Oyuncular ve Uyrukları

Dijital oyunların Asya'da ortaya çıkması ve başta Amerika olmak üzere dünyaya yayılıp sektör haline gelmesi, bu oyunlara meraklı olan kişileri dünyanın birçok bölgesinde etkilemiştir. Rekabete dayalı oyun modlarının gelişmesi sonucu dijital oyunların elektronik sporlara dönüşmesi sonrasında ise oyun türüne, ülkelerin ve bölgelerin desteklerine göre oyuncu yani yeni kimlikleriyle e-sporcuların uyrukları da çeşitlilik göstermektedir.

4.3.1. DotA2 oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları

Çizelge 4.1. DotA2

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	UYRUĞU
Johan Sundstein – N0tail	6 930 196	Danimarka
Jesse Vainikka – JerAx	6 470 000	Finlandiya
Anathan Pham – ana	6 000 411	Avusturalya
Sebastien Debs – Ceb	5 531 897	Fransa
Topias Taavitsainen – Topson	5 448 502	Finlandiya
Kuro Takhasomi - KuroKy	5 188 382	Almanya
Amer Al-Barkawi – Miracle-	4 791 043	Ürdün
Ivan Ivanov – MinD_ControL	4 572 118	Bulgaristan
Maroun Merhej – GH	4 185 051	Lübnan
Lasse Urpalainen – Matumbaman	3 754 369	Finlandiya
Sumail Hassan – SumaiL	3 608 317	Pakistan
Saahil Arora – UNiVeRsE	3 057 237	Amerika
Pater Dager – ppd	2 995 619	Amerika
Lu Yao – Somnus'M	2 980 432	Çin
Xu, Linsen – fy	2 890 200	Çin
Clement Ivanov – Puppey	2 853 004	Estonya
Clinton Loomis – Fear	2 551 657	Amerika

Çizelge 4.1. (devam) DotA2

Gustav Magnusson – s4	**2 537 236**	**İsveç**
Ludwig Wahlberg – Zai	2 493 134	İsveç
Tal Aizik – Fly	2 381 155	İsrail
Aliwi Omar – w33	2 268 625	Romanya
Artour Babaev - Arteezy	2 257 053	Kanada

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.1'de DotA2 oyununun dünyada en çok kazanan sporcular, kazançları ve hangi ülke vatandaşı oldukları listelenmiştir. Bu listeye göre ağırlıklı olarak Avrupa bölgesi dikkat çekmektedir. Avrupa'yı, Asya ve Orta Doğu bölgeleri takip etmektedir.

4.3.2. League of Legends oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları

Çizelge 4.2. League of Legends

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	UYRUĞU
Lee, Sang Hyeok – Faker	1 257 615	Güney Kore
Lee, Ho Seong – Duke	954 620	Güney Kore
Bae, Jun Sik - Bang	915 451	Güney Kore
Lee, Jae Wan - Wolf	913 084	Güney Kore
Bae, Seong Ung - Bengi	810 683	Güney Kore
Yu, Wen Bo - JackeyLove	641 748	Çin
Song, Eui Jin - Rookie	610 445	Güney Kore
Gao, Zhen Ning - Ning	566 607	Çin
Kang, Sun Gu - Blank	559 518	Güney Kore
Kang, Chan Yong - Ambition	553 234	Güney Kore
Wang, Liu Yi - Baolan	548 235	Çin
Jian, Zihao - Uzi	545 447	Çin
Jo, Yong In - CoreJJ	544 837	Güney Kore
Kang, Dong Geun - TheShy	538 444	Güney Kore
Cho, Se Hyeong - Mata	533 979	Güney Kore
Li, Yuan Hao - xiaohu	507 800	Çin

Çizelge 4.2. (devam) League of Legends

Park, Jae Hyuk - Ruler	**506 707**	**Güney Kore**
Eon-yeong, Jung - Impact	504 056	Güney Kore
Hung, Hau Hsuan - Karsa	498 426	Tayvan
Lee, Seong Jin - CuVee	488 379	Güney Kore

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.2 incelendiğinde, Çizelge 1'e kıyasla ağırlıklı olarak Asya bölgesinde hatta Asya bölgesinin de Güney Kore ülkesinde League of Legends oyununun en çok kazanan sporcuları ve ülkeleri dikkat çekmektedir. Oyunun DotA 2'den esinlenerek yapılmış olması ve daha kolay anlaşılabilir ve ustalaşılabilir olması etken olarak gösterilebilir. Ayrıca Asya devletlerinin bu oyunun oynanmasına yönelik teşvikleri de sektörün bu bölgede neden gelişmiş olduğunu göstermektedir. Asya bölgesini Kuzey Amerika ve Avrupa bölgeleri ağırlıklı olarak, sonrasında Latin Amerika, Orta Doğu ve Afrika bölgeleri takip etmektedir.

4.3.3. Counter Strike Global Offensive oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları

Çizelge 4.3. Counter Strike Global Offensive

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	UYRUĞU
Peter Rasmussen – dupreeh	1 795 322	Danimarka
Andreas Hojsleth – Xyp9x	1 771 621	Danimarka
Nikolai Reedtz – dev1ce	1 759 823	Danimarka
Lukas Rossander – gla1ve	1 624 684	Danimarka
Emil Reif – Magisk	1 388 871	Danimarka
Jakey Yip – Stewie2k	1 082 840	Amerika
Epitacio de Melo – TACO	1 063 858	Brezilya
Gabriel Toledo – FalleN	1 059 938	Brezilya
Fernando Alverenga – fer	1 054 038	Brezilya
Marcelo David – coldzera	1 019 651	Brezilya
Keith Markovic – NAF	978 265	Kanada
Finn Andersen - karrigan	951 135	Danimarka

Çizelge 4.4. Counter Strike Global Offensive

Jonahtan Jablonowski - ELiGE	926 196	Amerika
Nick Canella – nitr0	920 151	Amerika
Jesper Wecksell – JW	877 460	İsveç
Olof Kajbjer – olofmeister	876 761	İsveç
Robin Rönnquist – flusha	857 368	İsveç
Freddy Johansson – KriMZ	847 523	İsveç
Russel Van Dulken – Twistzz	830 876	Kanada
Ladislav Kovacz – GuardiaN	798 520	Slovakya
Tarık Çelik – tarik	777 839	Amerika

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.3'te Counter Strike oyununun dünyada en çok kazanan oyuncuları ve ülkeleri listelenmiştir. Avrupa ağırlıklı olmak üzere Amerika ve Latin Amerika oyuncuları listenin üst sıralarında yer alırken, Asya, Orta Doğu ve Afrika bölgeleri takip etmektedir.

4.3.4. Fortnite oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları

Çizelge 4.5. Fortnite

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	UYRUĞU
Kyle Giersdorf – Bugha	3 092 375	Amerika
David Wang – Aqua	1 923 774	Avusturya
Harrison Chang – psalm	1 873 138	Amerika
Emil Bergquist Pedersen – Nyhrox	1 536 845	Norveç
Shane Cotton - EpikWhale	1.349.508	Amerika
Jaden Ashman – Wolfiez	1 317 726	İngiltere
Dave Jong – Rojo	1 209 243	Hollanda
Nate Kou – Kreo	1 196 041	Hong Kong
Williams Aubin – Zayt	1 171 533	Kanada
Rocco Morales – Saf	1 111 688	Amerika
Davis McClellan – Ceice	1 108 680	Hollanda
Thiago Lapp – kinG	1 021 000	Arjantin
Hayden Krueger – Elevate	991 583	Amerika
Clement Danglot – Skite	848 264	Fransa

Çizelge 4.5. (devam) Fortnite

Dmitri van de Vrie – Mitr0	**738 574**	**Hollanda**
Theo Ferrer – Crue	715 350	İsveç
Kyle Jackson – Mongraal	635 454	İngiltere
Timothy Miller – Bizzle	612 124	Amerika
Diego Lima – Arkhram	608 416	Amerika
Turner Tenney - Tfue	594 850	Amerika

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.4'te Fortnite oyununun dünyada en çok kazanan oyuncuları ve ülkeleri listelenmiş, bu listeye göre diğer oyunlara nazaran Amerika ve Avrupa bölgelerinden olan oyuncular ağırlıklı olarak dikkat çekmektedir. Asya bölgesi listenin üst sıralarında az yer bulurken, Orta Doğu ve Latin Amerika bölgeleri takip etmektedir.

4.3.5. Call of Duty Modern Warfare oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları

Çizelge 2.1. *Call of Duty: Modern Warfare*

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	UYRUĞU
James Eubanks – Clayster	359 000	Amerika
Anthony Cuevas-Castro – Shotzzy	355 500	Amerika
Ian Porter – Crimsix	353 000	Amerika
Indervir Dhaliwal – iLLeY	351 500	Kanada
Cuyler Garland – Huke	345 250	Suudi Arabistan
McArthur Jovel – Cellium	243 000	Amerika
Tyler Pharris – aBeZy	230 500	Amerika
Michael Szymaniak – MajorManiak	228 000	Amerika
Preston Grenier – Priestahh	228 000	Amerika
Christopher Lehr - Simp	228 000	Amerika

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.5'te piyasaya çıktığında hikâye modu ile oyun severlerin dikkatini çekmeyi başarmış olan CoD Modern Warfare oyununun dünyada en çok kazanan oyuncuları ve bu oyuncuların ülkeleri listelenmiştir. Bu listeye göre Amerika ağırlıklı olarak dikkat çekmektedir.

4.3.6. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG) oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları

Çizelge 2.2. *Player Unknown's Battle Grounds(PUBG)*

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	UYRUĞU
Bak, Jeong Yeong – Loki	703 953	Güney Kore
Go, Jeong Wan – ESTH3R	610 486	Güney Kore
Cha, Seung Hoon – Pio	591 248	Güney Kore
Kang, Tae Min – Taemin	585 598	Güney Kore
David Tillberg – fuzzface	344 350	İsveç
Anssi Pekkonen – mxey	341 362	Finlandiya
Ivan Kapustin – ubah	325 558	Rusya
Ludvik Jahnsen – Aitzy	282 450	Norveç
Samu Kauppinen – Sambty	242 483	Finlandiya
Jim Eliassen - Jeemzz	230 595	Norveç

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.6'da son zamanlarda tüm dünyada oldukça ilgi gören, Battle Royale oyun türü ile oyun dünyasına yenilik kazandıran PUBG oyununun en çok kazanan sporcuları ve bu oyuncuların ülkeleri listelenmiştir. Listede ağırlıklı olarak Asya'dan Güney Kore bölgesi ve Kuzey Avrupa bölgesi dikkat çekmektedir.

4.3.7. Starcraft II oyunu en çok kazanan oyuncular ve uyrukları:

Çizelge 2.3. *Starcraft II*

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	UYRUĞU
Lee, Byung Ryul – Rogue	874 654	Güney Kore
Joona Sotala – Serral	873 353	Finlandiya
Cho, Sung Choo – Maru	869 095	Güney Kore
Park, Ryung Woo – Dark	786 317	Güney Kore
Lee, Shin Hyung –	750 294	Güney Kore

InnoVation		
Jun, Tae Yang – TY	641 755	Güney Kore
Kim, Yoo Jin – sOs	624 231	Güney Kore
Eu, Yoon Su – soO	613 762	Güney Kore
Kim, dae Yeob – Stats	609 871	Güney Kore
Joo, Sung Wook – Zest	550 319	Güney Kore

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.7'de strateji oyunlarının ve ilk elektronik sporun temsilcisi olarak anılan Starcraft oyununun ikinci serisinin dünyada en çok kazanan sporcu ve bu oyuncuların ülkeleri listelenmiştir. Oyunun Güney Kore'de oldukça ilgi görmesi, televizyonlarda yayınlanması gibi faktörlerden de anlaşılacağı gibi listede ağırlıklı olarak Güney Kore ülkesi yer almaktadır. Kuzey Avrupa bölgesi başta olmak üzere Avrupa ve Amerika da takip etmektedir.

4.3.8. Oyunlara göre en çok kazanan Türk oyuncular

Çizelge 2.4. *Türk Oyuncular*

OYUNCUNUN ADI – KULLANICI ADI	TOPLAM KAZANCI(USD)	OYUN
Özgür Eker – woxic	298 884	Counter Strike: Global Offensive
Can Dörtkardeş – XANTARES	282 344	Counter Strike: Global Offensive
Engin Küpeli – MAJ3R	152 335	Counter Strike: Global Offensive
Ahmet Karahoca – paz	148 994	Counter Strike: Global Offensive
Engin Kor – ngiN	148 555	Counter Strike: Global Offensive
Buğra Arkın – Calyx	147 093	Counter Strike: Global Offensive
Bilinmiyor – Huizhi	91 250	Fortnite
Ömer Develi – Iroh	81 275	PUBG
Derman Özdemir – Motor	72 466	Fortnite
Emre Delikara – Refl7ction	72 400	Fortnite
Asım Cihat Karakaya – Fabulous	62 179	League of Legends
Koray Bıçak – Naru	46 902	League of Legends
Berkay Aşıkuzun – Zeitnot	43 712	League of Legends
Furkan Güngör – Stomaged	39 860	League of Legends
Anıl Işık – Holy Phoenix	34 753	League of Legends

Berke Demir – Thaldrin	27 894	League of Legends
Mustafa Kemal Göksel - Dumbledoge	25 073	League of Legends
Atakan Aydın – Crystal	23 995	League of Legends
Kaan Atıcı – Elwind	16 125	League of Legends
Ege Acar – Padden	15 471	League of Legends
Bahadır Çolak – JAPONE	14 202	League of Legends
Ercan Bozkurt – TrieLBaenRe	13 406	League of Legends
Selim Oynar - Neqroman	10 417	DotA 2
Bilinmiyor – Reembey	2 580	Rainbow Six Siege
Şahin Latifi – h3x	1 500	Overwatch
Şahin Latifi – h3x	36 125	Fortnite

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Türkiye'deki elektronik sporcuların kazançlarının listelendiği Çizelge 2.8'de, oyuncuların oyunlara göre farklılık gösterdiği dikkat çekmektedir. Ağırlıklı olarak Counter Strike oyununda en çok gelir elde eden oyuncularımızın olmasını League of Legends oyuncularımız takip etmektedir.

4.4. Turnuvalar ve Ödüllerine Göre Oyunlar

Oyunların kendi içinde çeşitlilik göstermesinin organizasyonlara ve dağıtılan ödüllere de etkisi bulunmaktadır. Bu başlık altında, yıllar içinde büyük turnuvalarda dağıtılan ödüllerin listelendiği çizelgelerin açıklaması yapılmıştır.

2017 yılında yapılan bir araştırmaya göre e-spor turnuvalarında dağıtılan ödül paraları, geleneksel sporların ödüllerini geçmeyi başarmıştır. Yapılan listede en üst sırada DotA 2 The International 2017 turnuvası toplam ödül havuzu 24 700 000 $ ile yer alırken, ikinci sırada Confederations Cup 2017 (Futbol Konfederasyon Kupası Turnuvası) 20 000 000 $ ile yer almıştır. Üçüncü sırada The Masters 2017 (Golf) 11 000 000 $ ile yer alırken, dördüncü sırada da LoL World Championship 2017 (League of Legends 2017 Dünya Şampiyonası) 4 950 000 $ ödül parası ile yer almıştır (Wagner, 2018).

4.4.1. DotA 2 turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.6. DotA 2

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
The International (DotA 2)	2019	34 330 068
The International (DotA 2)	2018	25 532 177
The International (DotA 2)	2017	24 787 916
The International (DotA 2)	2016	20 770 460
The International (DotA 2)	2015	18 429 613
The International (DotA 2)	2014	10 931 105
DotA 2 Asia Championship	2015	3 073 451
The Kiev Major	2017	3 000 000
The Boston Major	2016	3 000 000
The Manila Major	2016	3 000 000
The Shanghai Major	2016	3 000 000
The Frankfurt Major	2015	3 000 000
The International (DotA 2)	2013	2 874 380

Kaynak: (dota2prizetrac)

Çizelge 2.10'da 2013-2019 yılları arası yapılan DotA 2 turnuvaları ve ödül havuzları listelenmiştir. 2013 yılında 2 milyon dolar ödülle başlayan ve dünyanın en çok kazandıran turnuvası olarak gösterilen The International 2019 yılın da 34 milyon dolarlık ödül havuzuna ulaşmıştır.

4.4.2. League of Legends turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.7. League of Legends

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
League of Legends World Championship	2019	2 225 000
League of Legends World Championship	2018	6 450 000
League of Legends World Championship	2017	4 946 969
League of Legends World Championship	2016	5 070 000
League of Legends World Championship	2015	2 130 000
League of Legends World Championship	2014	2 130 000
League of Legends Season 3 World Championship	2013	2 050 000
League of Legends Season 2 World Championship	2012	2 000 000

Çizelge 4.7. (devam) League of Legends

Mid-Season Invitational	**2017**	**1 690 000**
Mid-Season Invitational	2018	1 370 520

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.11'de 2012-2019 yılları arası yapılan League of Legends turnuvaları ve ödül havuzları listelenmiştir. Yıllar geçtikçe artış gösteren ödül havuzunda dikkat çeken detaylardan birisi 2019 yılı ödül havuzunun 2018, 2017 ve 2016'da dağıtılandan daha az olduğudur. Dünyadaki en büyük dijital oyun organizasyonlarından biri olarak kabul edilen Worlds, birçok konuda DotA 2 oyunundan daha yüksek istatistiğe ulaşsa da ödül havuzu konusunda yetişmekte güçlük çekmektedir.

4.4.3. Counter Strike turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.8. Counter Strike Global Offensive

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
StarLadder Berlin Major	2019	1 000 000
IEM XIII – Katowice	2019	1 000 000
ELEAGUE CS:GO Premier	2018	1 000 000
ELEAGUE Major Boston	2018	1 000 000
FACEIT Major London	2018	1 000 000
WESG CSGO:Male	2017	1 500 000
ELEAGUE CS:GO Premier	2017	1 000 000
PGL Major Krakow	2017	1 000 000
ELEAGUE Major	2017	1 000 000
ELEAGUE Season 1	2016	1 410 000
ELEAGUE Season 2	2016	1 100 000
WESG CS:GO	2016	1 500 000
ESL One: Cologne	2016	1 000 000
MLG Major Championship Columbus	2016	1 000 000

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.12'de 2016-2019 yılları arası Counter Strike Global Offensive turnuvaları ve ödül havuzları listelenmiştir. Çizelgeye göre en yüksek ödülün 1,5 milyon dolar olması, bu oyunun diğer oyunlara nazaran daha az ödül havuzuna sahip olduğunu gibi görünse de bir yıl içindeki turnuva sayıları dikkate alındığında en çok organizasyonun düzenlendiği oyun olduğu da göz ardı edilmemelidir. Bu yüzden FPS türünde birçok yeni oyun piyasaya

çıkmasına rağmen Counter Strike kitlesi izleyici ve oyuncu olarak azalış göstermemektedir.

4.4.4. Fortnite turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.9. Fortnite

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
Fortnite World Cup Finals-Solo	2019	15 287 500
Fortnite World Cup Finals-Duo	2019	15 100 000
Fortnite World Cup Finals-Creative	2019	3 250 000
Winter Royale EU Day 1 PC	2019	1 350 000
Winter Royale EU Day 2 PC	2019	1 350 000
Winter Royale EU Day 3 PC	2019	1 350 000
Fortnite Champion Series Season X EU Finals	2019	1 200 000
TwitchCon 2019 Fortnite Finals	2019	1 002 000
Fortnite Champion Series Chapter 2 Season 1 Grand Finals: Europe	2019	919 200
Fortnite Fall Skirmish Series – Club Standings	2018	4 000 000
Fortnite Fall Skirmish Series – Week 6 – Grand Finals @TwitchCon	2018	1 942 500
Fortnite Summer Skirmish Series – Week 8	2018	1 501 250

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

2017 yılında piyasaya sürülen Fortnite oyununun Çizelge 2.13'te 2018 ve 2019 yıllarındaki turnuvaları ve ödül havuzları listelenmiştir. 2019 yılında toplamda 100 milyon dolar ödül dağıtan Fortnite, ücretsiz olması ve aynı zamanda konsolda da oynanabilmesi sebebiyle en büyük rakibi 2019 yılı itibariyle PUBG'yi geride bırakmayı başarmıştır.

4.4.5. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG) turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.10. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG)

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
PUBG Global Championship	2019	4 080 000
PUBG Asia Invitational	2019	500 000
PUBG Nations Cup	2019	500 000
PUBG Global Invitational (TPP)	2018	1 000 000

Çizelge 4.11. Player Unknown's Battle Grounds (PUBG)

PUBG Global Invitational (FPP)	**2018**	**1 000 000**
PUBG Challenge Gamescom	2018	452 000

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

2016'da piyasaya sürülen PUBG oyunu Çizelge 2.14'te yıllar içinde, turnuva ve ödül havuzları ile birlikte listelenmiştir. Tıpkı Counter Strike gibi birçok turnuva düzenlenip ödüller azar azar dağıtılmıştır ancak en düşük dağıtılan ödül 452 bin dolar iken en yüksek dağıtılan ödül 4 milyon dolar ile neredeyse on katına çıkmıştır. Bu da Battle Royale oyun türünde Fortnite ile olan rekabetin bir etkisi olarak gösterilebilir.

4.4.6. Call of Duty turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.12. Call of Duty

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
Call of Duty: Modern Warfare League Championship 2020	2020	4 600 000
CWL Championship 2019	2019	2 000 000
CWL Pro League Finals 2019	2019	1 249 000
CWL Pro League 2019	2019	1 150 000
CWL Championship 2018	2018	1 500 000
CWL Championship 2017	2017	1 525 000
CWL Global Pro League – Stage 1	2017	700 000
CWL Global Pro League – Stage 2	2017	700 000
Call of Duty XP Championship	2016	2 000 000
Call of Duty Championship	2015	1 000 000
Call of Duty Championship	2013	1 000 000
Call of Duty XP	2011	1 000 000

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Hikâye olarak en eski savaş oyunlarından birisi olarak bilinen Call Of Duty (CoD) turnuvalarının ve ödüllerinin listelendiği Çizelge 2.15'te 2011-2020 yılları arasında dağıtılan ödüller listelenmiştir. Bu listeye göre yıllar içinde dağıtılan ödüller giderek artış göstermiştir. Tıpkı Counter Strike gibi yıl içinde birçok farklı turnuva düzenlenmektedir.

4.4.7. Rainbow Six Siege turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.13. Rainbow Six Siege

TURNUVA ADI	DÜZENLEDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
Six Invitational 2020	2020	3 000 000
Six Invitational 2019	2019	2 000 000
Six Major Raleigh	2019	500 000
Six Invitational 2018	2018	500 000
Six Major Paris	2018	350 000

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.16'da 2016'da üretilen Rainbow Six Siege adlı Tactical FPS oyunu ve turnuva ödülleri listelenmiştir. 2018-2020 yılları arası elde edilen verilere göre yıllar içinde giderek artış gösteren ödül havuzları görülmektedir.

4.4.8. Overwatch turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.14. Overwatch

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU(USD)
Overwatch League 2020 –Playoffs – Grand Finals	2020	3 050 000
Overwatch League 2020 – Playoffs – North America	2020	625 000
Overwatch League – Season 2 Playoffs	2019	3 500 000
Overwatch League – Season 2 Stage 1	2019	500 000
Overwatch League – Season 2 Stage	2019	500 000
Overwatch League – Season 2 Stage	2019	500 000
Overwatch League – Season 1 Playoffs	2018	1 700 000
Overwatch League – Season 1 Regular Season	2018	1 300 000

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.17'de 2015'te piyasaya sürülmüş olan Overwatch oyunu turnuva ve ödülleri yer almaktadır. 2018 ve 2020 yılları arası veriler listelenirken yıllara göre değişiklik gösteren turnuvalar dikkat çekmektedir.

4.4.9. Diğer oyunların turnuvaları ve ödülleri:

Çizelge 4.15. Diğer Oyunlar

TURNUVA ADI	DÜZENLENDİĞİ YIL	ÖDÜL HAVUZU
Magic: World Championship XXVI	2020	5 512 000
Shadowverse World Grand Prix 2019	2019	1 387 727
Hearthstone World Championship 2019	2019	1 000 000
Mytic Invitational 2019 (Magic: The Gathering Arena)	2019	1 000 000
Auto Chess Invitational 2019	2019	1 000 000
Honor of Kings World Champion Cup 2019 (Arena of Valor)	2019	2 166 994
King Pro League Spring 2019 (Arena of Valor)	2019	1 304 451
King Pro League Fall 2019 (Arena of Valor)	2019	1 159 511
Smite World Championship	2018	785 000
Shadowverse World Grand Prix 2018	2018	1 310 000
Halo World Championship 2018	2018	1 000 000
HGC 2018 Global Finals	2018	1 000 000
King Pro League Fall 2018 (Arena of Valor)	2018	1 740 360
Honof of Kings Champion Cup Summer (Arena of Valor)	2018	1 000 000
Hearthstone World Championship	2017	1 000 000
2017 Las Vegas eRace	2017	1 000 000
HGC 2017 Global Finals	2017	1 000 000
Halo World Championship 2017	2017	1 000 000
Smite World Championship 2017	2017	1 000 000
BlitzCon 2016 (Hearthstone)	2016	1 000 000
HGC 2016 – Fall Finals	2016	1 000 000
Halo World Championship 2016	2016	2 500 000
Smite World Championship 2016	2016	1 000 000
Smite World Championship 2015	2015	2 612 259

Kaynak: (esportsearnings, 2020)

Çizelge 2.18'de 2015 ve 2020 yılları arasında 1 milyon dolardan fazla ödül havuzuna sahip olan diğer oyunlar başlığı adı altındaki turnuvalar listelenmiştir. 2018 yılında yapılan Smite World Championship turnuvasının ödül havuzu 785 bin dolar olmakla birlikte, listede yer alma sebebi diğer Smite World Championship turnuvalarının ortalama 1 milyon dolardan fazla ödül havuzuna sahip olmasıdır. Yıllar geçtikçe oyun türünün artması ve bu türlere sponsorların yatırım yapması sonucu, turnuvalarda dağıtılan ödüllerin milyon dolarlara ulaşmış olmasına ortam sağlanmıştır. Oyuncuların keyif aldıkları oyunlarda uzmanlaşarak kendilerini gösterebilecekleri birçok oyun türü ve bu türlerin de kendi içinde birçok farklı

oyun olması, geleneksel sporlarla yapılabilecek kıyaslamaları da beraberinde getirmektedir.

4.5. Assassin's Creed:

Super Data verilerine göre; tarih oyunları arasında en çok sevilen oyunlar listesinde yer alan Assassin's Creed serisinin son oyunu olan ve Vikingleri konu alan Assassin's Creed Valhalla Kasım 2020'de piyasaya sürüldükten sonra, Antik Yunan ve Sparta savaşlarını konu alan bir önceki oyun Assassin's Creed Odyssey'den 1,7 milyon ürün satarak %50'lik bir artış göstermiştir (Staff S. , 2020).

4.6. Spor Oyunları

EA Sports, genellikle özel bir temelde lisanslanan gerçek oyuncu isimlerini ve benzerlerini içeren yıllık devam filmleri ve oyuncuların videolarını kullanarak oyun hareketlerini modellemek için genişleyen gerçekçiliğe sadakatte aşamalı iyileştirmeler yoluyla pazardaki hâkimiyetini sürdürmektedir (Hosch, 2018). FIFA video oyunları serisi, dünyanın her yerindeki oyuncular ve futbol hayranları tarafından sevilen oldukça popüler bir futbol oyunudur. Ekim 2020'de piyasaya sürülen FIFA 21, ilk ayında dünya çapında 1,5 milyon dijital kopya satarak 2020 yılında satılan 1,2 milyonluk kopya sayısını geçmeyi başarmıştır (SuperData, 2021). Bunun bağlayıcı sebebi ise futbolun dünyada en çok izlenen, takip edilen ve finanse edilen spor olmasından kaynaklıdır. Bu parametrelere paralel olarak spor oyunları arasında da en çok oynanan, satın alınan, takip edilen spor oyunu FIFA futbol oyunudur. Anlaşmalı futbolcuların da FIFA'nın çıkış reklamlarında oynaması, oyunun gerçekçiliğini yansıtılması açısından oyun içindeki hikâye modlarında yer almaları, kendilerine has hareketleri, gol sevinçleri, jest ve mimikleri günümüzde neredeyse birebir kopyalanıp oyun içine aktarılmaktadır. Bu ve bunun gibi detaylar da her yıl hayranların yeni çıkacak olan FIFA serisini erkenden sipariş vermelerini sağlamaktadır.

4.7. Çevrimiçi Oyunların Dünya Geneli Elde Edilen Gelirleri

Statista'nın araştırmalarına göre 2017-2024 yılları arası elde edilen ve beklenen çevrimiçi oyunların dünya pazarı gelirleri; 2017 yılında 16,7 milyon dolar, 2018 yılında 16,8 milyon dolar, 2019 yılında 16,9 milyon dolar ve 2020 yılında 17,1 milyar dolar olarak

açıklanmıştır. 2021 için 17,3 milyon dolar, 2022 için 17,6 milyon dolar, 2023 için 17,7 milyon dolar ve 2024 yılı için 17,8 milyon dolarlık bir gelir hacmi beklenmektedir (Lindlahr, 2020).

4.7.1. League of Legends verileri

Statista'nın yaptığı araştırmaya göre 2015-2018 yılları arası League of Legends oyunu gelirleri; 2015 için 1,63 milyon dolar, 2016 için 1,8 milyon dolar, 2017 için 2,1 milyon dolar ve 2018 için 1,4 milyon dolardır (Gough C. , 2019).

4.7.2. 2020 yılındaki dijital oyun gelirleri

Superdata Mayıs ayı verilerine göre 2020 Nisan ayında 10,5 milyar dolar ile rekor kıran dijital oyun gelirleri 2020 Mayıs ayında %3 düşerek 10,2 milyar dolara gerilemiştir.
Ayrıca korona virüs olmasına rağmen dijital oyunlar kazançlı çizgisine devam etmiştir. Konsol oyun gelirleri daha az ürün piyasaya sürdükleri için Nisan ayına göre %27 düşmüştür ancak mobil oyunlardaki kazancın %3 artışı bu açığı dengelemiştir. 2019 Mayıs'a kıyasla %14'lük bir artış gösteren genel harcamalara ek olarak bilgisayar oyunlarının %8, mobil oyunların %14 ve konsol oyunlarının %23'lük artışı olmuştur (Superdata, 2020).

Newzoo'nun 2020 verilerine bakıldığında toplam elektronik spor gelirleri 973 milyon dolar olarak görülmektedir. Bu 2019 yılına göre % 1,7'lik bir artıştır. Gelirin; 584,1 milyon doları sponsorlardan, 163,3 milyon doları medya haklarından, 108,9 milyon doları yayıncı ücretlerinden, 76,2 milyon doları eşya ve biletlerden, 21,5 milyon doları dijital ortamdan sanal paralar ve alışverişler yoluyla, 19,9 milyon doları da yayın akış platformlarından elde edilmiştir (Newzoo, 2020).

4.7.3. ABD'de dijital oyun endüstrisi satışları

2008-2020 yılları arası listelenen verilere göre; 2008 yılında 1,8 milyar dolar, 2009 yılında 1,4 milyar dolar, 2010 yılında 1,5 milyar dolar, 2011 yılında 1,5 milyar dolar, 2012 yılında 1,1 milyar dolar, 2013 yılında 1 milyar dolar, 2014 yılında 1 milyar dolar, 2015 yılında 1 milyar dolar, 2016 yılında 1,1 milyar dolar, 2017 yılında 1,5 milyar dolar, 2018 yılında 1,3

milyar dolar, 2019 yılında 1,2 milyar dolar ve 2020 yılında 1,6 milyar dolar olarak elde edilmiştir.

4.7.4. PUBG Mobile oyunu 2020 yılı hasılatı

Mobil oyunlarda adından sıkça söz ettiren PUBG Mobile, 2020 hasılatını 3 milyar dolara çıkarmayı başarmıştır. Çin'deki varyasyonu Game for Peace olarak bilinen mobil oyun bu bölgede 1,3 milyar dolar hasılat elde etmiştir. Mobil oyun sıralamasında kendisine en yakın olan Garena Free Fire oyunundan yaklaşık 4 kat daha fazla gelir elde etmiştir. 3. Sırada Knives Out oyunu 260 milyon dolar hasılat elde ederken onları Activision'ın Call of Duty:Mobile oyunu 220 milyon dolar ile takip etmiştir. Bunun yanı sıra dünyada 734 milyon kişi tarafından yüklenme sayısına sahip olan oyunun, 175 milyonluk kısmı Hindistan'dadır ve diğer bölgeler arasında en yüksektir. 175 milyon ile %24'lük payı elinde bulunduran Hindistan'dan sonra Çin %16,7, ABD ise %6,4 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Apple Store üzerinde oyuncuların %79'u PUBG Mobile yüklediğini duyururken, Google Play ise tüm yüklemelerin %65'inin PUBG Mobile oyununa ait olduğunu yayınlamış ve bu iki oran da her iki firmanın en fazla indirme sayısına ulaşmıştır (Majumder, 2020).

Newzoo'nun araştırmalarına göre mobil oyunların pazar geliri 77,2 milyar dolar olarak belirlenmiş ve bu gelirin 13,7 milyar doları tablet oyunları, 63,6 milyar dolarlık dilimi ise akıllı telefon oyunlarından elde edilmiştir. Konsol oyunları 45,2 milyar dolarlık bütçeyle ikinci sırada yer alırken 36,9 milyar dolarlık gelir ile bilgisayar oyunları üçüncü sırada bulunmaktadır. Bilgisayar oyunlarının 33,9 milyar dolarını internet üzerinden indirilen oyunlar oluştururken, 3,0 milyar dolarlık kısmı internet tarayıcısı üzerinden oynanan oyunlar oluşturmaktadır (Newzoo, 2020). Bu gelirler 2019 ile kıyaslandığında ise; mobil oyunlar %13,3, konsol oyunları %6,8, bilgisayar oyunları %4,8 oranında artış göstermiştir.

4.8. Teşvikler

8 Eylül 2020 tarihinde Yeşilay kurumunun Twitter sosyal medya mecrası üzerinden yaptığı paylaşımda; dijital oyunların spor olarak nitelendirilmesinin, dijital oyunların zararlarının göz ardı edilmesine sebep olduğunu ve oyunların teknoloji bağımlılığını tetikleyip kumar bağımlılığına giden yolu kolaylaştırdığını yazmıştır (Yeşilay, 2020). Aynı zamanda

Türkiye'de Dijital Bağımlılıkla Mücadele Derneği, insanların dijital bağımlılıktan uzak kalması ve arınması için kurulmuştur (Sputnik, 2019). Dijital oyunların insanlar üzerindeki zararlı etkilerine tek boyuttan bakan kesimlerin önyargılı tutumlarına karşılık birçok alanda da teşvikler söz konusudur. Illanois'teki bir kolej, rekabetçi oyun oynayan öğrencilere burs vermektedir (Tsukayama, 2014). Aynı zamanda The McCornick Tribune kampüs merkezinde E-spor ve Dijital Sanatlar Merkezi açılmıştır. Becker Koleji ise e-spor yönetiminde lisans derslerini başlatmıştır. Staffordshire Üniversitesi ise lisans ve yüksek lisans düzeylerinde e-spor kursları vermeye başlamıştır. Chichester Üniversitesi, kursun bir parçası olarak FIFA ve League of Legends gibi oyunları oynamayı içeren program sunmaktadır. Ohio State, oyunların sağlık ve tıbba uygulanmasını içeren bir e-spor ve oyun çalışmaları lisans bölümü başlatmaya hazırlanmıştır (Chan, 2019). Pakistan'ın Federal Bilim ve Teknoloji Bakanı Fawad Hussain, Pakistan Spor Kurulu ile Pakistan Bilim Vakfı arasında e-sporların "normal spor" statüsünü alacak bir mutabakat anlaşmasının imzalandığını açıklamıştır (Sengupta, 2021).

5. TARTIŞMA

Argan ve Akın'ın 2008 yılında yaptığı Türkiye'de Elektronik Sporcular Üzerine Bir Araştırma çalışması ile elektronik sporların tanıtılmasının ilk adımı akademik anlamda atılmıştır (Akın, 2008). Dönemin düşünce yapısı ve şartları düşünüldüğünde insanların günümüzde de devam eden önyargıları ile karşılaşılmış ve birçok kesim tarafından bu kavram kabul edilmemiştir. İnsanlar değişime kapalı tutum sergilemeye alışkın olduğu için dijital oyunun spor olabileceği düşüncesi uzak ihtimaller arasında yer almıştır. Günümüzde birçok akademik çalışma bu kaynaktan yararlanmaktadır çünkü literatürde ilk olması, gelecekte yapılacak olan çalışmalara da öncü olmuştur. Sonrasında yazılan makaleler ve spor bilimleri fakültesi dışındaki alanlardan yapılan araştırmalar ile çalışmalar artırılmış olmasına rağmen hala azdır. Yabancı kaynakların Türkiye'dekilerden fazla olma sebebi ülkelerin bu kavramı benimseyip sindirme sürelerinin Türkiye'ye oranla daha kısa olmasıdır. Güney Kore'de KesPA (Kore Elektronik Sporlar Federasyonu Birliği) kurulması ve devlet tarafından da desteklenmesi, dünyada elektronik sporların bilinirliği açısından önemli bir adımdır. Japonya, Çin, Kore, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinin dijital oyunlar için bir Pazar oluşturması, bu pazardan düşünülenden fazla kar elde etmeleri, dijital oyunların varlığını uzun süre sürdürebilmesinde etken olmuştur. Sonrasında oyun kodlarının, oyun yazılımcılarının gelişmesi, teknolojinin gelişmesi, geleneksel sporları oyunlarda gerçeğe yakın efektlerle kullanmak, oyunlara rekabeti artırmak için skor tablolarının yerleştirilmesi gibi etmenler giderek gelişen bu sektörün belirleyici faktörleri olmuştur. Sonrasında üniversitelerin teknoloji birimlerinde geliştirilen oyunlar üzerinden kendi aralarında eğlence amaçlı turnuvalar düzenlemeleri, diğer oyun yapımcılarının da dikkatini çekmiş ve bu eğlence amaçlı müsabakaları turnuva düzenleme aşamasına getirmişlerdir. Sonrasında turnuvalarda ödüller koyarak daha fazla insanın dikkatini çekmeyi başaran markalar, oyunların dünya çapında satılmasıyla piyasaya sürdükleri arzın karşılığı fazlasıyla talep eden bir kitle ile karşılaşmışlardır. Oyunların zaman içinde geliştirilmesi, kalitelerinin ve zorluklarının artırılması, oyun serilerinin çıkarılması, kişisel zevklere göre neredeyse her tür oyun üretilmesi de sonsuz bir üretim sektörünün oluşmasına ortam hazırlamıştır. Öyle ki başka amaçla dizayn edilmiş oyunların kendi içlerindeki küçük oyunlar, günümüzde milyon dolarlar kazandıran ayrı birer oyun olarak yer almaktadır (Counter Strike, DotA).

Bulgular; geçmiş yıllardan günümüze kadar uzanan süreçte elektronik spor ve dijital oyun turnuvalarının ödüllerindeki değişimi, oyuncuların dünyanın birçok bölgesinden katılım gösterdiğini, teknolojinin gelişmesiyle birlikte oyun platformlarının değiştiğini, dijital oyun sektörünün gelir hacimlerindeki değişiklikleri göstermektedir.

Newzoo'nun 2019 ve 2020 araştırmalarına göre en çok oyuncu sayısının Asya-Pasifik bölgesinde olduğu görülmektedir. Bunun sebebi olarak elektronik sporları destekleyen ilk kurum olarak bilinen KesPA (Kore elektronik Sporlar Federasyonu Birliği) 'nın Güney Kore'de ortaya çıkması gösterilebilir. Ayrıca Starcraft oyununun yine Güney Kore'de piyasaya sürülmesi ve Atari markasının Japonya pazarından Amerika'ya girmesi gibi Asya kökenli faktörler, orada yaşayan halkın bu gelişmelerden daha erken faydalanması üzerine günümüzde dijital oyunun bir kültür olarak algılanabildiği duruma gelmesine ortam hazırladığı söylenebilir. Sonrasında Amerika pazarına girişmiş olması da Kuzey ve Latin Amerika'daki oyuncu sayısının Asya-Pasifik bölgesini takip etmesini gösterebilir.

Dünyada en çok kazanan oyuncuların, yeni kimlikleriyle e-sporcuların vatandaşı oldukları ülke ile başarılı oldukları oyunun türü ve kendisi ile aralarında pozitif bir ilişki olduğu söylenebilmektedir. Örneğin; MOBA türü oyunlar için, DotA 2 oyununda en çok kazanan oyuncular ağırlıklı olarak Avrupa hatta Kuzey Avrupa bölgesinde yer almaktayken, aynı tür olan League of Legends oyununda en çok kazanan oyuncular ağırlıklı olarak Güney Kore uyruklu olarak görülmektedir. Bunun sebebi olarak bölgelerin bu oyunlara yaptıkları yatırım ve teşviklerden kaynaklanabileceği gibi, aynı zamanda League of Legends oyununun yapımcılarının yıllarca DotA oyununu oynamış olması ve insanların DotA oyununa nazaran League of Legends oyununda karakterlerde, haritada, kaynak ve çevre kullanımında, yetenekleri kullanma ve karar verme süreçlerinde daha rahat ustalaşılabileceği düşüncesinde oldukları görülmektedir. Yanı sıra LoL maçlarının, DotA maçlarından ortalama olarak daha kısa zamanda bitebilmesi, haritanın daha küçük olması, karakter bekleme sürelerinin daha kısa olması hızlı tüketim çağındaki jenerasyon için daha cazip görülebilmektedir. Türkiye'de de DotA ve DotA 2 oynayan birçok oyuncu LoL'e geçiş yapmış ve profesyonel olabilmiştir. Eski DotA takımı HWA'nın orta koridor oyuncusu Kaan 'Elwind' Atıcı, LoL'e geçeceğini sosyal medya hesaplarından duyurmuş ve kısa zamanda bu oyunda ustalaşarak profesyonel oyuncu olmuştur. Sonrasında Dark Passage gibi köklü takımlarda şampiyonluklar elde etmeyi başarmıştır. Bu gibi örneklerin sonraki nesilleri de etkilemesi yönünde, DotA ve LoL oynayan kişilerin kendi becerilerini

görüp hangi oyunda daha kısa zamanda ustalaşabileceklerini algılayabilmelerine olanak sağladığı söylenebilir. Ayrıca LoL oyununun kurucu firması Riot'un İstanbul'da ofis açması, Türkiye'ye özel sunucu kurulması, oyunun Türkçe dil seçeneği olması ve oyun karakterlerini Türk ses sanatçılarının seslendirmiş olması oyunu daha da cazip hale getirmiştir. Başlarda DotA oyunu grafik ve oyun mekanikleri yönünden daha kapsamlı ve kaliteli görünse de oyunda yaşanan bağlantı sorunları, gecikmeler ve dil bariyeri gibi sebeplerin olması Türk oyuncuların LoL'e geçmesinde çok büyük rol oynamıştır. Sonraki güncellemelerle birlikte Riot, bu görüntü kalite farkını ortadan kaldırmayı başarmıştır.

FPS oyun türünün öncüsü olarak kabul edilen Counter Strike oyununda en çok kazanan sporcuların ağırlıklı olarak Kuzey Avrupa'dan olma sebebi, Avrupa ve Amerika'nın FPS oyun türüne daha fazla ilgi göstermesi olarak söylenebilir. Ayrıca Avrupa'da birçok internet kafede yer alan ilk oyunlardan birinin Counter Strike olması, strateji oyunlarına nazaran oynanması daha basit olması ve birinci tekil şahıs gözünden izleniyor olması oyuncular için çekici nitelikler olarak gösterilebilir. Bir diğer sebep olarak da ESL (Elektronik Spor Ligi) kuruluşunun Almanya'da kurulmuş olması ve günümüzde de en büyük Counter Strike turnuvalarını düzenliyor olması en büyük etkenlerdendir. DotA gibi Counter Strike oyunu da Türkiye'de sunucu bulundurmadığı için Türk oyuncuların birçoğu PUBG, Rainbow Six, Fortnite, Call of Duty gibi oyunlara yönelmiş olsalar da bu oyunlarda da sunucu gecikme problemleri (ping), dil bariyeri gibi sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Yurtdışında yaşayan veya oradaki takımlara transfer olan Türk oyuncuların performansında artış olma sebebi de ülkemizde yaşanan altyapı sorunlarının ve kulüp yöneticilerinin eksikliklerinin olmaması olarak gösterilebilir. Günümüzde İstanbul'da ofisi bulunan Riot, Valorant adında bir Taktik FPS oyunu piyasaya sürmüştür ve birçok Counter Strike oyuncusunun bu oyuna geçiş yaptığı görülmektedir. Düşük ping (gecikme) ve tamamen Türkçe oynayabilme seçeneği sayesinde kendi becerilerini rahatça sergileme ve uluslararası turnuvalarda yer alabilmek için Türk takımları kurma fırsatı elde etmişlerdir.

Battle Royale oyun türünde piyasada liste başı olan iki oyun Fortnite ve PUBG olarak görülmektedir. Bu oyunların en çok kazanan oyuncuları ise Fortnite için Amerika ve Avrupa iken, PUBG için Asya ve Kuzey Avrupa olarak görülmektedir. Fortnite'ın Amerika ağırlıklı oynanma sebebi, o bölgede Play Station sahihi birçok insanın olması ve Fortnite oyununun hem konsol (Play Station) hem de bilgisayar için ücretsiz olarak piyasaya sürülmüş olması olarak gösterilebilir. PUBG'nin Asya bölgesinde en çok kazanan

oyunculara sahip olması ise Fortnite'a göre oyun içi dinamik ve mekaniklerin daha zorlu olması, takım oyunu gerektiren durumlarda haritanın daha büyük olması sonucu alan kontrolünü daha detaylı yapıyor olmaları söylenebilmektedir.

Call of Duty oyununun en çok kazananlarının Amerika ağırlıklı sporcular olması, oyunun yıllar önce Amerika'da ortaya çıkmış olması ve savaş dönemleri hikâyeleriyle oyun severlerin dikkatini çekmiş olması olarak gösterilebilir. Oyunun Battle Royale türü çıktığında da ilk olarak yıllardır hikâye modunu oynayan kişilerin ilgi göstermesi sonucu buradaki kitleye ulaşmış olması normal karşılanabilecek bir durumdur.

Starcraft II oyununun en çok kazanan oyuncularının Güney Kore olmasının sebebi olarak oyunun ilk versiyonunun yine Güney Kore'de çıkmış olması, bir strateji savaş oyunu olması ve ilk e-spor turnuvasının Starcraft 1 oyunu ile yapılmış olması gösterilebilir. Ayrıca Elektronik Spor Federasyonlar Birliği bulunmasının da çok büyük etkisi vardır. Bilgisayar oyunu oynayan kişilerin çoğunun Starcraft ile yolları kesişmekte, üzerinde ustalaşmasalar bile oyundan ve mekaniklerinden haberdar oldukları görülmektedir.

En çok kazanan Türk oyuncular listesine bakıldığında, ağırlıklı olarak Counter Strike ve LoL oyunları dikkat çekmektedir. Bunun sebebi Counter Strike oyununun internet kafelere 2000'li yılların başında gelmiş olması ve DotA oynayan oyuncuların LoL'e geçiş yaparak düşük ping (gecikme) ile yeteneklerini daha rahat sergileyebilmeleri olarak gösterilebilir. Günümüzde her iki oyundan da yurtdışındaki köklü takımlara birçok transfer gerçekleşmiştir ve ülkemizde oynayan birçok oyuncu bu sebeple profesyonelleşmek gayretindedir. Geleneksel sporlardan futbol ile karşılaştırma yapılacak olursa; bir futbolcu önce kendi liginde en üst düzeyde oynamak için, en iyi takımda yer almak için çaba sarf edip kendini geliştirmekte ve sonrasında Avrupa ve dünyadaki uluslararası turnuvalarda kendini göstermek için uğraş sergilemektedir. E-spor oyunlarında da tamamen aynı çaba gösterilmektedir. İlk hedef Türkiye'de iyi bir takımda yer alıp ligde başarı elde etmek ve sonrasında Avrupa, Amerika ve Asya gibi büyük liglerden teklif almak ve oralarda başarı elde etmektir. Avrupa ve Kuzey Amerika'da birçok oyuncumuz oynamakta iken, henüz Asya bölgesine transferde bulunulmamıştır. Bunun sebebi olarak da dil bariyeri gösterilebilir. Aynı zamanda kültürel alışkanlıklar ve popüler etkiler de batıya yönelik tercihleri etkileyebilmektedir.

Wagner'in (Wagner, 2018) yaptığı araştırmaya göre 2017 yılında DotA 2 The International 2017 organizasyonunun; Confederation Cup 2017 (2017 Futbol Konfederasyon Kupası) ve The Masters 2017 (Golf) organizasyonlarından daha fazla ödül havuzuna sahip olması, elektronik spor organizasyonunun geleneksel spor turnuvasına karşı üstün olduğu somut kanıtlardan biri olarak gösterilebilmektedir. Bunun arkasında yatan sebep ise Z kuşağı olarak adlandırılan yeni jenerasyonun ve Y kuşağının büyük bir kısmının geleneksel sporların tekdüzeliği ve kendini geliştirmekte yaşadığı sorunlar doğrultusunda, yine aynı kuşakların boş zamanlarında hobi olarak oynadığı oyunların profesyonel arenada en üst düzeyde sergilenen bir şova dönüşmesi olarak söylenebilir. Futbolun Dünya Kupası ve Şampiyonlar Ligi gibi büyük organizasyonlarının, turnuvalarının en üst düzey performans ve görsel eğlence olarak sunulmasından esinlenilen elektronik spor organizasyonları da benzer sebeplerle kitlelerin ilgisini çekmektedir. Aynı zamanda birçok farklı platformdan ve oyun içi motorlardan canlı olarak yayınlanması, tamamen ücretsiz şekilde ulaşılabilir olması, "chat" adı verilen sohbet etme yerinde milyonlarca insanla kendi platformuna ait kısımda sohbet etme, heyecanı paylaşma gibi unsurların olması da izleyicileri olumlu etkilemektedir.

DotA 2 oyununun dünyaca ünlü The International turnuvası, elektronik sporlar arasında en çok ödül havuzuna sahip organizasyon olarak dikkat çekmektedir. Her yıl sadece bir kere düzenlenmekte ve katılımcı ülkelerin en iyi takımlarının yer aldığı turnuvadır. DotA 2 için dünya kupası veya dünya şampiyonası olarak görülmektedir. Yıl içinde oyun içinden oyuncuların mağaza alışverişleri, yine yıl içine düzenlenen turnuvalara katılım ve sponsorlardan toplanan gelirin ödül havuzunda birikmesi sonucu bu ödül şampiyonaya katılan takımların derecelerine göre dağıtılmaktadır. Genelde 20 yaş üstünün ustalaşabildiği ve müsabakalar esnasında çok fazla değişkeni aynı anda kontrol edebilme becerisi isteyen oyun, ülkemizde Steam ve Valve şirketlerinin altyapı oluşturmaması üzerine arka plana atılmış ve az oyuncu kitlesine sahip bir oyun haline gelmiştir. Bu açıktan yararlanan MOBA türündeki diğer oyun da, İstanbul'da ofisi olan, Türkiye'ye altyapı yatırımı yapan League of Legends olmuştur.

League of Legends oyununun dünya kupası ise The Worlds Championship olarak adlandırılmaktadır. DotA2 ile aynı kapsama sahiptir. Katılımcı ülkelerin belli takımları direkt ve ön elemeler oynayarak turnuvaya katılma hakkı kazanmaktadır. Dağıtılan ödüllerin The International kadar fazla miktarlar olmamasına rağmen, turnuva öncesi,

esnası ve sonrası oyun içi mağaza ödülleri, organizasyonun düzenlendiği yerde fiziksel olarak bulunan seyircilere ödüller, müsabakalar esnasında dağıtılan ödüller ve dünyaca ünlü müzik sanatçılarının organizasyon öncesi ve sonrasında sahne alması gibi etkiler, The Worlds'ü dünyadaki en popüler etkinliklerden biri haline getirmiştir.

Counter Strike oyunu 1999'da piyasaya sürüldüğünden beri birçok ülkede oynanmaya başlamış en eski oyunlardan biridir. Yıllar içinde birçok farklı versiyon ile gelişmiş ve en son Counter Strike Global Offansive oyunuyla kitlelere ulaşmıştır. Valve şirketinin piyasaya sürdüğü oyun, Steam adlı platformdan satın alınmaktadır. FPS türünün atası olarak kabul edilmektedir ve organizasyonları Avrupai Amerika, Asya ve Afrika kıtalarında düzenlenmektedir. Birçok ülke ve bölgenin Counter Strike ligi bulunmaktadır. The International ve The Worlds gibi dünya kupasına denk gelecek organizasyon düzenlenmemiş olsa da, yıl yani sezon içinde birçok oyundan fazla farklı turnuvalar düzenlenmekte ve çoğunda 1 milyon dolar ve fazlası ödül dağıtılmaktadır. Aynı zamanda IEM, ESL Pro League, Els One, DreamHack, Blast Premier, Elisa gibi birçok büyük turnuvada oynanmaktadır. FPS türünde kendinden sonra üretilen Call of Duty, Valorant, Rainbow Six Siege, Overwatch gibi oyunlarla rekabet içinde olsa da, dünyada milyonlarca oyuncu ve izleyiciye hala hitap etmektedir. Diğer FPS oyun turnuvaların CS:GO'ya yetişememe sebebi olarak da temel olarak hepsinin Counter Strike mekaniklerinden türetilmiş olması olarak gösterilebilir.

Battle Royale oyun türünde dünyada rekabet halinde olan iki oyun Fortnite ve PUBG'dir. Bu rekabet; 2016 yılında PUBG oyununun piyasaya sürülmesi ve dünyada çok fazla kitleye ulaşması, Battle Royale türünde de başka oyunlar çıkmasına rağmen kalitesi ve getirdiği farklı solukla tekel olarak yer alması üzerine, 2017'de Fortnite oyunu üretilmiştir. Steam platformundan ücretli olarak satın alınan PUBG oyununa karşılık görselleri çizgi film animasyonlarına benzemesine rağmen, oynanışı farklı ancak amaç olarak hayatta kalma oyunu olan Fortnite, özellikle hem bilgisayar hem konsolda ve ücretsiz olarak oynanabilmesi koşullarıyla çok büyük kitlelere ulaşmayı başarmıştır. PUBG'nin piyasada hâkim olduğu kitleyi de kendi içine çekmeyi başarmış, oyun yayını yapan kişiler ve ünlüler tarafından da oynanmaya başlamıştır. Bu etkileşim de 2019 yılında 100 milyon dolarlık ödül havuzuna sahip turnuvanın düzenlenmesine zemin hazırlamıştır. PUBG ise oyun içi dinamiklerinde gelişme göstermemiş, milyonlarca oyuncusunun başka oyunlara geçişine engel olamamış ve alternatif olarak PUBG Mobile oyununu mobil cihazlarda ve

bilgisayarda oynanmak üzere piyasaya sürmüştür. Bilgisayar oyunundaki düşüşünü PUBG Mobile oyunu ile tam tersi ivmede yükseltmiş ve 2020 yılı itibariyle hasılatını 3 milyar dolara yükseltmeyi başarmıştır. Buradaki artışın sebebi ise genelde bilgisayardan oyun oynayan kişiler dışında bir kitleyi kendi içine çekmesidir. Rutin çalışanlar, boş vaktini bilgisayar yerine akıllı telefonlarıyla geçirenler için hem heyecanlı, hem rahatça oynanabilir hem de çok uzun sürmeyen ve detay istemeyen bir oyun olarak üretilmesi neticesinde bir anda ilgi odağı olduğu söylenebilir. Özellikle Çin ve Hindistan'da oyunun çok fazla talep görmesi de bu ivmenin en önemli etkisi olarak gösterilebilir. Dünyada 734 milyon kişi tarafından yüklenen mobil oyunun 175 milyonluk kısmı Hindistan olarak gösterilmiştir (Majumder, 2020). 175 milyonluk kesim %24'e denk gelirken, hemen ardından %16,7 ile Çin gelmekte ve %9 ile Amerika takip etmektedir.

Spor oyunlarının en önemli temsilci şirketi EA Games'in en bilinen oyunlarından FIFA serisi, her yıl profesyonel futbol isimleriyle yaptığı anlaşmalar ve yeni oyun geliştiricileri ile oyun içi mekanik ve dinamikleri güçlendirmektedir. Gerçeğe benzer kavramından gerçeğe çok yakın olma amacı taşıyan oyunların üretim aşamasında birçok sponsorluk anlaşmaları da yapılmaktadır. SuperData verilerine göre (SuperData, 2021) Ekim 2020 ayında piyasaya sürülen FIFA 2021 oyunu sadece ilk ayının satışlarında, 2020 yılı boyunca satılan FIFA 2020 oyununun 1,2 milyonluk kopya sayısını geçmeyi başarmıştır. Bunun sebebi olarak dünyada futbolcuların çok daha popüler hale gelmesi ve oyun severlerin, futbolcuların yeteneklerini en gerçekçi şekilde kendilerini de katarak kullanabilecekleri tek ortamın FIFA 2021 oyunu olduğunu düşünmeleri olarak gösterilebilir. Her yıl Eylül-Ekim aylarında FIFA erken erişim şansı elde eden oyun severler, EA Games şirketinin her seride yaptığı geliştirmeler neticesinde taleplerini artırmaktadırlar. Dijital ortamdan veya teknolojik mağazalardan oyunu satın alıp hem konsol hem de bilgisayarlarında oynayabilmekte olan kişiler için, oyunun kalite olarak gelişmesi sonucu oyun teçhizatlarının da alışverişi söz konusudur. Buradan çıkan sonuç; FIFA oyununun yeni versiyonunun piyasaya daha kaliteli bir oyun olarak sürülmüş olması, bilgisayar, konsol ve televizyon sektörlerini de doğrudan etkilemektedir. Ekonomik tabirle birbirleri için tamamlayıcı mallar olarak gösterilmektedir. FIFA oyunu tek başına alındığında bir işe yaramamaktadır. Konsola yüklendiğinde televizyona bağlanması ve bilgisayara yüklendiğinde o hard diskin bağlı olduğu bilgisayar ve ekran gerekmektedir. Ülkemizde de Pro Elite League adında FIFA ligi bulunmaktadır. Bu ligin kurucusu gazeteci Serdar Ali Çelikler, kendisiyle yapılan röportajda; daha önce Galatasaray, Beşiktaş, Fenerbahçe gibi

kulüplerin e-spor yatırımı yapması dışında birçok futbol kulübünün e-spor sektörüne giriş yapacağını öngörmektedir (esporonline, 2021).

Sebastian Lindlahr 2017 yılından itibaren çevrimiçi oyunların dünya genelinde elde edilen gelirleri araştırmasında (Lindlahr, 2020); 16,7 milyar dolardan başlayan gelir hacminin 2024'te 17,8 milyar dolara ulaşacağını öngörmektedir. Bunun sebebinin her yıl sürekli artış gösteren dijital oyun sektörünün ve kapsadığı firmaların hep birlikte kalkınıyor olmaları, ekonomik olarak birbirlerini olumlu yönde etkilemeleri, olarak gösterilebilir. Üretilen oyuna harcanan masrafın karşılığını, oyunu satın alan müşteriler, sponsorlar, oyunun turnuvalarının düzenlenmesi ve daha çok kitleye tanıtılması yani reklam, oyunun oynandığı platform (mobil, tablet, bilgisayar, konsol gibi), yayınlandığı medya kanalları (YouTube, Twitch, ESPN gibi), oyun teçhizatları (bilgisayar ve konsol donanım parçaları) gibi çok yönlü gelirler vermektedir.

Newzoo 2020 verilerine göre (Newzoo, 2020) elektronik sporların toplam gelirleri 973 milyon dolardır. Elektronik spor gelirlerinin dijital oyun sektörü gelir hacmiyle karıştırılmaması gerekmektedir. Dijital oyunlar daha kapsamlı bir kavram iken elektronik spor profesyonel alanı, sporcuları, takımları ve turnuvaları kapsamaktadır. 2019 yılına oranla %1,7'lik bir artış gösteren elektronik spor gelirlerinin 584,1 milyon dolarlık kısmı sponsorlar tarafından sağlanmıştır. Korona virüsün birçok alanı ekonomik olarak olumsuz etkilediği düşünülürse, elektronik sporların gelirinin artmış olması bu sektörün ekonomik anlamda pandemik olay karşısında bile ne kadar güçlü kalabildiğinin somut kanıtı olarak gösterilebilir. League of Legends, DotA 2 ve Counter Strike Global Offensive gibi oyunların büyük organizasyonların düzenlenmiş olması bu hacmi artırmıştır. Takımlar birçok lig, eleme ve grup maçlarını gaming house (oyuncuların ve koçlarının kaldığı antrenman evi) adı verilen yerden internet bağlantısıyla gerçekleştirmesi, pandeminin olumsuz etkisini ortadan kaldırmıştır. Aynı zamanda korona virüsün Çin'de ortaya çıkmış olması durumuna karşılık, League of Legends The Worlds Championship 2020 organizasyonu da Çin'de düzenlenmiş ve alınan önlemler neticesinde herhangi bir vakaya rastlanmamıştır.

Günümüzde akademik çalışmaların az olma sebeplerinden biri de önyargılar kadar önemli sayılabilecek sponsor ve yönetim kavramlarıdır. Sponsor bir elektronik spor kulübünün tek sermayesidir. Birçok kulüp, takım, organizasyon kötü yönetim ve sponsor desteğini

çekmesi yüzünden başarılı olabilecek durumdayken kapanma, dağılma aşamasına gelmiştir. İnsanlar bu sektöre yatırım yaparken milyon liralar ortaya koyup sadece bir yılda başarı beklemektedirler. Bunun kumar oynamaktan farkı yoktur çünkü hiçbir spor alanı bu kadar basit değildir, içinde birçok değişken bulunmasını öngöremeyen yatırımcılar zarar elde edip sektörden çekilmektedirler. İyi organizasyonlar ise yıllar boyunca birçok farklı alanda (oyunda) elektronik sporcu yetiştirmeye, başarı elde etmeye ve ülkemizi kıtalararası turnuvalarda temsil etmeye devam etmektedir (Super Massive, Dark Passage, Fenerbahçe Esports, Space Soldiers gibi). Ülkemizde en çok takip edilen spor olan futbola olan bakış açısı, elektronik spor sektöründe de çok benzerdir. Her taraftar kendi tuttuğu takımın her an başarılı olmasını ister ve bu çok doğal bir arzudur. Ancak nitelikli bir izleyici, yönetici, yatırımcı, oyuncu yani sektörle ilgili olan her insanın öngörmesi gereken bazı koşullar vardır. Hiçbir takım kaybetmek için saatlerce antrenman yapmaz, maça çıkmaz, hiçbir oyuncu bir takımla kaybedeceğini bilerek anlaşma imzalamaz, hiçbir yönetici parasını kaybedecek bir takıma yatırmaz. Bunların olması rekabeti ve başarıyı getirir ancak yönetim fonksiyonlarının düzgün uygulanması gerekmektedir. Henry Fayol'a göre yöneticilerin yerine getirmesi gereken idari fonksiyonlar; planlama, örgütleme, koordinasyon, yöneltme ve denetimdir (Demirci, et al., 2016). Bu saptamanın üzerinden yaklaşık yüzyıl geçmiş olmasına rağmen günümüzde hala bir yöneticinin bu fonksiyonları başarılı şekilde yerine getirmesi organizasyonun, örgütün, işletmenin varlığının devam edebilmesini sağlayacaktır. Herhangi bir fonksiyonun yetersiz olması son derece olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. TÜFAR'ın (Türkiye Futbol Araştırmaları Grubu) Aralık 2020 raporunda yer alan istatistiklere göre, 8 büyük lig incelendiğinde 2020-2021 transfer verilerinden elde edilen üç önemli sonuç olarak; Süper Lig en yaşlı oyuncuları transfer eden, en fazla transfer yapan ve en düşük oranda yerli oyuncu transferi gerçekleştiren lig konumundadır (TÜFAR, 2020). Bu yönetim anlayışına göre; kısa sürede, eskiden zirve yapmış oyuncuları kulüplerin bütçeleri doğrultusunda, kendilerince makul fiyatlarla (kulüplere göre verilebilecek düzeyler) transfer edip, istikrar aramaksızın o sene başarı elde etme çabasında olma stratejisi elektronik spor ortamında da kendini göstermektedir. Geleceğe yatırım yapmak yerine kulüplere bilinçsizce sermaye yatırıp, gerçekten eksik olan yerleri nitelikli personel ile (oyuncu, menajer, yönetici, scout ekibi, fitness eğitmenleri, aşçılar, malzeme ve teçhizat için sponsorlar gibi) doldurmak yerine sadece isimlere ve uyruğa bakarak (genelde League of Legends oyunu için Güney Kore veya Çin) alınan kişilerin aynı ortamda sinerji oluşturamamaları sonucu kulüplerin yani örgütlerin varlığı uzun sürmemektedir. Süper Lig'de sürekli teknik direktör değişiminin arkasında

yatan sebepler de aynı düşünce yapısıyla elektronik sporlarda tutunmaya çalışan organizasyonların kısa vadede başarı elde etse de uzun vadede başarısız olmalarına sebep olmaktadır. Örnek olarak; League of Legends Vodafone Şampiyonluk Ligi takımlarından Royal Bandits (Royal Youth) 2018 ve 2019 sezonlarında final oynamış ve 2018 yılında kaybedip 2019 yılında şampiyon olmuştur. 2020 sezonunda sponsor değişikliğine gidilmiştir ve oyuncularının çoğu takımdan ayrılırken, iddialı 3 yerli ve 2 yabancı transfer yaparak tekrar ligde şampiyonluk adayı olarak gösterilmiştir. Ancak henüz lig başlamadan yapılan sözleşmeler sonucu takımdaki 2 yerli ve 2 yabancı yıldız oyuncunun paralarının gecikmeli olarak verileceğine yönelik anlaşmazlıklar ortaya çıkmasından ötürü oyuncular takımdan ayrılmaya karar vermiştir (İlçe, 2020). Sonrasında akademi kadrosundan oyuncuları Şampiyonluk Ligi'nde oynatmışlar ve başarısız sonuç almışlardır. 2021 itibariyle kulübü Birleşik Arap Emirlikleri kulüplerinden Al Nasr (NASR Esports) satın almıştır (Daniels, 2021). Bu örneğin ortaya koyduğu sonuç ise birçok sponsor, yöneticinin sektör hakkında bilgisi olmamasına ek olarak yönetim fonksiyonlarını uygulama yöntemlerinde de başarısız oldukları görülmektedir. Bu ve bunun gibi birçok örneğin sektörde olması da elektronik spor alanının gelişmesini engellemektedir. Dünyaca ünlü takımlar için ise yine dünyaca ünlü markalar sponsorluk anlaşmaları için birbirleriyle rekabet etmektedir. Kapitalizmin sunduğu dijital oyun sektörü ve elektronik spor ortamında da başarı, gelir, yatırım gibi kazançlar arasındaki makas gün geçtikçe daha da açılmaktadır.

Günümüzde geleneksel sporlarla kıyaslanabilecek konuma gelmiş bir kesim tarafından gelecekte futbolu da yakalayıp hatta geçebileceği, bir kesim tarafından da gelecekte yok olacağı konusundaki görüş ayrılıkları ortaya çıkmıştır. Bu sebeple öneriler kısmında da değinilen şekilde daha çok yerel araştırma yapılmalı ve yapılan araştırmalar karşılaştırılmalı, bilgiler güncel tutulmalıdır. Statista verilerine göre; 2019 yılındaki verilerden 52 milyon kişi fazla olmak kaydıyla 2020'de elektronik spor izleyicileri, dünya çapında 495 milyon kişiye ulaşmıştır ve bu sayı 2023 yılında 646 milyon olarak beklenmektedir (Gough C. , eSports audience size worldwide from 2018 to 2023, 2020). Seyirci sayısının artmasında covid pandemisinin de önemli şekilde etkisi bulunurken, geleneksel sporların, sportif rekabetten ziyade sermayesi yüksek kulüplerin en iyileri bir araya getirmek için devasa yatırımlar yapması olarak da görülmektedir. Ayrıca müsabakalarda yaşanan karar merci sorunsalı problemlerinden arınmış bir ortam oyunlar tarafından sunulmaktadır. Bir elektronik spor müsabakasında seyirci veya oyuncular

hakemleri baskı altına alıp sonucu etkileyecek hamlelerde bulunamazlar. Bu sayede o müsabakada yer alan sporcular, bireysel veya takım halinde sarf etmiş oldukları eforun karşılığını alırlar. Öte yandan bir futbol müsabakasında, özellikle Türkiye'de; seyirci, yönetici, oyuncu, hakemin kendi bakış açısı gibi değişkenler sebebiyle müsabakaların tek bir sonucu olsa da müsabaka sonrası tarafların çok keskin eleştirileri ortaya çıkmaktadır. Bu baskınlık hem bir alışkanlık haline gelmiş tavır olmakla beraber hem de sporun doğal akışına, oyunun devamlılığına zarar vermekte, futbolun içine başka konuların karışmasına sebep olmaktadır. Hiçbir elektronik spor koçunun, yöneticisinin, federasyon üyesinin, oyuncusunun, delegasyon üyesinin maç sonrası müsabakada yapılmış bir ihlalden söz ettiğini görmek mümkün değilken; futbol müsabakalarında neredeyse her müsabaka için haksızlığa uğradığını düşünen bir taraf şikâyetlerini dile getirmektedir. Bunun sebebi sportif faaliyet algısının, sporculuğun, spor müsabakasının, rekabetin nasıl anlamlandırıldığının yok sayılması, unutulmuş olması veya artık önemsenmiyor olması olarak gösterilebilmektedir. Futbola hâkim yerine hakem atanmasının sebebi, karar verme sürecini en kısa zamana indirgemeyi amaçlamak olmasına rağmen; birçok kişi milyon euro, dolar ve liraların döndüğü bu sektörde istediğini alamadığından yakınmaktadır. Bu gibi sorunların aşılamamış olması insanların elektronik sporlara izleyici, oyuncu veya sporcu olarak yönelmelerinde ve yönlendirilmelerinde etken olarak gösterilebilir. Bu tarz baskı odaklı ortamların oluşmasına katkıda bulunmak yerine, hakemlerin adil karar verebileceği, tarafsız olabileceği, yönetimlerin, medyanın, dış etkenlerin spor müsabakası içine karışmayacağı alanların oluşturulmasının gerekliliği ön planda tutulmalıdır (Kavaslıoğlu & Yenel, 2017).

Dijital oyunların birçok ülkede yaygınlaşması elektronik spor sektörünü fazlasıyla desteklemektedir. Birçok çocuk-genç sayılabilecek yaştaki kişi elektronik sporcu olma yolunda kendilerini geliştirme çabasındadır. El-göz koordinasyonu, anlık karar verme ve özgüvenli olma, yaratıcı düşünme, boş vakit alanı olduğu için gün içinde saatlerce antrenman yapabilme imkânları özellikle 12-18 yaş arasındaki kişilerde, 19-30 yaş arasındaki kişilere oranla daha fazladır. Bu da elektronik sporcuların yaşlarının küçük olmasının sebeplerindendir. Bu sürece bakıldığında iyi bir elektronik sporcunun 15 yaşında akademi takımında, 16 yaşında as takımda oynadığı ve 27 yaşında oyunu bıraktığı (ortalama emeklilik yaşı birçok oyun için 25-27 olarak gösterilmektedir, nedeni ise reflekslerin yavaşlaması, sabredememe ve tahammül edememe gibi yaşsal faktörlerdir anca istisnaları mevcuttur) bir senaryoda, elektronik sporla uğraşmayan birçok akranına nazaran

elde ettiği kazanç oldukça fazladır. Bu takımlara, liglere, katılım gösterilen turnuvaya, elde edilen başarıya göre değişiklik göstermektedir. 2010'lu yılların başında elektronik sporcular yerel turnuvalara katılıp bilgisayar parçaları kazanıyorken, günümüzde uluslararası turnuvalara katılıp milyon dolarlar kazanabilmektedirler. Woxic takma adıyla tanınan profesyonel Counter Strike oyuncusu Özgür Eker, Eylül 2020'de Kuzey Amerika takımı Cloud9 ile 3 yıllığına 1,3 milyon dolarlık anlaşma imzalamıştır (Johnson N. , 2020). 2012 yılında Türkiye'de HWA takımında ram, mouse, kulaklık, klavye gibi ödüllerin verildiği turnuvalara katılırken günümüzde bu seviyeye yükselmiş olması, aslında sektörün ne kadar büyüdüğünü ve kişilerin kendilerini geliştirmek için bir sebepleri olabileceğini göstermektedir.

Eski profesyonel oyuncuların da rekabetçi ruhlarını kaybetmemesi üzerine hala elektronik sporların içinde kalmaları onları takım sahibi, yönetici, koç gibi yeni mesleklere yönlendirmektedir. Kuzey Amerika'nın köklü kulüplerinden TSM (Team Solo Mid) League of Legends takımının efsanesi olarak kabul edilen Bjergsen takma adlı Danimarkalı eski oyuncu Søren Bjerg, 2021 yılı itibariyle takımın koçluğuna geçtiğini duyurmuştur (Appleford, 2020). Bu örneğe paralel olarak; ülkemizde de League of Legends oyununun yeni tanınmaya başladığı yıllarda 2012 yılında GameX'te düzenlenen ilk turnuvada HWA takımında oynayan WTCN takma adlı Ferit Karakaya, o dönemin zirve isimlerinden biri olmuştur (Levent, 2017). Sonrasında profesyonel oyunculuğu bırakıp Amazon'un satın aldığı Twitch platformunda tam zamanlı yayıncılığa başlamış, burada da birçok farklı oyun oynayarak çok geniş bir kitle edinmiş ve uluslararası turnuvalarda farklı oyunlarla başarılar elde etmiştir. 2020'nin Temmuz ayında eski takım arkadaşı Şükrü Şentürk ve Twitch platformundan arkadaşı Kemalcan Parlak ile BBL E-sports (BigBossLayf) takımını teknoloji mağazası İtopya ve Bynogame sponsorluğunda kurmuştur (BBL Esports, 2020). Takım ilk kurulduğu sezonda, Riot Games'in 2020'de piyasaya sürdüğü fps (birinci şahıs nişancı) oyunu Valorant'ta Türkiye'nin ilk şampiyonu olmuştur. Aynı zamanda Twitch ile Riot Games'in ortak iş birliği yaparak düzenlediği Valorant Spike Nations turnuvasında Ferit Karakaya'nın kaptanlığında kurulan Türkiye takımı, finalde İspanya'ya yenilerek 100 000 dolarlık ödülü kazanmayı kaçırmış olsa da ülkemizi temsil etmeyi başarmışlardır (Valorant Spike Nations turnuvası detayları, 2020). Eski profesyonel oyuncuların Counter Strike, League of Legends, PUBG ve Valorant oyunlarında koçluk ve ortaklık yaptığı takımlar bulunmaktadır. Futbolda eski futbolcuların sportif direktör, teknik direktör, yardımcı direktör gibi yönetim, koçluk kısmında

bulunmalarına benzer durumlar elektronik sporlar sektöründe de yaşanmaya başlamıştır. Bu de gelecekte daha bilinçli elektronik sporcuların yetişmesi, kurulacak olan örgüt, organizasyonların daha sağlam temellere oturtulması ihtimalini artırmaktadır. Bu tarz gelişmelerin küresel etkisi ise; endüstrinin gelişmesi, daha fazla sponsor desteği, daha fazla izleyiciye ulaşma, daha fazla platformda yayınlanma ve medyada yer alma gibi zincir oluşturmaktadır. Gelişen sektör birçok dijital oyun ve elektronik spor takipçisinin dikkatini çekeceği gibi akademik literatüre de daha fazla çalışma ortamı oluşturmaktadır.

Yeşilay kurumunun e-spor kavramına karşılık "Sporun Eee'si mi olur?" başlıklı yapmış olduğu paylaşım, dijital oyun bağımlılığının fiziksel, akademik, sosyal sorunlar yarattığı ve insanların dijital oyun bağımlılığının kumar bağımlılığına kadar gidebileceğini içermektedir. Bu görüşe sahip birçok kişi ve kurumun kendi görüşünü gösterme başarısı bulabilen Yeşilay, dijital oyun ve elektronik spor kavramına tek yönden bakmaktadır. Dijital oyunlar eleştirilmeden önce bağımlılığın sebepleri, seviyeleri ve türleri araştırılmalıdır. Spor salonlarının özellikle gençlerin dışarıda kötü alışkanlıklardan arınmasını sağlamak ve sağlıklı birer birey olmalarına yardımcı olmak için birçok yerde açılmış olması olumlu bir hareket iken, kendini spora kaptırıp profesyonel olmadan büyüme hormonu enjekte eden gençlerin ulaştığı bağımlılık seviyesi örnek olarak gösterilebilir. Buna paralel olarak parasını ve vaktinin çoğunu internet kafede dijital oyun oynayarak, herhangi bir kazanç elde etmeden sadece keyif almak için geçiren kişi de aynı derecede bağımlı konumundadır. İki mekândan spor salonu sağlık ve fiziksel aktivite alanı olarak açılmışken, diğeri yani internet kafe ise rekreatif faaliyet veya bilgisayar ihtiyacı giderme amacıyla açılmıştır. Bu iki örnekte kişilerin kendilerini durdurma noktalarını keşfedememeleri sonucu ortaya bağımlılık çıkmaktadır. Spor veya dijital oyun bunlara aracıdır. Buralarda doğru rehberlerin devreye girmesi ve insanları engellemesi gerekmektedir. Kendilerine hâkim olamayan kişiler için kurulmuş olan kurumlar da mevcuttur (Dijital Bağımlılıkla Mücadele Derneği gibi). Aynı zamanda Yeşilay Kurumu yaptığı paylaşımda önünde abur cubur bulunan, şişman, gözlüklü bir profile sahip kişiyi sunmuştur. Bu da algı yönetimi olarak görülebilir. Birçok profesyonel e-sporcunun düzenli antrenman saatleri, fiziksel aktivite seansları, yemek listeleri ve organize yönetimleri vardır. Aynı zamanda Federasyon ve sponsorların desteğiyle bilgisayar başında geçirilen zamandan elde edilen zararı minimize etmek adına çalışmalar yapılmaktadır. Türkiye E-spor Federasyonu (TESFED) e-sporcu sağlığı üzerine daha sağlıklı bir yaşam süresi adına Egzersiz ve Sağlık Yaşam Destek Programı kapsamında 9 hafta sürecek çevrimiçi

eğitim vereceğini duyurmuştur (EsporOnline, 2021). Keza Illanois Koleji, Ohio State Üniversitesi, Staffordshire, Cichester üniversitelerinin lisans düzeyinde eğitimleri, rekabetçi oyun bursları vermeleri ve e-spor eğitim kursları açmaları da bu sektördeki eğitim eksikliğinin kapanması için çalışmalar yapmaktadır. Ülkemizde de Bahçeşehir Üniversitesi dijital oyun oynayan öğrencilere burs vermektedir. Pakistan Federal Bilim ve Teknoloji Bakanı'nın e-sporların normal spor statüsü kazanacağını ve bu sektöre ilgi duyanların yeni fırsatlara erişebileceğini sosyal medya üzerinden paylaşmış olması da, dünyada hâlâ birçok farklı bölgede dijital oyunun gelişeceğinin somut kanıtları olarak gösterilebilir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dijital oyunların sektör olarak geliştiği konumdan başka bir boyuta taşıyan e-spor kavramı, çok kısa sürede büyük bir endüstriye dönüşmüştür. Özellikle gençlerin ilgi gösterdiği e-spor, ücretsiz oyunların rekabetçi yapısı ile birçok oyun oynayan kişiyi profesyonel olmaya teşvik etmektedir. E-spor liglerinin kurulmasıyla birlikte çok geniş kitleler bu ligleri ve liglerin bitiminde yapılan dünya şampiyonalarını heyecanla takip etmektedirler. Günümüzde sadece gençlerin değil, her üç kuşağın da ilgi alanı içinde e-spor yer almaktadır. Hem oyuncu, hem yayıncı, hem izleyici, hem de sporcu olarak bu topluluk içinde bulunmak mümkündür.

Dijital oyunların pozitif unsurları ele alınacak olursa, oyunların çocukların gelişmesine önemli katkılar sağladığı görülmektedir. El-göz koordinasyonlarının gelişmesi, harita okuma ve yön bulma becerilerinin gelişmesi, takım çalışması ve işbirliğinin artması, beynin birçok farklı şekilde düşünebilme yetisi kazandırması, problem çözme ve mantık yürütme, kaynak yönetimi, aynı anda birden fazla işi yapabilme becerisi, strateji oluşturma ve öngörü becerisi, okuma ve matematiksel becerilerin artması, stres ve sinir gibi negatif dürtülerin azaltılması ve oyundaki makul ölçüdeki şiddet unsurlarının oyuncunun deşarj olmasına katkı sağlaması katkılar arasında gösterilebilir. Ayrıca eğitici ve öğretici oyunların olması sayesinde kültür ve tarih sunumu yapılabilmektedir. Dil, din, ırk farklılıkları oyunlarda minimize edilmektedir ve internet sayesinde aynı anda farklı lokasyonlardan milyonlarca oyuncu sosyalleşebilmektedir. Negatif unsurları irdelenecek olursa; oyuncuların yaş ortalamasının sürekli düşmesi, oyuncu profilinin bilinmezliği, oyunların bağımlılık düzeyleri, yaşa uygun olmayan şiddetin olması (ancak oyundaki şiddet televizyondakine kıyasla daha tercih edilebilir düzeydedir çünkü televizyonda gerçek şiddet gösterilirken oyunlarda sanal durum söz konusudur, bu ayrımı yapabilen kişiler oyunda sadece stres atarak bu şiddeti kullanırlar), bilgi alışveriş ve paylaşımının olması sebebiyle gelir kaybı yaşanması, oyun içi topluluk sunucularının sohbet ortamının denetiminin yetersiz olması gibi faktörler gösterilebilir.

Akademik çalışmaların artırılması ve oyun kültürünün eğitiminin verilmesi, oyun oynayan kişilerin kişisel bilgilerinin doğrulanması, yaşa göre oyunlara yönelim olması, aileleri bilgilendirme, alışveriş imkânlarının kısıtlanması, oyun geliştirici ve yayıncıların TESFED bünyesinde resmi üyeliklerinin olması, kayıt dışı eylemlerin minimize edilmesi, TESFED

aracılığıyla daha fazla onaylı turnuva düzenlenmesi, oyun içi sohbetlerin denetlenmesi ve düzeltilmesi, Kore'de League of Legends oyuncularının vatandaşlık numaraları ile üyelik alıyor olması ve belli yaşın altındaki oyuncuların gece 00:00 saatinden sonra oyuna erişiminin kısıtlanması gibi önlemlerin diğer birçok oyunda da alınması ve yine belli yaş altındaki oyuncuların oyun sürelerinin oyunlar tarafından kısıtlanması, bu sayede de çocukların zaman yönetimi becerilerinin gelişmesi sağlanması çözüm ve öneri olarak sunulabilir.

Paris Olimpiyat Komitesi'nin 2020 yılı itibariyle e-sporu olimpik spor olarak almak isteme girişimi olmuştur ancak IOC bu konuda muhafazakâr, gelenekçi tavrını sürdürmüştür. Olimpiyatlara en son eklenen branş, squash sporunu finalde geçmeyi başaran break dans olmuştur. Olimpiyat komitesi içinde e-sporun kabul edilmesi hususunda kutuplaşmaların olması ve Asya oyunlarında en çok izlenen yarışmanın Çin-Kore League of Legends karşılaşması olması da gelecekte yaşanacak olanların habercisi olarak örnek gösterilebilir.

Çalışmanın temel konularından bir diğeri ekonomidir. E-spor ekonomisi ikinci başlığın beşinci bölümünde irdelenmiştir. Pazarlama kavramı içinde e-sporun nerede yer aldığı, e-spor içindeki ekonomiyi oluşturan paydaşlar ve turnuvaların toplam ödül havuzlarında dağıtılan paralar çizelgelerle açıklanmıştır. Son olarak da e-sporun en büyük destekçisi olan sponsorluklar ele alınmıştır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre elektronik sporlar endüstriyel olarak kısa zamanda büyük etki uyandırmıştır. Ekonomik olarak güçlü olması kapitalizmin sunduğu bir kavram olduğunu da göstermektedir. Günümüzde kapitalizm kişilere bir şey sunuyorsa karşılığını da almaktadır. E-spor örneğinde bunun karşılığının ziyadesiyle alındığı görülmektedir.

E-sporun rekabetçi ortamının günümüz gençlerine hitap ediyor olması da markaların bu sektöre yönelmesinde büyük rol oynamıştır. Gençlerin kazanılabilmesi için en uygun alanlardan biri e-spor aktiviteleridir ve markalar, firmalar ürünlerini, reklamlarını bu organizasyonlar aracılığıyla yaptıklarında çok geniş genç kitlelere ulaşabilmektedirler. Özellikle popülizmin çok aktif olması, insanların bir ürün veya hizmet satın alırken ilk olarak popüler olana yönelmesi üzerine dünyaca ünlü markalar sponsorluk anlaşmalarıyla turnuvalarda, liglerde, transfer dönemlerinde, şampiyonalarda yer almayı tercih etmektedir.

Tezin yazılmasında ulaşılmak istenen hedefler arasında; 2006 yılında Argan, Özer ve Akın'ın yaptığı çalışmada büyük tepki görmesi gibi önyargıların önüne geçmek, literatürde akademik e-spor konusuna katkıda bulunmak, gelecekte kaynak olarak kullanılabilecek bilgiler sunmak, e-spor ekonomisinin ne kadar zamanda ne kadar büyüdüğünü ve ileride de ne kadar büyüyebileceğini öngörebilme vizyonunu göstermek, büyük firmaların yatırımlarını bu sektöre neden aktardığını göstermek, e-spor kavramı hakkında farkındalık yaratmak yer almaktadır.

Özellikle dünyada Kuzey Amerika, Avrupa, Kore'de çok fazla destek ve ilgi gören e-sporun, Türkiye'de de çok geniş kitleler tarafından ilgi görüyor olması ancak diğer kıtalardaki gibi desteklenemiyor olduğu irdelenmiştir. Türkiye'de gelişen e-sporcuların ilk hedeflerinin yurtdışı olma sebebi rekabetçi alanda daha iyi rakiplere karşı oynayabilecek kişilerin, Türkiye'deki rekabetin yetersiz olduğunu düşünmeleridir. Bunun çözümü de diğer bölgelerden tanınmış isimleri Türkiye liglerine transfer ederek buradaki rekabeti artırmaktır. Ayrıca takımların istikrarlı yönetim ve eğitmen kadrolarının olması, sabit veya eşdeğer sponsorlarının olması, sporcular için elverişli malzeme ve teçhizat bulunması gibi parametreler sporcuların Türkiye'de kalması için önemli detaylardır.

Tüm bunların yanı sıra sporun tanımını değiştirebilecek devrimsel bir nitelik taşıması, e-spor kavramının gelecekte çok daha fazla yayılacağını ve gelişeceğini göstermektedir. Ekonomi ve teknoloji ile bağlantılı olması yönünden geleneksel sporlara karşı güçlü bir duruş sergileyebileceği ve bazı spor dallarını geride bırakabileceği öngörülmektedir. Spor olup olmadığı tartışmaları yıllarca devam edecek ve bazı kesimler tarafından kabul görürken bazı kesimler tarafından eleştiri de alacaktır ancak somut olarak sunulan oluşumun esas alınması çok daha realist bir bakış açısı olarak kabul edilebilir.

Bu çalışma doküman incelemesi metoduyla yapılmış olmasına karşın;

- Gelecekte yapılacak olan birçok çalışmanın mevcut imkânlarla çok daha erişilebilir kaynaklar vasıtasıyla veya bilimsel olarak daha kesin sonuçlar elde edilebilecek örneklem gruplarıyla yapılması, ilgili alanın literatürde anlaşılır olabilmesi için örnek olabilir.

- Ayrıca sadece elektronik sporlar konusu üzerinden gitmek yerine daha geniş çerçevelerden konular ele alınabilir. Örneğin elektronik sporcu olma yolunda sosyolojik, psikolojik, fizyolojik, akademik sorunlar irdelenebilir.
- Kulüplere bakıldığında özellikle Türkiye'de yönetimsel sorunların çok olduğu görülmektedir ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri sunulabilir.
- Türkiye'de oynayan oyuncuların yurt dışına gitmek için çabaladığı ortamın, yurt dışında oynayan oyuncuların Türkiye'ye gelmek isteyeceği ortama nasıl dönüştürülebileceğine dair çalışmalar hususunda öneriler sunulabilir.
- Federasyonun etki ve yetkilerinin kapsamı genişletilebilir ve daha fazla lisanslı sporcu yetiştirilebilir.
- Malzeme ve teçhizat konusunda sorun yaşayanlara yardımcı olunabilir.
- Dijital oyun ve elektronik spor kavramlarının ailelere, öğretim görevlilerine ve vatandaşlara, bu sektöre girildiğinde nasıl avantaj ve dezavantajlar sağlanabileceği konusunda daha açık, net, mantıklı ve bilimsel şekilde aktarılabilecek dilde çalışmalar yapılabilir.
- E-spor sadece oyun olarak değil; psikolojik, sosyolojik, fiziksel, ekonomik, ideolojik, hukuki, ticari, politik olarak da incelenebilme olanağı sunmaktadır. E-sporun alt dallarına inildikçe oyunculardan yöneticilere, firmalardan markalara, sağlık çalışanlarından hukukçulara kadar uzanan aşamalar mevcuttur. Sektör gelişmeye devam ettikçe bununla ilgili çalışmalar da yapılabilecektir. Bu çalışmanın yapılış aşamasında istatistiki verilere, akademik çalışmalara, ekonomik gelirlere ulaşılmıştır.
- Gelecekte yapılacak olan disiplinler arası çalışmalarla e-sporun keşfedilmemiş veya dile getirilmemiş diğer özellikleri de incelenebilir.

Sonuç olarak; dijital oyun ve e-spor endüstrilerinin oluşturduğu gelir hacminin, Türkiye ekonomisini oyun fuarları ve medya gelirleri dışında henüz çok fazla etkilememiş olmasına karşın dünya ekonomisindeki kayda değer etkisinin dikkat çektiği görülmektedir. Türkiye'de TESFED'in kurulmuş olması, birçok e-spor profesyonel liginin yapılıyor olması ve Avrupa'nın en büyük e-spor sahnesinin İstanbul'da açılmış olması gibi gelişmeler, gelecekte çok daha fazla organizasyonun yapılabileceğine ve ülke ekonomisine pozitif yönde etki edebileceğine kanıt olarak gösterilebilir. Öte yandan dünya ekonomisinde; medya gelirleri, oyun fuarları, dünya şampiyonaları, sponsor yatırımları,

büyük kulüplerin e-spor endüstrisine girmesi, ürün ve teçhizat üretimi, oyun yazılımları gibi parametrelerin, dijital oyun ve e-spor endüstrisinin her yıl gelişme göstermesi ile birlikte ciddi gelir kaynağı olduğu söylenebilmektedir.

KAYNAKLAR

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2017). *Dijital Dünyada Rekabet, E-spor ve Topluluk Yönetimi Çalıştayı.* Ankara: Aile ve sosyal Politikalar Bakanlığı, 2.

Ankara Kalkınma Ajansı. (2016). *Dijital Oyun Sektörü Raporu.* Ankara: Ankara Kalkınma Ajansı, 7.

Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması.* Ankara: Detay Yayıncılık, 360-384.

Argan, M., & Akın, E. (2008). Giriş ve Amaç. E. Akın içinde, *Elektronik Spor;Türkiye'deki Elektronik Sporcular Üzerine Bir Araştırma* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 1.

Argan, M., Özer, A., & Akın, E. (2006). Elektronk Spor:Türkiye'de Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları. *Spor Bilimleri ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 01-11.

Cengiz, S. (1998). Çocuk Oyunlarının Sınıflandırılması. *Ankara Üniversitesi DTCF Dergisi*, 287-300.

Deloitte. (2020). *Eye on the Prize Football Money League.* Deloitte Sports Business Group, 4.

Demirci, E., Ulukan, C., Paşaoğlu, D., Tokgöz, N., Tonus, Z., & Şakar, N. (2016). *Yönetim ve Organizasyon.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 5.

Dursun, Y. (2014). *Oyunun Ontolojisi.* Ankara: Doğu Batı Yayınları, 42-73.

EnricoGandolfi. (2016). To watch or to play, it is in the game: The game culture on Twitch.tv among performers, plays and audiences. *Journal of Gaming & Virtual Worlds* , 63-82.

Esentaş, M., Güzel, P., & Vural, M. (2018). Popüler Kültürde Rekreatif Bir Etkinlik Olarak Dijital Sporlar. *Ankara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 71-79.

Fresca, G. (2010, Ağustos 9). Rethinking agency and immersion:video games as a means of consciousness-raising. ABD, 167-174.

Gül, İ., Kızılırmak, İ., Güler, E., & Yardı, Z. (2017). Fuar Turizmi Kapsamında Oyun Fuarları:Gaming İstanbul Örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi 2*, 101-120.

Hiltscher, J., & Scholz, T. (2015). *Esports Year Book 2013-14.* Norderstedt, Almanya, 9-10.

Huizinga, J. (1949). J. Huizinga içinde, *Homo Ludens:The study of the Play-Element in Culture* Abingdon,Oxfordshire: Routledge, 26-67.

Huizinga, J. (1998). *Nature and Significance of Play as Cultural Phenomenon.* Oxon, İngiltere, 96-120.

Iwerks, L. (Yöneten). (2019). *League of Legends Origins* [Sinema Filmi].

İnternet: *100thieves*. 100thieves: https://100thieves.com/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *About Pong.* ponggame: https://www.ponggame.org/ adresinden 8 Kasım 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Activision.* (2017). wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Activision adresinden 20 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Aksu, Y. (2018, Mayıs 6). *Ninja Tottenham'lı futbolcularla canlı yayın yaptı.* Playerbros: https://playerbros.com/ninja-tottenham-oyunculari-yayin/ adresinden 3 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Appleford, D. (2020, Ekim 24). *Bjergsen retires from League of Legends, becomes TSM head coach.* dialyesports: https://www.dailyesports.gg/bjergsen-retires-from-league-of-legends-becomes-tsm-head-coach/ adresinden 3 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *astralis*. astralis: https://astralis.gg/teams adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Bakan Kılıç'tan iki federasyonu lağvetti.* (2013, Eylül 25). webarchive: https://web.archive.org/web/20180511043836/http://spor.haber7.com/diger-branslar/haber/1078353-bakan-kilictan-iki-federasyonu-lavetti adresinden 22 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Baş, M. (2017, Şubat 6). *Oyun Sektörüne Sosyo-Ekonomik Bakış.* Aydınlık Gazetesi: https://www.aydinlik.com.tr/kose-yazilari/melih-bas/2017-subat/oyun-sektorune-sosyo-ekonomik-bakis adresinden 12 Ekim 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Baykan, N. N. (2019, Nisan 7). *Kuşaklar Arasında Zaman Yolculuğu*. lacivertdergi: https://www.lacivertdergi.com/dosya/2019/04/24/kusaklar-arasinda-zaman-yolculugu adresinden 9 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: BBC. (2020, Haziran 1). *Peak Games: 1,8 milyar dolara ABD'li Zynga'ya satılan Türk oyun şirketi hakkında bilinenler.* BBC News: https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52884384#:~:text=%C4%B0stanbul%20merkezli%20mobil%20oyun%20%C5%9Firketi,%C3%BClkede%20indirilen%20bir%20%C5%9Firkete%20d%C3%B6n%C3%BC%C5%9Fm%C3%BC%C5%9Ft%C3%BC. adresinden 21 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: BBCNews. (2019, Nisan 17). *Notre-Dame fire: Assassin's Creed's maker pledges aid.* bbc: https://www.bbc.com/news/technology-47963835 adresinden 21 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *BBL Esports.* (2020). liquipedia: https://liquipedia.net/valorant/BBL_Esports adresinden 3 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Bychok, A. (2020, Temmuz 13). *Restream*. Restream: https://restream.io/blog/mixer-vs-twitch-is-there-a-real-choice/ adresinden 30 Temmuz 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Chan, K. (2019, Ekim 1). *apnews*. apnews: https://apnews.com/article/72885c643d2e447f85860ed7b06ec43a adresinden 2 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *clg*. (tarih yok). clg: https://www.clg.gg/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *cloud9*. (tarih yok). cloud9: https://www.cloud9.gg/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*complexity*. (tarih yok). complexity: https://complexity.gg/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Cooper, R. (2019, Haziran 4). *How capitalism killed one of the best video game studios.* theweek: https://theweek.com/articles/844962/how-capitalism-killed-best-video-game-studios adresinden 6 Mayıs 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Çelik, A. (2020, Ekim 24). *GT4 Avrupa: BOM, Spa'da Cem ve Yağız'la 2. zaferini kazandı!* tr.motosport: https://tr.motorsport.com/gt4es/news/gt4-avrupa-bom-cem-ve-yagizla-spada-2-zaferini-kazandi/4897551/?filters%5Bdriver%5D%5B0%5D%5Btitle%5D=Cem+B%C3%B6l%C3%BCkba%C5%9F%C4%B1&filters%5Bdriver%5D%5B0%5D%5Bvalue%5D=455249 adresinden 3 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Daniels, T. (2021, Ocak 11). *NASR Esports acquires Turkish League of Legends team Royal Youth.* esportsinsider: https://esportsinsider.com/2021/01/nasr-esports-acquires-turkish-league-of-legends-team-royal-youth/ adresinden 13 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Davison, P. (2011, Haziran 6). *E3: EA's Press Conference: The Round-Up*. webarchive: https://web.archive.org/web/20110812045417/http://www.gamepro.com/article/news/220014/e3-eas-press-conference-the-round-up adresinden 1 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Demirkol, O. (2019, Temmuz 12). *TBF 2019, Espor Sahnesi'nde Oynanacak.* 5 mid: http://www.5mid.com/lol/tbf-2019-espor-sahnesi-oynanacak adresinden 28 Aralık 2029 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *dota2prizetrac*. dota2prizetrac: https://dota2.prizetrac.kr/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Escharts*. (2018). Escharts: https://escharts.com/2018 adresinden 2 Temmuz 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*eSpor nedir*. (2017, Mayıs 5). 5mid: http://5mid.com/espor-nedir adresinden 7 Ocak 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*esporonline*. (2021, Ocak 21). esporonline: https://espor.online/serdar-ali-celikler-ile-espor-konustuk/ adresinden 27 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet:EsporOnline. (2021, Ocak 16). *Türkiye Espor Federasyonu 'dan esporcu sağlığı eğitimi.* esporonline: Türkiye Espor Federasyonu (TESFED) esporcu sağlığı eğitimlerini duyurdu. Esporcuların daha sağlıklı bir yaşam süresi adına Egzersiz ve Sağlık Yaşam Destek Programı kapsamında 9 hafta sürecek online eğitim verecek. adresinden 18 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportbet*. (2018). esportbet: https://esportbet.com/leagues/ adresinden 6 Nisan 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/164-league-of-legends/largest-tournaments adresinden 2Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/245-counter-strike-global-offensive/largest-tournaments adresinden 2Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/426-overwatch/largest-tournaments adresinden 2Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/504-playerunknowns-battlegrounds/largest-tournaments adresinden 2Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/534-fortnite/largest-tournaments adresinden 2Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/tournaments adresinden 2Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/tournaments adresinden 2Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/439-rainbow-six-siege/largest-tournaments adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Eylül 13). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/626-call-of-duty-modern-warfare adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Ekim 18). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/504-playerunknowns-battlegrounds adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Ekim 11). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/151-starcraft-ii adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Ekim 6). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/534-fortnite adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Ekim 25). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/245-counter-strike-global-offensive adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Eylül 20). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/164-league-of-legends adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Ekim 16). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/games/231-dota-2 adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/players/highest-overall adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/players/highest-overall adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*esportsearnings*. (2020). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/teams adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *esportsearnings*. (2020, Eylül 20). esportsearnings: https://www.esportsearnings.com/players adresinden 3Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Ethicist, T. S. (2013, Şubat 17). *Review of Man, Play and Games by Roger Caillois.* Sports Ethicist: https://sportsethicist.com/2013/02/17/review-of-man-play-and-games-by-roger-caillois/ adresinden 12 Ocak 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *evilgeniuses*. (tarih yok). evilgeniuses: https://evilgeniuses.gg/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *facebook*. facebook: https://www.facebook.com/ohmespor/ adresinden 3 Haziran 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Fenerant, K. (2020, Kasım 3). *esportsmedya*. esportsmedya: https://www.esportsmedya.com/turkiye-espor-futbol-ligi-basliyor/ adresinden 12 Ocak 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Fenerant, K. (2020, Ekim 27). *esportsmedya*. esportsmedya: https://www.esportsmedya.com/turkiye-espor-basketbol-ligi-basliyor/ adresinden 2 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*fenerbahceespor*. fenerbahceespor: https://fenerbahceespor.com/teams adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Fletcher, A. (2015, Ağustos 22). *eSports Marketing: The Birth of a Nation.* esportsobserver: https://esportsobserver.com/esports-marketing-the-birth-of-a-nation/ adresinden26 Aralık 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*fnatic*. (tarih yok). fnatic: https://fnatic.com/teams/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Frevele, J. (2018, Kasım 19). *Marvel Teams Up with Riot Games for Graphic Novels Based on 'League of Legends'.* marvel: https://www.marvel.com/articles/comics/marvel-teams-up-with-riot-games-for-graphic-novels-based-on-league-of-legends?fbclid=IwAR23CZTbkfVeeE3Eww_TC7jA9YxMLC9DC8JgQuTs1SGHUc2rlkiiqeDMSFQ adresinden 20 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*fullforms*. (2020). fullforms: https://fullforms.com/Logitech adresinden 6 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*g2esports*. (tarih yok). g2esports: https://g2esports.com/teams/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *game-pedia*. game-pedia: https://fortnite-esports.gamepedia.com/FaZe_Clan#:~:text=FaZe%20Clan%20is%20a%20North,team%20in%20Call%20of%20Duty. adresinden 4 Nisan 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:Garces, K. (2019, Eylül 5). *11 Esports Marketing Strategies That Will Get You In The Game.* penji: https://penji.co/esports-marketing/#:~:text=For%20brands%20with%20a%20tight,and%20you%20call%20the%20shots. adresinden 3 Haziran 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*gen.g*. (tarih yok). gen.g: https://geng.gg/pages/teams adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Good, O. (2012, Ekim 10). *kotaku*. Wayback Machine: http://web.archive.org/web/20180104093003/https://kotaku.com/5953371/today-is-the-40th-anniversary-of-the-worlds-first-known-video-gaming-tournament adresinden 7 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Gough, C. (2019, Ocak 24). *Players spending in Candy Crush Mobile games worldwide in 2018.* Statista: https://www.statista.com/statistics/954681/candy-crush-mobile-revenue/ adresinden 13 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Gough, C. (2019, Ağustos 9). *Statista*. Statista: https://www.statista.com/statistics/806975/lol-revenue/ adresinden 12 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Grubb, J. (2020, Ağustos 14). *Riot Games unveils LoL Esports brand.* venturebeat: https://venturebeat.com/2020/07/21/riot-games-unveils-lol-esports-brand-unifying-its-regional-events/ adresinden 6 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Gough, C. (2020, Mayıs 27). *eSports audience size worldwide from 2018 to 2023.* statista: https://www.statista.com/statistics/1109956/global-esports-audience/ adresinden 13 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Haysom, S. (2018, Mart 15). *This soccer player has started celebrating goals by doing the dances in 'Fortnite'.* Mashable: https://mashable.com/2018/03/15/footballer-callum-paterson-fortnite-dance-celebration/ adresinden 16 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Henry, J. (2018, Mayıs 16). *Europa League Final: Antoine Griezmann Performs Fortnite Goal Celebration.* GameRant: https://gamerant.com/fortnite-antoine-griezmann-goal-celebration/ adresinden 16 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: History, U. (2019). *A Baby Boomer in the White House*. ushistory: https://www.ushistory.org/us/60b.asp adresinden 22 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Hosch, W. L. (2018, Temmuz 30). *Electronic sports game.* britannica: https://www.britannica.com/topic/electronic-sports-game adresinden18 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *iit*. (tarih yok). iit: https://www.iit.edu/esports adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: İlçe, E. (2020, Ocak 11). *Royat Youth VFŞL ana kadrosunu dağıttı.* 5mid: http://www.5mid.com/haber/royat-youth-vfsl-ana-kadrosunu-dagitti adresinden 4 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *intel revenue.* (2019). wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Intel#cite_note-xbrlus_1-1 adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: International Esports Federation. (2016, Nisan 15). *IeSF, Taking Its First Step Towards IOC Recognition.* ie-sf.org: https://www.ie-sf.org/news/iesf-taking-its-first-step-towards-ioc-recognition/ adresinden 20 Mayıs 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Irwin, D. (2020, Ekim 16). *Man City star Sergio Aguero has an esports team now.* theloadout: https://www.theloadout.com/sergio-aguero-esports-team adresinden 21 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *istanbulwildcats*. istanbulwildcats: https://www.istanbulwildcats.com/rocket-league adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Johnson, N. (2020, Eylül 19). *woxic signs $1.3 million contract to join Cloud9's CSGO team.* win.gg: https://win.gg/news/5580/woxic-signs-dollar-1-dot-3-million-contract-to-join-cloud9's-csgo-team adresinden 21 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Jordan, J. (2018, Mart 16). *arnings report roundup: Game industry winners and losers in Q4 2017.* gamasutra: https://www.gamasutra.com/view/news/315575/Earnings_report_roundup_Game_industry_winners_and_losers_in_Q4_2017.php adresinden 18 Haziran 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Kirriemuir, J. (2002, Şubat). *Video gaming, education and digital learning technologies.* D-Lib: http://www.dlib.org/dlib/february02/kirriemuir/02kirriemuir.html adresinden 20 Aralık 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Koçyiğit, B. (2017, Nisan 6). *Espor Nedir? Bora Koçyiğit Anlattı!* sporx: https://www.sporx.com/bora-kocyigit-dunyanin-en-buyuk-espor-arenasini-yapiyoruz-SXHBQ723423SXQ adresinden 20 Ekim 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Kulesh, S. (2020, Temmuz 27). *Gadgets360*. Gadgets360: https://gadgets.ndtv.com/mobiles/news/asus-rog-3-phone-hidden-160hz-display-mode-report-2269687 adresinden 13 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Levent, S. (2017, Eylül 5). *Geçmişten Günümüze: Ferit "wtcN" Karakaya.* PlayerBros: https://playerbros.com/gecmisten-gunumuze-ferit-wtcn-karakaya/ adresinden 6 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Lindlahr, S. (2020, Haziran 22). *Statista*. Statista: https://www.statista.com/forecasts/456595/video-games-revenue-worldwide-forecast adresinden 6 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *liquipedia*. liquipedia: https://liquipedia.net/dota2/HWA_Gaming adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *lolesports.* (2020, Temmuz 21). lolesports: https://lolesports.com/article/welcome-to-lol-esports/bltf8d3b256324734e5 adresinden 7 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: lolesports. *lolesports*. lolesports: https://lolesports.com/standings/turkiye-sampiyonluk-ligi/tcl-summer-2020/regular_season adresinden 7 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *lolgamepedia*. lolgamepedia: https://lol.gamepedia.com/File:Bursaspor_Esportslogo_square.png adresinden 7 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *lolgamepedia*. (2020). lolgamepedia: https://lol.gamepedia.com/League_of_Legends_Esports_Wiki adresinden 7 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Majumder, S. (2020, Temmuz 3). *Gadgets360*. Gadgets360: https://gadgets.ndtv.com/games/news/pubg-mobile-lifetime-revenue-usd-3-billion-sensor-tower-2256377 adresinden 4 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Mevzuat.* (27, Ocak 2013). Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı: https://gsb.gov.tr/Sayfalar/36/10/Mevzuat adresinden 6 Mayıs 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*milliyet*. (2015, Şubat 20). milliyet: https://www.milliyet.com.tr/teknoloji/turkiye-de-gelistirilen-mmofps-zula-sizlerle-2016814 adresinden 12 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Mitrevski, L. (2018, Ağustos 24). *League of Professional Esports launches featuring only traditional sports clubs.* esports insider: https://esportsinsider.com/2018/08/league-of-professional-esports/ adresinden 16 Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *navi*. navi: https://navi.gg/en/navi/players/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Newzoo*. (2018). Newzoo: https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-esports-market-report-2018-light/ adresinden 20 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Newzoo*. (2020, Mayıs). Newzoo: https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/ adresinden 20 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Newzoo*. (2020, Temmuz). Newzoo: https://newzoo.com/key-numbers/ adresinden 20 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:Newzoo. (2020). *Top 25 Public Companies by Game Revenues.* Newzoo: https://newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/ adresinden 20 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:*nip*. nip: https://nip.gl/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *ogs*. ogs: https://ogs.gg/teams/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: OneEsports. (2019, Mart 29). *oneesports*. oneesports: https://www.oneesports.gg/fortnite/the-top-20-esports-teams-in-the-world/ adresinden 30 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:Petro, G. (2016, Nisan 5). *IGN Brasil*. IGN Brasil: https://br.ign.com/zula-pc/20999/news/fps-zula-sera-lancado-no-brasil-em-junho adresinden 6 Mayıs 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Politico. (2019, Ekim 26). *Politico.eu*. Politico: https://www.politico.eu/article/how-baby-boomers-broke-america/ adresinden 3 Temmuz 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *pro.eslgaming*. pro.eslgaming: https://pro.eslgaming.com/turkey/csgo/teams/ adresinden 2 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *proeliteleague*. proeliteleague: https://proeliteleague.org/lig-puan-durumu/pel-2-sezon adresinden 2 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *psg-esports*. psg-esports: https://psg-esports.com/home/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Ramsey, D. (2009, Şubat 29). *oxfordamericanmag*. Wayback Machine: https://web.archive.org/web/20080229043301/http://www.oxfordamericanmag.com/content.cfm?ArticleID=58&Entry=Home adresinden 12 Kasım 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Ritcher, F. (2020, Haziran 19). *Statista*. Statista: https://www.statista.com/chart/21492/video-game-industry-sales-in-the-united-states/?utm_source=Statista+Global&utm_campaign=4e2c6dc2c6-All_InfographTicker_daily_COM_PM_KW17_2020_Fr&utm_medium=email&utm_term=0_afecd219f5-4e2c6dc2c6-307751649 adresinden 12 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:Schwartz, N. (2014, Mayıs 19). *More people watch eSports than watch the World Series or NBA Finals.* For The Win: https://ftw.usatoday.com/2014/05/league-of-legends-popularity-world-series-nba adresinden 19 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Seck, T. (2020, Ekim 13). *Guild Esports Agreed to Pay David Beckham $20M Before He Became an Investor*. esportsobserver: https://esportsobserver.com/guild-david-beckham-20m/ adresinden 12 Kasım 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Sengupta, S. (2021, Ocak 16). *theesportobserver*. theesportobserver: https://esportsobserver.com/pakistan-esports-sports/ adresinden 20 Ocak 2020 yarihinde alınmıştır.

İnternet:Shafer, O. A. (2019, Aralık 19). *Ashe Warmother*. universe league of legends: https://universe.leagueoflegends.com/en_US/comic/ashewarmother adresinden12 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Singer, D., & Chi, J. (2019, Ağustos 14). *The keys to esports marketing: Don't get 'ganked'.* mckinsey: https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-keys-to-esports-marketing-dont-get-ganked# adresinden 2 Ocak 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Singh, J. (2020, Temmuz 22). *Gadgets360*. Gadgets360: https://gadgets.ndtv.com/mobiles/news/lenovo-legion-phone-duel-pro-price-specifications-launch-gaming-2267151 adresinden 7 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Singh, J. (2020, Temmuz 29). *Gadgets360*. Gadgets360: https://gadgets.ndtv.com/mobiles/news/nubia-red-magic-5s-price-cny-3799-launch-specifications-features-2270570 adresinden 7 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: sportup. (2018, Ocak 29). *espora hangi firma ne kadar destek veriyor*. sportup: https://sportuptr.com/e-spora-hangi-firma-ne-kadar-destek-veriyor/ adresinden 30 Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:sportup. (2018, Ağustos 2). *Stephen Curry Espor takımı SoloMid'e ortak oldu.* sportup: https://sportuptr.com/stephen-curry-espor-takimi-solomide-ortak-oldu/ adresinden 30 Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: sportup. (2019, Ocak 18). *e-spor zirvesi, Esports.con İstanbul'da buluştu.* sportup: https://sportuptr.com/e-spor-zirvesi-esports-con-istanbulda-bulustu/ adresinden 30 Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet:Sputnik. (2019, Haziran 26). *Dijital bağımlılığı ölçen program geliştirdi: 'Türkiye'de ve dünyada bir ilk'.* sputnik: https://tr.sputniknews.com/bilim/201906261039480632-dijital-bagimliligi-olcen-program-gelistirdi/ adresinden 30 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Staff, L. E. (2020, Temmuz 21). *LOL ESPORTS.* lolesports: https://lolesports.com/article/welcome-to-lol-esports/bltf8d3b256324734e5 adresinden 30 Ağustos 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Staff, S. (2020, Aralık 18). *Worldwide digital games market: November 2020.* superdataresearch: https://www.superdataresearch.com/blog/worldwide-digital-games-market adresinden 23 Kasım 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Statista. (2020, Ocak). *www.statista.com*. Statista: https://www.statista.com/outlook/212/100/online-games/worldwide#market-users adresinden 3 Nisan 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Stubbs, M. (2020, Ekim 13). *Guild Esports Signed A $19 Million Deal With David Beckham Before His Investment.* Forbes: https://www.forbes.com/sites/mikestubbs/2020/10/13/guild-esports-signed-a-19-million-deal-with-david-beckham-before-his-investment/#257c3eded464 adresinden 19 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Superdata*. (2020, Haziran 22). Superdata: https://www.superdataresearch.com/blog/worldwide-digital-games-market/?utm_source=SuperData+General+Mailing+List_SquareSpace&utm_campaign=e1c0e9bb13-EMAIL_CAMPAIGN_2018_12_19_06_27_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_c259f31b61-e1c0e9bb13-138235779&mc_cid adresinden 6 Ekim 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: SuperData. (2021, Ocak 12). *First month digital sales of FIFA 20 & FIFA 21 worldwide*. statista: https://www.statista.com/statistics/1056508/fifa-first-month-digital-sales/ adresinden 19 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *supermassive*. supermassive: http://www.supermassive.com.tr/#oyuncular adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Şengüloğlu, B. (2017, Kısım 7). https://buraksenguloglu.com: https://buraksenguloglu.com/e-spor-nedir-e-spor-tarihi/ adresinden 12 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *t1*. (tarih yok). t1: https://t1.gg/teams adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır. *tasffs*. (2019). staffs: https://search.staffs.ac.uk/s/search.html?collection=staffordshire-coursetitles&query=esports adresinden 19 Kasım 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *teamliquid*. (tarih yok). teamliquid: https://www.teamliquid.com/ adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: teb_ligi. (2020, Mayıs 30). *twitter*. twitter: https://twitter.com/teb_ligi adresinden 6 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *tefligi*. (2020). tefligi: https://tefligi.com/ adresinden 21 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *The Most Popular Twitch Streamers, November 2020.* (2020, Kasım). TwitchMetrics: https://www.twitchmetrics.net/channels/popularity adresinden 8Aralık 2020 tarihinde 14 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Tivibuspor, Ters Köşe*. (2019). 2020 tarihinde YouTube: https://www.youtube.com/c/TivibuSporTurkTelekom/search?query=ters%20k%C3%B6%C5%9Fe%20ali%20ece%20kaan%20kural adresinden 13 Kasım 2020 tarihinde alındı.

İnternet: *Tivibuspor,E-Günlük*. (2020). 2020 tarihinde YouTube: https://www.youtube.com/c/TivibuSporTurkTelekom/videos adresinden 19 Ekim 2020 tarihinde alındı.

İnternet: Toker, C. (2015, Nisan 28). DijitalSporlar: http://dijitalsporlar.com/makaleler/dunyada-espor adresinden 13 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *tsm*. (tarih yok). tsm: https://tsm.gg/teams adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Tsukayama, H. (2014, Ağustos 25). *Washington Post*. washingtonpost.com: https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2014/08/25/amazon-said-to-be-close-to-acquiring-twitch/ adresinden 8 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *twitter*. twitter: https://twitter.com/camlicaespor?lang=en adresinden 6 Kasım 2020 tarihinde alınmıştır

İnternet: *twitter*. (tarih yok). twitter: https://twitter.com/FutbolistCo?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor adresinden 23Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Valorant Spike Nations turnuvası detayları.* (2020, Kasım 5). hurriyet: https://www.hurriyet.com.tr/sporarena/valorant-spike-nations-turnuvasi-detaylari-41654984 adresinden 1 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *virtus.pro*. (tarih yok). virtus.pro: https://virtus.pro/en/team adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Wagner, P. (2018, Haziran 5). *How eSport Prize Purses compare to Traditional Sports.* statista: https://www.statista.com/chart/14121/esport-prize-pools-in-comparison-to-traditional-sporting-events/ adresinden 28 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Warren, T. (2020, Haziran 22). *TheVerge*. TheVerge: https://www.theverge.com/2020/6/22/21299032/microsoft-mixer-closing-facebook-gaming-partnership-xcloud-features adresinden 29 Nisan 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Whitson, J. R., & Dormann, C. (2011, Temmuz 18). *Social gaming for change: Facebook unleashed.* firstmonday: https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3578/3058 adresinden 18 Haziran 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Wijman, T. (2019, Temmuz 18). *newzoo*. newzoo: https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-generate-152-1-billion-in-2019-as-the-u-s-overtakes-china-as-the-biggest-market/ adresinden 18 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Wijman, T. (2020, Temmuz 25). *Newzoo*. Newzoo: https://newzoo.com/insights/articles/games-market-engagement-revenues-trends-2020-2023-gaming-report/ adresinden 30 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *wikipedia*. wikipedia: https://tr.wikipedia.org/wiki/Be%C5%9Fikta%C5%9F_Esports adresinden 22 Şubat 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *wikipedia*. wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Dark_Passage_(esports) adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *wikipedia*. wikipedia: https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0stanbul_Wildcats adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *wikipedia*. (tarih yok). wikipedi: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_esports_leagues_and_tournaments adresinden 13 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Wikipedia. (2018, Nisan 1). *Wikipedia*. Wikipedia: http://www.wiki-zero.com/index.php?q=aHR0cHM6Ly90ci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvRWxla3Ryb25pa19zcG9y adresinden 2 Kasım 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: wikipedia. *battle royale games.* wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Battle_royale_game adresinden 12 Aralık 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: wikipedia. *Multiplayer online battle arena.* wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Multiplayer_online_battle_arena adresinden 22 Aralık 2019 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *wikizero*. (tarih yok). wikizero: https://www.wikizero.com/tr/Galatasaray_Espor adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Yaşar, B. (2017, Nisan 9). *Espor Neden Tercih Ediliyor*. medium: https://medium.com/@burhanysr/espor-neden-tercih-ediliyor-212aa8f13fc0 adresinden alınmıştır.

İnternet: Yeşilay. (2020, Eylül 2020). *Sporun eeee'si olur mu?* Twitter: https://twitter.com/1920yesilay/status/1303359714789593088 adresinden alınmıştır.

İnternet: Yoesting, T. (2018, Nisan 3). *Everything You Need To Know About The Funky Video Game Celebrations Sweeping World Football.* the18: https://the18.com/soccer-entertainment/fortnite-soccer-celebrations-explained adresinden alınmıştır.

İnternet: yolcu360. (2020, Ocak 8). *Gurur Veren Hikayeler: Cem Bölükbaşı Kimdir?* yolcu360: https://yolcu360.com/blog/gurur-veren-hikayeler-cem-bolukbasi-kimdir/ adresinden alınmıştır.

İnternet: ZeroDensityTV. (2017, Kasım 13). *zerodensity*. zerodensity: https://www.zerodensity.tv/realitys-ar-graphic-rendered-dragon-crashed-the-stage-at-the-league-of-legends-finals-opening-ceremony/ adresinden alınmıştır.

İnternet: *zulaoyun*. (2020). zulaoyun: https://espor.zulaoyun.com/takimlar adresinden 8 Mart 2020 tarihinde alınmıştır.

İnternet: *Zynga*. (2013). wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Zynga#cite_note-9 adresinden alınmıştır.

Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2017). It's like the gold rush': the lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv. *Open Research Online,* 336-351.

Karahisar, T. (2013). Oyun Kuramı. *Sanat,Tasarım ve Manipülasyon*, Sakarya, Türkiye: Sakarya Üniversitesi, 108-114.

Karataş, Z. (2015, Ocak 1). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Türkiye, 63-68.

Kavaslıoğlu, İ., & Yenel, F. İ. (2017). Futbol Haberlerine Kayırmacılık Perspektifinden Bir Analiz. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 115-135.

Kemiksiz, R. C. (2019). Çevrimiçi Bağımlılığın Habitatı. *Çevrimiçi Oyuncuların E-spor Faaliyetleri ve Oyun Bağımlılığı İlişkisi*. İstanbul, İstanbul, Türkiye: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 41.

Kılıçbay, M. A. (2017). Oyun Kavramının Dilde Kullanışı ve İfade Edilişi. J. Huizinga içinde, *Homo Ludens:Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme* İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 52-73.

Kocaömer, C. (2018). Elektronik Spor Faaliyetlerinde Sponsorluğun Marka Değeri Üzerine Etkisi:League of Legends Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir, Türkiye: Ege Üniversitesi, 69-72.

Korpimies, S. (2017, Nisan 13). Sponsorships in Esports. Finlandiya: Aalto University School of Business Mikkeli Campus, 21.

Laakkonen, J. (2014). Business Models in Esports. Finlandiya: Turku University of Applied Scienes, 35.

Nutku, Ö. (1998). *Oyun,Çocuk,Tiyatro.* İstanbul: Özgür Yayınları, 13.

Özbıçakçı, S. T. (2016). Ludology. *Esports:Alternative Fandom Research in Turkey*. Ankara, Türkiye: İhsan Doğramacı Bilkent University, 11.

Özdoğan, B. (1997). *Çocuk ve Oyun.* Ankara: Anı Yayıncılık, 97-109.

Pala, F. K., & Erdem, M. (2011). Dijital Oyun Tercihi ve Oyun Tercih Nedeni ile. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 53-71.

Sayılgan, Ö. B. (2012, Nisan). Bir Siberdrama Biçimi Olarak Dijital Oyun: 'Alica Harikalar Diyarında' Örneği. *Cyprus International University folklor/edebiyat dergisi, 18,* 113-134.

T. C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2017). *Dijital Dünyada Rekabet, Espor ve Topluluk Yönetimi Çalıştayı Sonuç Raporu.* Ankara: Uluslararası Çocuk ve Bilgi Güvenliği Etkinlikleri, 2-9.

Taşkıran, İ. B. (2019). *Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak E-spor Sponsorluğu ve E-spor Sponsorluğunun Marka Bilinirliği ile İlişkisi:Bir Örnek Olay İncelemesi*, İstanbul, Türkiye: Marmara Üniversitsi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 12-13.

TÜFAR. (2020). *2020/2021 Yaz Transfer Dönemi Süper Lig ve 7 Avrupa Liginin Karşılaştırmalı Analizi.* TÜFAR: Aralık Ayı Raporu, 14.

Türk Dil Kurumu. (2019). *Türkçe Sözlük* Ankara: TDK.

Üçüncüoğlu, M., & Çakır, V. O. (2017). Modern Spor Kulüplerinin Espor Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 34-47.

Yazıcı, Z. T. (2018). Ludoloji. *Yeni Bir Dünya:Espor Espor ve Futbol Kitlelerinin Karşılaştırılması*. İstanbul, Türkiye: İstanbul Bilgi Üniversitesi, 21-22.

Yükçü, S., & Kaplanoğlu, E. (2017). E-spor Endüstrisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 533-550.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : DALOĞLU, Burak

Uyruğu : T.C.

Eğitim Derecesi	**Okul/Program**	**Mezuniyet Yılı**
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi/ Spor Yöneticiliği Bölümü	Devam ediyor
Lisans	Gazi Üniversitesi/ İktisat Bölümü	2016
Lisans	Bartın Üniversitesi/ Spor Yöneticiliği Bölümü	Devam ediyor
Ön Lisans	Anadolu Üniversitesi/ Spor Yönetimi Bölümü	2019
Lise	Bekir Gökdağ Lisesi	2009

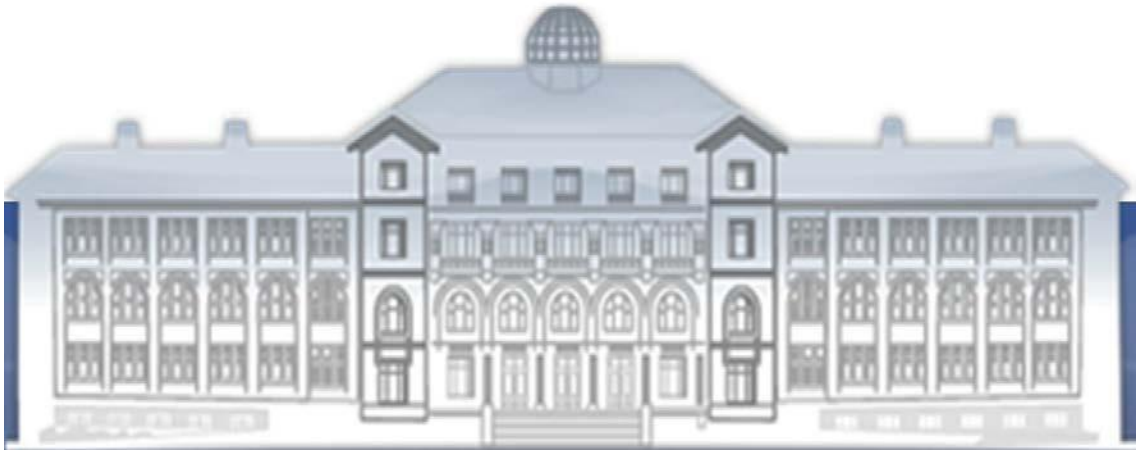
Yabancı Dili

İngilizce

Yayınlar

Daloğlu, B. (2020). Dijital Oyunların Evrimi ve Elektronik Spor. *18. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi*, (s. 729).

Peçenek, A., Daloğlu, B., & Yetim, A. (2020). Futbol ve League of Legends Ekonomilerinin Karşılaştırılması. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 25*(3), 225-240.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR

