



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2022, 6(3): 728-743.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1086](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1086)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAşTIRMA MAKALESİ

Elektronik Spor Turizmi: Elektronik Spor İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma

Ümit YILDIRIM, Yüksek Lisans Öğrencisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya, e-posta: umit.yildirim@ogr.dpu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6402-1781>

Dr. Öğr. Üyesi Elif Tuba TAMER, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Kütahya, e-posta: eliftuba.beydilli@dpu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1192-5370>

Öz

Elektronik spor, çevrimiçi oyun ve karşılaşmalarla birlikte fiziksel olarak düzenlenen etkinlikleri de kapsayan çok boyutlu bir kavramdır. Elektronik spor izleyicilerinin yakından takip ettikleri etkinlikler, ev sahibi şehirlere sosyal ve ekonomik açıdan önemli katkılar sağlama potansiyeline sahiptir. Etkinliklere katılan izleyiciler, diğer tüm turistler gibi konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence imkanlarından yararlanmaktadır. Bu durum elektronik spor etkinliklerinin turizm sektörü açısından değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Çalışma, elektronik spor izleyicilerinin bir turizm faaliyeti olarak elektronik spor etkinliklerine katılmaya ilişkin görüşlerinin tespit edilmesine odaklanmaktadır. Çalışmanın verileri, Twitch canlı yayınlarını takip eden 397 izleyiciden anket tekniğiyle elde edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların, %68,3'ünün elektronik spor etkinliklerine katılmayı planladıkları ve %84,9'unun etkinliklerin düzenlendiği bölgedeki ilgi çekici mekanları ziyaret etme niyetinde oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %85,6'sı elektronik spor etkinliğinde diğer izleyiciler ve katılımcılarla sosyal etkileşimi önemli gördüklerini belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Spor, Etkinlikler, Elektronik Spor Turizmi.

Makale Gönderme Tarihi: 25.07.2022

Makale Kabul Tarihi: 12.09.2022

Önerilen Atf:

Yıldırım, Ü. ve Tamer, E. T. (2022). Elektronik Spor Turizmi: Elektronik Spor İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3): 728-743.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2022, 6(3): 728-743.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1086](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1086)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Electronic Sports Tourism: A Study on Electronic Sports Audiences

Ümit YILDIRIM, MSc. Student, Kütahya Dumlupınar University, Institute of Graduate Programs, Kütahya, e-mail: umit.yildirim@ogr.dpu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6402-1781>

Assistant Prof. Dr. Elif Tuba TAMER, Kütahya Dumlupınar University, Kütahya Vocational School of Social Sciences, Kütahya, e-mail: eliftuba.beydilli@dpu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1192-5370>

Abstract

Electronic sports is a multidimensional concept that includes online games and matches, as well as physically organized activities. Events closely followed by e-sports viewers have the potential to make significant socio-economic contributions to host cities. The audience participating in the events, like all other tourists, benefit from accommodation, food and beverage, transportation and entertainment opportunities. This makes it necessary to evaluate electronic sports events in terms of the tourism sector. The study focuses on determining the views of e-sports viewers about participating in e-sports events as a tourism activity. The data of the study was obtained by survey technique from 397 viewers who followed Twitch live broadcasts. According to the results obtained from the study, it was determined that 68.3% of the participants plan to participate in electronic sports events and 84.9% of them intend to visit interesting places in the region where the events are held. In addition, 85.6% of the participants stated that they consider social interaction with other viewers and participants important in the electronic sports event.

Keywords: Electronic Sports, Events, Electronic Sports Tourism.

Received: 25.07.2022

Accepted: 12.09.2022

Suggested Citation:

Yıldırım, Ü. and Tamer, E. T. (2022). Electronic Sports Tourism: A Study on Electronic Sports Audiences, *Journal of Turkish Tourism Research*, 6(3): 728-743.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Spor sektörü, son yıllarda büyük ekonomik öneme sahip bir sektör haline gelmiştir. Özellikle spor disiplini altında elektronik spor olarak adlandırılan yeni bir alan dinamik olarak gelişim göstermektedir (Maslowski ve Karasiewicz, 2021:95). Elektronik spor sektörü, milyonlarca çevrimiçi oyuncuya ve dünya çapında yaklaşık 500 milyonluk sanal izleyici kitlesine sahip hızla büyüyen bir sektördür (Newzoo, 2020:27). Birçok disiplinle ilişkilendirilen elektronik spor yalnızca çevrimiçi oyun ve karşılaşmalarla değil aynı zamanda fiziksel olarak gerçekleştirilen etkinlikleriyle (Vegara-Ferri vd., 2020:374) de adından söz ettirmektedir. Elektronik spor etkinliklerine, oyuncular, takımlar, teknik ekibin yanı sıra oyuncularla ve aynı ilgi alanına sahip diğer kişilerle bir araya gelmek ve canlı akış içinde karşılaşmaları takip etmek isteyen izleyicilerin de katılımı söz konusudur. Bu durum spor ve turizm sektörlerinin ilişkisini ortaya koymaktadır. Spor turizmi, turizm sektörünün en hızlı büyüyen bölümüdür (Kurtzman, 2005:49; Brown vd., 2010:59; UNWTO, 2021). Spor turizmine ilişkin yapılan çalışmalarda, spor turizminin aslında etkinlik turizmi bakış açısıyla değerlendirilmesi gerektiği ve bu nedenle etkinliklerin ve etkinlik yönetimini etkileyen konuların önemli olduğu vurgulanmaktadır (Deery vd., 2004:244; Kurtzman, 2005:57; Maslowski ve Karasiewicz, 2021:97). Bu bağlamda elektronik spor etkinlikleri, diğer etkinlikler gibi başlı başına bir seyahat motivasyonu yaratmakta ve bu etkinliklerin turizmle ilişkilendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Çevrimiçi etkinlikleri izlemekten fiziksel etkinliklere katılmaya kadar uzanan elektronik spor turizmi, turizmin gelişimi içinde bir fırsat yaratma özelliğindedir. UNWTO (World Tourism Organization) ve GTERC (Global Tourism Economy Research Centre) tarafından belirtildiği gibi uluslararası elektronik spor etkinlikleri, her geçen gün dünya çapında geniş bir izleyici kitlesine yayılmakta ve etkinliğin düzenlendiği bölgenin bu sayede tanınırlığı artmakta ve imajı üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır (UNWTO/GTERC, 2019:3). Ayrıca etkinliğin kendisinden elde edilen gelirin ötesinde, ev sahibi şehirler, etkinliklere katılan izleyicilerin, ulaşım, yiyecek-içecek, konaklama gibi diğer turizm harcamalarından yararlanmaktadır. Bu durum, elektronik spor etkinliğine ev sahipliği yapmanın diğer etkinliklere ev sahipliği yapmakla aynı ekonomik ve sosyal faydaları sağlayacağı anlamına gelmektedir (Aguis, 2015:14; Bayram, 2018:21; Bosch vd., 2019:441; Stoll vd., 2020:1; Maslowski ve Karasiewicz, 2021:95; Thompson vd., 2022:13).

Turizmin gelişiminde yeni bir alan olarak değerlendirilen elektronik spor turizmi, araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Literatürde elektronik spor ve turizm ilişkisini kavramsal olarak inceleyen çalışmalar (Aktuna ve Ünlüöner, 2018; Yenişehirlioğlu vd., 2018; Dilek, 2019; Yayla ve Güven, 2019; Dalgıç ve Birdir, 2019; Çavuş, 2020; Çetin ve Coşkun, 2021; Bulut vd., 2021; Aktuna ve Şimşek, 2021; Kara ve Ekici Çilkin, 2021; Nikas ve Poulaki, 2021) bulunmaktadır. İlgili çalışmalar elektronik spor turizminin kavramlaştırılması ve sınırlarının çizilmesi açısından önemlidir. Ayrıca sınırlı sayıda olmakla birlikte elektronik spor oyuncularının (Bayram, 2018), elektronik spor oyuncularının ve organizatörlerinin (Aguis, 2015; Pirci ve Dalgıç, 2021), elektronik spor oyuncularının ve izleyicilerinin (Thompson vd., 2022) ve elektronik spor izleyicilerinin (Vegara-Ferri vd., 2020; Maslowski ve Karasiewicz, 2021) etkinliklere katılma niyetlerine ilişkin çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte izleyicilere yönelik yapılan çalışmalar, (Vegara-Ferri vd., 2020; Maslowski ve Karasiewicz, 2021) daha önce elektronik spor etkinliklerine katılan izleyiciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elektronik spor izleyicileri, potansiyel turist olarak değerlendirildiğinde, daha önce hiç etkinliğe katılmamış ve katılmayı planlayan izleyicileri konu alan çalışmalarında yapılması önem kazanmaktadır.

Turizmin gelişiminde yeni turizm türlerinin etkisi düşünüldüğünde elektronik spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak isteyen ülkeler, şehirler, organizatörler ve turizm işletmeleri gibi paydaşlar için bu yeni turist profilinin özelliklerinin belirlenmesi ve elektronik spor

etkinliklerine katılmaya ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Böylece pazarın doğru şekilde tanımlanması sağlanacaktır. Bu bağlamda, mevcut çalışma, Türkiye'deki elektronik spor izleyicilerine odaklanmakta ve daha önce etkinliğe katılan ve katılmayan izleyicilerin elektronik spor etkinliklerine katılmaya ilişkin görüşlerini tespit etmeyi amaçlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Elektronik Spor Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Elektronik spor, internet kullanımının yaygınlaşması ve teknolojik gelişmelerle ortaya çıkmış, profesyonel oyuncular, takımlar, formalar, koçlar, menajerler, temsilciler, ligler, müsabakalar, etkinlikler, sertifikalar, oyuncu transfer ücretleri, yorumcular ve üniversite bursları gibi pek çok konuyu içeren çok boyutlu bir kavramdır (Çavuş, 2020:233). Elektronik spor, ulusal ve uluslararası alanda kabul görmüş ve endüstriyel ve akademik alanda da birçok kişinin ilgisini çekmeyi başaran nispeten yeni bir kavramdır (Çetin ve Coşkun, 2021:30). Bununla birlikte literatürde elektronik spora ilişkin farklı tanımlarla karşılaşmak mümkündür. Wagner (2006:4)'a göre elektronik spor, insanların bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak zihinsel ve fiziksel kabiliyetlerini geliştirdikleri spor faaliyet alanlarıdır. Hamari ve Sjöblom (2017:211)'e göre elektronik spor, sporun öncelikli yönlerinin elektronik sistemler tarafından kolaylaştırıldığı hem oyuncuların ve takımların girdilerine hem de elektronik spor sisteminin çıktılarına insan bilgisayar ara yüzleriyle aracılık eden bir spor biçimidir. Bayram (2018:19)'a göre elektronik spor, bilgisayar, oyun konsolları ve mobil cihazlar ile amatör veya profesyonel olarak rekabet etmeye dayalı bir spor dalıdır. T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2018) tarafından yapılan tanıma göre elektronik spor, profesyonel seviyede turnuvalar ve faaliyetler aracılığıyla bireyleri bir amaç uğruna rekabet içerisine alan oyundur. Newzoo (2020:17), elektronik sporu, planlanmış bir şekilde rekabet ortamında düzenlenen etkinliklerde bireysel veya takım olarak belirli bir amaç doğrultusunda karşılaşma olarak tanımlamıştır. Elektronik spora ilişkin tanımlar incelendiğinde, elektronik sporun en genel ifadeyle teknolojik gelişmelerle ortaya çıkmış yarışma ve rekabeti içeren bir spor dalı olarak kavramsallaştırıldığı görülmektedir. Bununla birlikte elektronik sporun, bir spor dalı olup olmadığı yönünde tartışmalar da bulunmaktadır (Pizzo vd., 2018; Chikish vd., 2019; Block ve Haack, 2021). Elektronik sporun, bir spor dalı olarak kabul edilmemesinin temelinde fiziksel aktivite içermediği yönündeki görüşler yer almaktadır. Bu görüşlere karşı elektronik spor oyuncularının oyun sırasında reflekslerini, beyin fonksiyonlarını ve el-göz koordinasyonlarını kullanmalarından dolayı bir spor dalı olarak kabul edilmesi gerektiğini savunan görüşler de bulunmaktadır (Witkowski, 2012:359; Pizzo vd., 2018:109; Cunnigham vd., 2018:3; Çetin ve Coşkun, 2021:29).

Elektronik sporun gelişiminin başlangıcını belirlemek zor olsa da (Maslowski ve Karasiewicz, 2021:99) 1972 yılında Stanford Üniversitesi'nde öğrenciler tarafından düzenlenen Spacewar ilk video oyun yarışması olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda ilk turnuva ise 1980 yılında ATARI tarafından yapılmıştır. Bu turnuvadaki Space Invaders adı altındaki etkinliğe ABD genelinde 10.000 kişinin katıldığı bilinmektedir (Akgöl, 2019:213; Evren vd., 2019:1425). 1980'li yıllarda atari ile dijital oyunlar oynanmaya başlamış ve 1990'lı yıllarda atari salonları dijital kültürün oluşturulduğu ve geliştirildiği yerler haline gelmiştir. 2000'li yıllardan itibaren internetin yaygınlaşmasıyla birlikte atari oyun yarışmaları yerini çevrimiçi çok oyunculu oyunlara bırakmaya başlamıştır. Böylece elektronik spor, üretim, hizmet ve organizasyon açısından yeni bir pazar oluşturmuştur (Çavuş, 2020:232). 2000'li yılların başlarında elektronik spor için çok değerli bir etkinlik olarak görülen Electronic Sports League kurulmuştur. Elektronik spor denilince akla gelen ilk ülke olan Güney Kore bu imajını elektronik sporun olimpiyatları

olarak kabul edilen 2013 yılına kadar devam eden World Cyber Games adlı organizasyonların gerçekleşmesine öncülük ederek kazanmıştır. Güney Kore'nin bakanlık onayıyla kurmuş olduğu Güney Kore Elektronik Spor Birliği (KESPA) adı altında kurum ve kuruluşlar ülkenin elektronik sporda öncü konumda bulunmasını sağlamlaştırmaktadır. Uluslararası kurulan ilk kuruluş ise yine Güney Kore Uluslararası Elektronik Spor Federasyonu olarak bilinmektedir. Uluslararası alanda bu gelişmelerle birlikte elektronik sporu kabul ettirebilmek adına 2013 yılında Doping mücadele, 2014 yılında Herkes için Spor Birliği üyeliği, 2015 yılında Uluslararası Atletizm Federasyonu Birliği ile yapılan anlaşma ve 2016 yılında elektronik sporun Uluslararası Olimpiyat Komitesi tarafından tanınması için yazı gönderilmesiyle elektronik spor etkilerini hissettirmeye başlamıştır. Bu gelişmelerin sonucunda 2022 yılında Çin'in Hangzhou kentinden gerçekleştirilecek olan Asya Oyunlarında elektronik sporun resmi bir oyun olarak yarışmalarda yer alacağı 2017 tarihinde açıklanmıştır (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017:37). Türkiye'de ise elektronik spor için atılan ilk somut adım 2003 yılında Dark Passage adlı elektronik spor takımının kurulması olarak bilinmektedir. Dark Passage, 2015 yılında Beşiktaş, 2016 yılında Fenerbahçe ve Galatasaray elektronik spor takımlarının kurulmasına öncülük etmiştir. League of Legends adlı bilgisayar oyununun popüler olması ve dikkat çekmesiyle birlikte ülkemizde elektronik spor bir endüstri olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Mustafaoğlu, 2018:88). 2011 yılında Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu, dijital ortamda oynayan oyuncular ve oyuncuların topluluklarına hizmet vermek amacıyla kurulmuştur. 2018 yılında Türk elektronik sporunun büyümesi ve Türkiye E-Spor Federasyonu markasını geliştirmek amacıyla T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Türkiye E-spor Federasyonu (TESFED) kurulmuştur (TESFED, 2021). Türkiye'de düzenlenmiş en büyük elektronik spor etkinlikleri ise; League of Legends – Vodafone FreeZone Şampiyonluk Ligi, Valorant -ESA Open Fire All Star, Mobile Legends: Bang Bang – Türkiye Şampiyonası, İnternet Kafe Turnuvaları, Marka Turnuvaları, İzmir Oyun Fuarı – Türkiye'nin En Büyük Espor Festivali'dir (Yüksel, 2022). Ayrıca 100'den fazla üye federasyon ve 125'ten fazla küresel marka, yayıncı, geliştirici ve stratejik ortağa sahip olan Global Espor Federasyonu (GEF), 2022'de "Global Espor Oyunları"nın İstanbul'da gerçekleştirileceğini açıklamıştır (GEF, 2021).

Elektronik spor, her yıl artan geliri ve hayran kitlesiyle hızla gelişen ve büyüyen bir sektör olarak değerlendirilmektedir. 2019 yılında 957 milyon dolar gelir elde eden elektronik spor ekonomisinin (Newzoo, 2020) 2022 yılında 1,8 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (www.insiderintelligence.com). Elektronik spor sektörünün gelirleri, yayıncıların yatırımlarından, bilet satışlarından, reklamlardan, sponsorluklardan ve ödüllü büyük turnuvalardan elde edilir (Çavuş, 2020:237). Tencent, Sony, Microsoft, Apple, Activision Blizzard oyun kazançlarına göre en yüksek gelire sahip şirketler (Newzoo, 2020), Arena of Valor, PUBG, League of Legends, Dota 2, Counter Strike ise milyonlarca doları aşan ödül miktarına sahip turnuvalardır (www.esportearnings.com). Yayın platformları arasında Twitch, Youtube Gaming ve Facebook Gaming ön sıralarda yer almaktadır. En büyük platform çalışmaya da konu olan "Twitch"dir. Twitch, elektronik spor ve video oyunlarının canlı akışına odaklanmaktadır. 2020 yılında yaklaşık 7,46 milyon aktif yayıncıya sahip olan Twitch'in günlük izleyici sayısı 15 milyon, aylık kullanıcı sayısı ise 180 milyon olarak gerçekleşmiştir (www.wikipedia.org., 2022). Sponsorluk ve reklam gelirleri, endüstri gelirlerinin yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Sektörün gelişmeye başladığı ilk zamanlarda teknoloji firmalarının sponsorlukları söz konusuyken günümüzde farklı sektörlerdeki firmalar da (Evren vd., 2019:1430) sponsorluk yapmaya başlamıştır. Intel, Coca-Cola, Comcast Xfinity, Red Bull, Mountain Dew, T-Mobile, Mobil 1, Audi, Mercedes Benz elektronik spor organizasyonlarının ana sponsorları haline gelmiştir (www.insiderintelligence.com). Elektronik sporun yükselişiyle birlikte izleyici sayıları da artış göstermektedir. 2014 yılında 204 milyon olan toplam izleyici sayısı 2020 yılında 495 milyona ulaşmıştır ve her geçen gün daha fazla sayıda izleyici çevrimiçi ve fiziksel olarak düzenlenen etkinliklere katılım göstermektedir (Newzoo, 2020).

Ulusal ve uluslararası alanda kabul görmüş ve çeşitli etkinliklerin düzenlendiği elektronik spor, araştırmacılarında ilgisini çekmektedir. Literatürde elektronik sporu kavramlaştırmaya ve spor ile ilişkisini açıklamaya yönelik çalışmalar (Crawford, 2005; Wagner, 2006; Jonasson ve Thibrog, 2010; Hallmann ve Giel, 2018; Cunnigham vd., 2018; Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018; Cranmer vd., 2021), elektronik spor pazarını inceleyen çalışmalar (Karhulahti, 2017; Chikish vd., 2019; Mangeloja, 2019; Demir ve Sertbaş, 2019), elektronik sporun pazarlama aracı olarak kullanımını inceleyen çalışmalar (Seo, 2013; Xu vd., 2015; Xu vd., 2017; Keçeci, 2020) bulunmaktadır. Birçok sektörü harekete geçirme potansiyeline sahip olan elektronik sporun gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte akademik çalışmaların da artış göstereceği açıktır.

Elektronik Spor Etkinlikleri ve Turizm

Elektronik spor turnuvaları, tüm yıl boyunca gerçekleştirilebilen ve genellikle birkaç gün süren etkinliklerden oluşmaktadır. Dünya Şampiyonaları gibi büyük turnuvalar ise on güne kadar sürebilmektedir. Bu etkinlikler ortalama 16 takım üzerinden yapılmaktadır. Etkinliklere, takımlar, oyuncular, teknik ekibin yanı sıra izleyiciler de katılmaktadır. Takımlar, oyuncular ve teknik ekip dahil olmak üzere en az 10 kişiden oluşmaktadır (Aktuna ve Ünlüönen, 2017:7). 2020 yılında yaklaşık 500 milyon sanal izleyici sayısının, 2023 yılında yaklaşık 650 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir (Newzoo, 2020). Turnuvalara katılan elektronik spor ekiplerinin yanı sıra elektronik spor izleyicileri de etkinliğin düzenlendiği bölgeye seyahat etmektedir. Bu kapsamda hem oyuncular hem de izleyiciler, konaklama, yeme-içme, ulaşım, alışveriş, spor ve eğlence hizmeti, destinasyondaki ilgi çekici mekanları ziyaret gibi birçok faaliyet alanından yararlanarak turist kimliği kazanmaktadırlar. Electronic Sports League tarafından 2014 yılında düzenlenen ESL One Frankfurt etkinliğine katılmak için dünyanın her yerinden izleyicilerin Almanya'ya seyahat etmeleri (Maslowski ve Karasiewicz, 2020:98), ayrıca Rotterdam'da düzenlenen ve sadece iki gün süren League of Legends Avrupa Şampiyonası Finallerinin, şehir ekonomisine 2,4 milyon eurodan fazla gelir sağlamış olması (Duran, 2019), elektronik spor etkinliklerinin bir turizm faaliyeti ve elektronik spor hayranlarının da turist olarak kabul edilmesi (Maslowski ve Karasiewicz, 2020:98) gerekliliğini kanıtlar niteliktedir.

Elektronik spor etkinliğine ev sahipliği yapmakla diğer spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak aynı faydaları sağlamaktadır (UNWTO, GTERC, 2019:3). Bu bağlamda, spor etkinlikleriyle turizm ilişkisinin ele alındığı çalışmalarda, spor etkinliklerinin bir bölgeye başlı başına bir seyahat motivasyonu yarattığı, destinasyonun imajına ve tanınırlığına olumlu etki ettiği, etkinliklere katılanların bölgeyi tekrar ziyaret etme niyetleri olduğu, etkinlikler sayesinde bölgede gelir artışlarının yaşandığı gibi pek çok olumlu sonuç elde edilmiştir (Deery vd., 2004; Kurtzman, 2005; Brown vd., 2010; Fourie ve Spronk, 2011; Fourie ve Santana-Gallego, 2011; Çakıcı ve Güler, 2014; Serçek vd., 2018; Rojas- Méndez vd., 2019; Stoll vd., 2020; Aylan, 2020). Elektronik spor turizmüne yönelik yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (Aguis, 2015; Bayram, 2018; Vegara-Ferri vd., 2020; Pirci ve Dalgıç, 2021; Thompson vd., 2022).

Aguis, (2015) tarafından yapılan çalışmada, elektronik spor etkinliklerinin düzenlendiği bölgedeki turistik yerlerin, katılımcıların dikkatini çektiği ve katılımcıların aynı zamanda turistik alanları ziyaret etme niyetinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca elektronik spora gösterilen yoğun ilginin, turizm endüstrisi için karlı bir alan haline geleceği belirtilmiştir.

Bayram, (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, elektronik spor amaçlı seyahat etme niyeti, planlanmış davranış teorisi kapsamında incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre elektronik spor etkinliklerine katılma amaçlı seyahat etme niyetinin, algılanan davranışsal kontrolü güçlü bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca elektronik spor etkinliklerine katılımın, gençler ve erkekler tarafından daha fazla tercih edildiği, katılımcıların neredeyse

yarısının 1 yıl içinde 1 veya 2 defa bu amaçla seyahat ettiği ve bu seyahatlerin ortak arkadaşlarla gerçekleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Vegara-Ferri vd., (2020) tarafından yapılan çalışmada ise Barcelona şehrinde 2019 yılında düzenlenen İberya Kupası adlı turnuvaya katılan katılımcıların görüşleri incelenmiştir. Bu etkinliğe katılan katılımcıların tekrar Barcelona'ya gelme niyetlerinin yüksek olduğu ve etkinliğin düzenlendiği bölgeden etkilendikleri, bölgedeki ilgi çekici mekanları ziyaret etme niyetlerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Stoll vd., (2020) tarafından yapılan çalışmada spor etkinlikleri ve turizme ilişkin kamuoyu algısını, ekonomik kalkınmanın olumlu ve olumsuz yönleri, çevresel etkiler, turizm yoğunluğu ve yaşam kalitesi açısından tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda ABD'de 4000 katılımcı üzerine yapılan çalışmada, katılımcılardan çeşitli spor etkinliklerine ev sahipliği yapma ve/veya katılma, katılma veya izleme konusunda destek düzeylerini belirlemeleri istenmiştir. Çalışma, ayrıca katılımcıların Covid-19 salgını sırasında olay güvenliği algılarını değerlendirmeyi de amaçlamıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre Amerikalıların %51'i gençlere veya amatör spor etkinliklerine ev sahipliği yapmanın toplumlarındaki yaşam kalitesini iyileştirdiğini, %53'ü yerel ekonomilerine fayda sağladığını, %51'i de kolej ve profesyonel spor etkinliklerine ev sahipliği yapmayı desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte 18-23 yaş grubunda olanların sadece %28'i dış ortam etkinliklerini destekledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu yaş grubunun elektronik spora olan ilgileri göz önüne alındığında, büyük çoğunluğunun kapalı mekan etkinliklerini (elektronik spor etkinlikleri gibi) tercih edebilecekleri yönünde bir değerlendirme yapılabilir.

Pirci ve Dalgıç (2021), tarafından elektronik spor katılımcısı ve organizatörlerin bakış açısıyla elektronik spor etkinliklerinin etkilerinin incelendiği çalışmada, elektronik spor etkinliklerine katılmanın, sosyalleşme, yeni kişilerle tanışma, yeteneklerin geliştirilmesi ve yabancı dil öğrenme gibi bireysel faydalar sağlayacağı ve destinasyon için sosyo-ekonomik fayda yaratacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Thompson vd., (2022) tarafından elektronik spor izleyicileri ve oyuncularını üzerine yapılan çalışmada, çevrimiçi oyunlar üzerine kurulu bir turizm sektörünün geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda 549 League of Legends izleyicisini kapsayan araştırmada, yıldız oyuncuların, takım bağlılığının, akış deneyimlerinin ve etkinlik imajıyla kendi kendine uyumun çevrimiçi izleyicilerin ziyaret niyetleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca oyuncuların etkinliklere katılma niyetlerini, arkadaşlıkların ve algısal aidiyet duygusunun olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Conventions, Sports & Leisure International (CSL) ve Esports Entry Advisory (EEA) (2020) tarafından Amerika Birleşik Devletleri genelinde 25'ten fazla etkinlik tesisinin yöneticisiyle yapılan çalışmada, elektronik spor etkinliklerine olan ilgileri, elektronik spor etkinliklerine ev sahipliği yapma deneyimleri ve elektronik spor etkinliklerine hazırlanmak ve konu hakkında daha fazla bilgi edinmek için gösterdikleri çabanın tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, araştırmaya katılan tesislerin %37.5'i daha önce elektronik spor etkinliğine ev sahipliği yaptıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu elektronik sporun çeşitli etkilerinden yararlandıklarını, tesislerin elektronik spor etkinliklerine ev sahipliği yapmaya yüksek ilgili ve bu tür etkinliklere daha önce ev sahipliği yapanların yeniden etkinliklerin düzenlenmesine yönelik istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca birkaç tesis, üç ila altı ay içinde bir elektronik spor etkinliği için rezervasyon alınacağını belirtmiştir. Tesis yöneticileri, elektronik sporu, gençlerle bağlantı kurmaya yardımcı olacak yeni bir pazar olarak değerlendirdiklerini, gelirleri ve katılımcı profillerini çeşitlendirmesinden dolayı etkinliklere devam edeceklerini belirtmişlerdir.

Literatürde yer alan çalışmalarda da vurgulandığı üzere elektronik spor etkinlikleri, izleyicilerin temel seyahat motivasyonunu oluşturmaktadır. Bu kapsamda elektronik spor, turizmin alt sektörüne dönüşme potansiyeline sahiptir. Elektronik spor turizmi, özellikle genç nüfusa hizmet etmek isteyen, her mevsim gerçekleştirilebilen etkinliklere ev sahipliği yaparak hem tanınırlığını hem de turizmden elde ettiği geliri arttırmayı hedefleyen şehirler ve ülkeler açısından önemli bir sektör olarak değerlendirilebilir.

YÖNTEM

Çalışmanın amacı, elektronik spor izleyicilerinin, elektronik spor ve elektronik spor etkinliklerine katılmaya ilişkin görüşlerinin tespit edilmesidir. Çalışmanın amacına bağlı olarak ihtiyaç duyulan verilerin elde edilmesinde nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmış olup, tarama araştırması niteliğindedir. Çalışma verilerinin elde edilmesi amacıyla kullanılan anket, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 23.08.2021 tarihli ve E.42861 sayılı iznine istinaden gerçekleştirilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise katılımcıların elektronik spor etkinliklerine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi amacıyla Aguis (2015) ve Vegara-Ferri, Ibáñez-Ortega, Carboneros, López-Gullón ve Angosto (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda kullanılan ölçeklerden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Çalışmanın evrenini, Türkiye’de elektronik sporla ilgilenen ve izleyen bireyler oluşturmaktadır. T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yayınlanan Espor Raporu’na göre Türkiye’de elektronik sporun yaklaşık 4 milyon taraftarı bulunmaktadır (GSB, 2018). Çalışmada, evrenin büyüklüğü, zaman ve maliyet kısıtlılığı gibi nedenlerden dolayı örnekleme yoluna gidilmiştir. Çalışmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Elektronik spor izleyicilerine ulaşabilmek amacıyla Twitch canlı yayınlarında Google anket aracılığıyla oluşturulan anket linki paylaşılmış ve izleyicilerin anketi cevaplamaları istenmiştir. Canlı yayınlar esnasında yaklaşık 2000 kişiyle iletişim kurulmuş ancak 400 izleyici anketi cevaplandırmıştır. Yapılan inceleme sonucunda 3 anket eksik cevaplardan dolayı değerlendirilmemiş ve 397 anket analize dahil edilmiştir. Veri analizinde katılımcıların demografik özellikleri ve elektronik spor etkinliklere ilişkin görüşleri sıklık ve yüzde analizleriyle değerlendirilmiştir. Bu aşamada gerçekleştirilen analizler sayesinde hem elektronik spor izleyicilerine ilişkin bir profilin ortaya konulması hem de araştırma amacına yönelik elektronik spor etkinliklerine ilişkin görüşlerin tespit edilmesi hedeflenmiştir.

BULGULAR

Veri analizlerinin ilk aşamasında araştırmaya katılan katılımcılara ait bazı demografik özellikler (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi) incelenmiştir. Analiz sonuçlarının yer aldığı Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılanların %84,6’sının erkek, %15,4’ünün kadın olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımları incelendiğinde, katılımcıların %42,8’inin 20 ve altı yaş grubunda, %53,9’unun 21-30 yaş grubunda yer aldığı görülmektedir. 31 yaş ve üstü katılımcıların oranı ise %3,3’tür. Katılımcıların eğitim düzeyine göre dağılımları incelendiğinde, en yüksek oranın %39,8 ile lisans düzeyde eğitim aldığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların gelir düzeyi açısından dağılımları incelendiğinde ise en yüksek oranın %47,1 ile 1500 TL’den az gelir seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Ana Değişken	Alt Gruplar	(n)	(%)
Cinsiyet	Erkek	336	84,6
	Kadın	61	15,4
Yaş Grubu	20 yaş ve altı	170	42,8
	21-30 yaş arası	214	53,9
	31 yaş üstü	13	3,3
Eğitim Durumu	Lise	108	27,2
	Önlisans	69	17,4
	Lisans	158	39,8
	Lisansüstü	62	15,6
Gelir Seviyesi	1500 TL'den az	187	47,1
	1500-3000 TL arası	71	17,9
	3000-4500 TL arası	59	14,9
	4500-6000 TL arası	34	8,6
	6000 TL ve üstü	46	11,6

Katılımcıların elektronik spor etkinliklerine yönelik değerlendirmelerine ilişkin sonuçlar Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2'de yer alan sonuçlara göre araştırmaya katılanların %65,5'i 3 yıldan uzun süredir, %16,6'sı 2 yıldır, %10,1'i 1 yıldır ve %7,8'i 0-6 ay arasında elektronik spor karşılaşmalarını takip ettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların %67,2'si daha önce elektronik spor etkinliğine katılmadığını, %32,8'i ise en az bir etkinliğe katıldığını belirtmişlerdir. Etkinliğe katılanların %27,7'sinin yurtiçinde düzenlenen etkinliklere, %3,3'ünün hem yurtiçinde hem yurtdışında düzenlenen etkinliklere, %1,8'inin ise sadece yurtdışında düzenlenen etkinliklere katıldıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %68,3'ü bir etkinliğe katılmayı planlarken, %31,7'sinin ise böyle bir plan yapmadıkları görülmektedir. Katılımcılara etkinlik tercihleri sorulduğunda, %70,8'i popüler etkinlikleri, %29,2'si yeni etkinlikleri tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca %57,4'ü yurtdışında düzenlenen etkinlikleri, %42,6'sı yurtiçinde düzenlenen etkinlikleri tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Elektronik spor ürünlerini satın alırım diyenlerin oranı ise %64,2'dir.

Katılımcılara, elektronik spor etkinliğine katılmak için gidebilecekleri mesafe sorulduğunda, %43,3'ü komşu şehirlere, %35,5'i yurtiçinde herhangi bir şehre ve %21,2'si farklı ülkelere gidebileceklerini belirtmişlerdir. Etkinlik için gittikleri bölgede kaç gece konaklamak istedikleri sorulduğunda, %32'si 3 gece, %31,5'i 2 gece, %16,6'sı 1 gece, %11,1'i 7 gece ve %8,8'i, 10 gecedan fazla konaklamak istediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %83,4 etkinliklerde aynı ilgi alanına sahip insanlarla tanışmanın, %85,6'sı etkinlik sırasında sosyal etkileşimin önemli olduğunu belirtmiştir. Katılımcılara etkinliğin gerçekleştirildiği bölgenin turizm kaynakları açısından zengin olmasının önemi sorulduğunda, %72'si bölgenin turizm kaynakları açısından zengin olmasının önemli olduğunu belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların %84,9'u etkinliğin düzenlendiği bölgedeki ilgi çekici mekanları ziyaret edeceklerini belirtmiştir. Bu sonuçlar, elektronik spor etkinliklerinin bir turizm türü, etkinliklere katılan/katılmayı planlayan izleyicilerin de turist olarak kabul edilebileceğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Tablo 2: Elektronik Spor İzleyicilerinin Etkinliklere İlişkin Değerlendirmeler

Ölçek Maddesi	Katılım Düzeyi	(n)	(%)
Elektronik sporu takip süresi	0-6 ay arası	31	7,8
	1 yıldır	40	10,1
	2 yıldır	66	16,6
	3 yıldan fazla	260	65,5
Elektronik spor etkinliğine katılım	Katılmadım	267	67,2
	Katıldım (yurtiçi)	110	27,7
	Katıldım (yurtdışı)	7	1,8
	Katıldım (hem yurtiçi hem de yurtdışı)	13	3,3
Etkinliğe katılmayı planlama	Evet	271	68,3
	Hayır	126	31,7
Yeni etkinlik- popüler etkinlik	Yeni etkinlik	116	29,2
	Popüler etkinlik	281	70,8
Yurt içi etkinlik- yurt dışı etkinlik	Yurtiçi etkinlikler	169	42,6
	Yurtdışı etkinlikler	228	57,4
Elektronik spor ürünlerini satın alma	Evet	255	64,2
	Hayır	142	35,8
Etkinlik için gidilebilecek mesafe	Komşu şehirde	172	43,3
	Yurtiçi herhangi bir şehre	141	35,5
	Yurtdışı farklı ülkeler	84	21,2
Etkinlik için konaklama süresi	1 gece	66	16,6
	2 gece	125	31,5
	3 gece	127	32
	7 gece	44	11,1
	10 gecedan fazla	35	8,8
Etkinliklerde aynı ilgi alanına sahip insanlarla tanışmanın önemi	Evet	331	83,4
	Hayır	66	16,6
Etkinliklerde sosyal etkileşimin önemi	Evet	340	85,6
	Hayır	57	14,4
Etkinliğinin gerçekleştirildiği bölgenin turizm kaynakları açısından zengin olmasının önemi	Evet	286	72
	Hayır	111	28
Etkinliklerin düzenlendiği bölgedeki ilgi çekici mekânları ziyaret etme isteği	Evet	337	84,9
	Hayır	60	15,1

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Elektronik spor, istikrarlı bir büyüme göstererek günümüzün en popüler sektörlerinden biri haline gelmiştir (Newzoo, 2020:5; Block ve Haack, 2021:4; Maslowski ve Karasiewicz, 2021:102). Her geçen gün artan izleyici sayısı ile birlikte ulusal ve uluslararası çapta düzenlenen elektronik spor etkinliklerinin de sayısı artmaktadır. Elektronik spor etkinlikleri, karşılaşmaları canlı izlemek, hayranı olduğu oyuncu ve takımı yerinde desteklemek ve aynı ilgi alanına sahip insanlarla bir arada bulunmak isteyen izleyicilerin ilgisini çekmektedir. Yapılan araştırmalarda elektronik spor etkinliklerinin, başlı başına bir seyahat motivasyonu yarattığı (Yenişehirlioğlu

vd., 2018; Vegara-Ferri vd., 2020; Maslowski ve Karasiewicz, 2021; Çetin ve Coşkun, 2021; Thompson vd., 2022) vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, elektronik spor ve turizm ilişkisinin incelenmesi önem kazanmaktadır.

Bu çalışma, elektronik spor izleyicilerinin, elektronik spor ve elektronik spor etkinliklerine katılmaya ilişkin görüşlerinin tespit edilmesine odaklanmaktadır. Çalışmada öncelikle elektronik spor izleyicilerinin demografik özellikleri incelenmiştir. Çalışmaya katılan elektronik spor izleyicilerinin büyük çoğunluğu 30 yaş ve altı (%96,7), erkek (%84,6) katılımcılardan oluşmaktadır. Bu sonuçlar, elektronik spor sektörünün genç ve erkek egemen yapısı (Chikish vd., 2019; Maslowski ve Karasiewicz, 2021; Thompson vd., 2022) ile tutarlıdır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre katılımcıların %67,2'si herhangi bir etkinliğe katılmamış, bununla birlikte %68,3'ü bir etkinliğe katılmayı planlamaktadır. Bu sonuç, Vegara-Ferri vd., (2020) tarafından da ifade edildiği gibi, gelecekte çok daha fazla sayıda turisti, elektronik spor etkinliklerine katılmaya teşvik edecek stratejilerin geliştirilmesi açısından önemlidir. Katılımcıların %31,5'i etkinlik için iki gece konaklamak istediklerini belirtmişlerdir. Aguis (2015) tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların %32'si 3 gece, %22'si 2 gece konaklama yapmak istedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Maslowski ve Karasiewicz, (2021), etkinliklere katılan elektronik spor izleyicilerinin, uygun fiyatlı konaklama tesislerini tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bu çerçevede izleyicileri, etkinliklere çekebilme ve geceleme sayılarını arttırabilmek için orta sınıf konaklama tesislerinin bu kitleye uygun fiyat belirlenmeleri gerekmektedir. Çalışmadan elde edilen diğer bir sonuç, katılımcıların aynı ilgi alanına sahip diğer insanlarla sosyal etkileşim istekleriyle (%85,6) ilgilidir. Thompson vd., (2022) tarafından yapılan çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışmaya göre elektronik spor izleyicilerinin hem diğer izleyicilerle hem de oyuncularla sosyalleşmesi, gelecekteki etkinliklere katılma olasılıklarını arttırmaktadır. Çalışmadan elde edilen diğer önemli sonuç ise etkinliğin gerçekleştiği bölgenin turizm kaynakları açısından zenginliği (%85,6) ve ilgi çekici mekanları ziyaret etme isteğiyle (%84,9) ilgilidir. Bu sonuçlar elektronik spor izleyicilerinin sadece etkinliklere katılmakla kalmayıp aynı zamanda turistik mekanları da ziyaret edeceklerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Diğer bir ifadeyle etkinliklere katılan/katılacak olan elektronik spor izleyicileri, konaklama, yiyecek-İçecek, ulaşım ve eğlence gibi hizmetlerin dışında diğer turistik ürünlerden de faydalanmak isteyeceklerdir. Bu sonuçlara, göre elektronik spor etkinlikleri başlı başına bir turistik çekim unsuru oluşturabilme potansiyeline sahiptir.

Elektronik spor etkinlikleri, turizmin çeşitlendirilmesi noktasında hızla büyüyen niş pazarlardan biri olarak kabul edilmektedir (Aguis, 2015: 13; Thompson vd., 2022:14). Etkinliklere katılan izleyiciler birer turist olarak, konaklama, yeme-İçme, ulaşım gibi temel turizm hizmetlerinden yararlanırlar. Bu da ev sahibi bölgeye hem ekonomik hem de sosyal açıdan önemli ölçüde katkıda bulunabileceği anlamına gelmektedir (Aguis, 2015; Vegara-Ferri vd., 2020; Maslowski ve Karasiewicz, 2021; Thompson vd., 2022). Aynı zamanda etkinlikler, düzenlendiği ülke ve şehirlerin, tanıtımında da önemli bir rol üstlenerek, imajlarını olumlu yönde etkileyebilme potansiyeline sahiptir. Bu kapsamda 2022 Aralık ayında ülkemizde düzenlenecek olan "Global Espor Oyunları", ülkenin tanıtımı ve turizm gelirlerinin artması açısından bir fırsat niteliğindedir.

Elektronik spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak, turizm sektörünün gelişmesi ve turist profilinin farklılaşması açısından önemlidir. Türkiye'de bu potansiyelin değerlendirilebilmesi için ilgili bakanlıklar, devlet kurumları ve yerel yönetimlerin, etkinlik organizatörleri, elektronik spor sağlayıcıları, federasyonları ve kulüpleriyle işbirliği içinde olması gerekmektedir. Özellikle Riot Games, Blizzard Entertainment ve Valve Corporation gibi elektronik spor sağlayıcılarıyla geliştirilecek ilişkilerle, internet altyapısının daha gelişmiş olduğu İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Eskişehir gibi büyükşehirlerde, elektronik spor stadyumlarına ve arenalarına yatırım yapmaları ve etkinliklerin ülkemizde düzenlenmesi sağlanabilir. Yine elektronik spor sağlayıcıları ve

organizatörlerle geliştirilecek ilişkilerle yıldız oyuncuların ve takımların rekabet ettikleri etkinlikler düzenlenebilir. Bu sayede daha fazla elektronik spor izleyicinin etkinliğe katılımı sağlanabilir.

Elektronik spor izleyicilerinin, etkinliğe katılımlarını teşvik etmek amacıyla seyahat acentaları, ulaştırma, konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri uygun teklifler sunabilir. Ek olarak etkinlik organizatörleri, etkinlikler öncesinde gerek turizm hizmet sağlayıcıları gerekse şehrin turistik ve popüler yerlerine ilişkin bilgileri farklı sosyal medya platformları aracılığıyla izleyicilerle paylaşabilir. Fly-Foot uygulaması bu açıdan örnek gösterilebilir. Fly-Foot, futbol taraftarlarının favori takımlarını sadece birkaç tıklamayla karşılaşmalarını izlemek için her şey dahil seyahat paketleri rezerve edebilecekleri ilk çevrimiçi platformdur. Uygulamada ulaşım, konaklama seçeneklerinin yanı sıra şehir ve stadyum turlarını satın alma seçenekleri de yer almaktadır (www.fly-foot.com). Bu tür uygulamaların elektronik spor etkinlikleri için de geliştirilmesi ve kullanılması, katılım üzerinde etkili olabilir.

Elektronik spor turizminin anlaşılması hem akademik hem de karar vericiler ve uygulayıcılar açısından daha fazla çalışmanın yapılmasını gerekli kılmaktadır. Türkiye'deki elektronik spor izleyicileri ile gerçekleştirilen bu çalışma çeşitli sınırlılıklara sahiptir. Dolayısıyla, elektronik spor kavramının daha iyi anlaşılabilmesi, pazarın sınırlarının doğru şekilde belirlenebilmesi için daha geniş izleyici kitlesinin dahil edildiği çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca elektronik sporla ilgili diğer paydaşların (oyuncular, organizatörler, takımlar gibi) da etkinliklere katılmaya ilişkin görüşlerinin tespit edilmesine yönelik çalışmaların yapılması sektöre ve literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onay: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 23.08.2021 tarih ve E.42861 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Agius, M. (2015). *Electronic Sports as A Niche Tourist Attraction: An International Exploratory Study*. University of Malta, Malta.

Akgöl, O. (2019). Spor Endüstrisi ve Dijitalleşme: Türkiye'deki Elektronik Spor Yapılanması Üzerine Bir İnceleme. *TRT Akademi Dergisi*, 4 (8). 208-224.

Aktuna, H.C. ve Ünlüöner, K. (2017). Yeni Bir Turizm Çeşidi Olarak Elektronik Spor Turizmi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2. 1-15.

Aktuna, H.C. ve Şimşek, E. (2021). Pandemi ve E-spor Turizmi, (Editör) Ergün, G.S.: *Multidisipliner Turizm Çalışmaları* içinde (ss.52-61) Konya: Çizgi Kitabevi

Aylan, S. (2020). Spor Turizmi. (Editör) Bilge, A. ve Cabi, A.: *Turizm Türlerine Profesyonel Yaklaşım* içinde (ss. 93-120). Konya: Sage Yayınları.

- Bayram, T.A. (2018). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Elektronik Spor Turizmine Katılma Niyeti. *Turizm Akademi Dergisi*, 5 (2), 17-31.
- Block, S. and Haack, F. (2021). *eSports: A New Industry*. [Online] https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2021/03/shsconf_glob20_04002.pdf [Erişim Tarihi: 10.05.2022].
- Bosch, J., Murillo, C. and Raya, J.M. (2019). *The Economic Importance of The Sports Sector and The Economic Impact of Sporting Events*. [Online] <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Publicaciones/PDF/2163.pdf#page=436> [Erişim Tarihi: 10.09.2021].
- Brown, C., Busser, J.A. and Baloglu, S. (2010). Sport Tourists in A Gaming Destination: Predicting Gaming and Non-Gaming Expenditures. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 14(2), 59-68.
- Bulut, Ç., Duman, S., Şahin, H.M., Duman, G. ve Uluç, E.A. (2021). Spor Turizminde İnovasyonel Yaklaşımlar: E-Spor. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 396-412.
- Chikish, Y., Carreras, M. and Garcia, J. (2019). eSports: A New Era for The Sports Industry and a new Impulse to Research in Sports (and) Economics? (Editor) Garcia, J.: *Sports (and) Economics* in (pp 477-508) Madrid: FUNCAS Social and Economic Studies Vol. 7.
- Cranmer, E. E., Han, D. I. D., van Gisbergen, M., and Jung, T. (2021). Esports Matrix: Structuring the Esports Research Agenda. *Computers in Human Behavior*, 117, 1-13.
- Crawford, G. (2005). Digital Gaming, Sport and Gender. *Leisure Studies*, 24(3), 259-270.
- CSL/EEA (2020). *Assessment of Esports in The Travel and Event Sectors*. https://www.cslintl.com/assets/docs/CSL-EEA_Esports_Survey_Results_6_25_20.pdf [Erişim Tarihi: 10.07.2021].
- Cunningham, G. B., Fairley, S., Ferkins, L., Kerwin, S., Lock, D., Shaw, S. and Wicker, P. (2018). Elektronik Sport: Construct Specifications and Implications for Sport Management. *Sport Management Review*, 21(1), 1-6.
- Çakıcı, C. ve Güler, O. (2014). Büyük Spor Organizasyonlarına Ev Sahipliği Yapmaya Değer Mi? Ekonomik Beklentiler ve Turizm Açısından Bir Değerlendirme, III. *Doğu Akdeniz Sempozyumu*, 18 Nisan 2014, Mersin. ss.37-50.
- Çavuş, C.Z. (2020). An Alternative Field in Tourism Geography: Esports Tourism. (Editor) Sarıoğlu, M. and Bağlama, S.H.: *Critical Studies in Social Sciences and Humanities* in. (pp.231-252) France: Livre de Lyon.
- Çetin, A. and Coşkun, M. (2021). A Conceptual Overview of E-Sports Tourism as A New Trend in The Tourism Industry. *Journal of Management and Economic Studies*, 3(1): 28-34.
- Dalgıç, A., ve Birdir, K. (2019). Yeni Bir Alternatif Turizm Çeşidinin Doğuşu ve Yeni Bir Turist Tipi E Spor ve Es Turisti. III. *Uluslararası Turizmin Geleceği; İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi*, 26-28 Eylül 2019, Mersin. ss. 147-151.
- Deery, M., Jago, L. and Fresline, L. (2004). Sport Tourism or Event Tourism: Are They One and The Same?, *Journal of Sport & Tourism*, 9 (3), 235-245.
- Demir, A. ve Sertbaş, K. (2019). E-Spor: Spor Endüstrisinde Yeni Bir Ekonomi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 73-88.
- Dilek, S. E. (2019). E-sport Events within Tourism Paradigm: A Conceptual Discussion. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 12-22.

- Duran, H.B (2019). *Riot: LEC Spring Split Finals Contributed \$2.6M to Rotterdam Economy*. <https://archive.esportsobserver.com/riot-tourism-lec-spring-rotterdam/> [Erişim Tarihi: 10.03.2022].
- Evren, T., Kargün, M., Pala, A. ve Yazarer, İ. (2019). Spora Yenilikçi Yaklaşım: Elektronik Spor. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (66), 1424- 1434.
- Fourie, J. and Santana-Gallego, M. (2011). The Impact of Mega-sport Events on Tourist Arrivals. *Tourism Management*, 32, 1364-1370.
- Fourie, J. and Spronk, K. (2011). South African Mega-sport Events and Their Impact on Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 16(1), 75-97.
- <https://fly-foot.com/en/home> [Erişim Tarihi: 15.05.2021].
- <https://www.esportsearnings.com/history/2022/games> [Erişim Tarihi: 10.06.2022].
- <https://www.insiderintelligence.com/insights/esports-ecosystem-market-report/> [Erişim Tarihi: 01.08.2022]
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Twitch_\(service\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Twitch_(service)) Erişim Tarihi: 10.05.2022].
- GEF (Global Esports Federations). (2021). *Istanbul 2022 Readies to Light Up a New World of Possibilities at the Crossroads of Asia and Europe*. <https://www.globalesports.org/post/geg-istanbul-futurehosts> [Erişim Tarihi: 15.07.2021].
- Hallmann, K. and Giel, T. (2018). eSports-Competitive Sports or Recreational Activity? *Sport Management Review*, 21(1), 14-20.
- Hamari, J. and Sjöblom, M. (2017). What is eSports and Why Do People Watch It? *Internet Research*, 27(2), 211-232.
- Jonasson, K. and Thiborg, J. (2010). Electronic Sport and Its Impact on Future Sport. *Sport in Society*, 13(2), 287-299.
- Kara, K. ve Ekici Çilkin, R. (2021). E-Spor Turizmine Yönelik Literatür Taraması. (Editör) Kaya, A. ve Uslu, S.: *Akademik Serbest Zaman ve Rekreasyon Araştırmaları* içinde (ss. 41-65). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları: 109 41-65
- Karhulahti, V. M. (2017). Reconsidering Esport: Economics and Executive Ownership. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 74(1), 43-53.
- Keçeci, O. (2020). Popülerlik Bazında Futbolun En Büyük Rakibi: Pazarlama Perspektifinden Elektronik Spor. *FOCUSS Spor Bilimleri Yönetimi ve Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 1-16.
- Kurtzman, J. (2005). Economic Impact: Sport Tourism and The City, *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 47-71.
- Mangeloja, E. (2019). Economics of Esports. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 24(2), 34-42.
- Maslowski, P. and Karasiewicz, T. (2021). Esports as A New Trend in The Tourism Industry. *Geography and Tourism*, 9 (1), 95-105.
- Mustafaoğlu, R. (2018). Elektronik Spor, Spor ve Fiziksel Aktivite. *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 84-96.
- Newzoo (2020). *2020 Global Esports Market Report (Free Version)*, 1-31. <https://strivesponsorship.com/wp-content/uploads/2020/03/Global-Esports-Market-Report-2020.pdf> [Erişim Tarihi: 15.05.2021].

- Nikas, I. and Poulaki, I. (2021). eSports Tourism: Sports Tourism in a Modern Tourism Environment. (Editors) Katsoni V. and Zyl C.: *Culture and Tourism in a Smart, Globalized, and Sustainable World* in (pp105–115) Switzerland: Springer.
- Pirci, T.K. ve Dalgıç, A. (2021). E-Spor ve Turizm İlişkisi: Organizatörler ve Katılımcılar Gözünden Bir Değerlendirme. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 108-124.
- Pizzo, A.D., Baker, B.J., Na, S., Lee, M.A., Kim, D. and Funk, D.C. (2018). eSport vs. Sport: A Comparison of Spectator Motives. *Sport Marketing Quarterly*, 27, 108-123.
- Rojas-Méndez, J. I., Davies, G., Jamsawang, J., Duque, J. L. S. and Pipoli, G. M. (2019). Explaining the Mixed Outcomes from Hosting Major Sporting Events in Promoting Tourism. *Tourism Management*, 74, 300-309.
- Seo, Y. (2013). Electronic Sports: A New Marketing Landscape of The Experience Economy, *Journal of Marketing Management*, (29), Nos. 13–14, 1542–1560.
- Serçek, G., Serçek, S. ve Özaltaş, H. (2018). FIFA Dünya Kupasının Ekonomiye ve Turizme Etkileri. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 8, 2/1, 69-79.
- Stoll, J., Goodfrey, A. and Koerte, T. (2020). *Evaluating Resident Sentiment to Inform the Development of Sports Tourism. SportsETA&Longwood International*. <https://longwoods-intl.com/news-press-release/evaluating-resident-sentiment-inform-development-sports-tourism-0> [Erişim Tarihi: 15.04.2021].
- T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2018). *E-spor Raporu. Gençlik Araştırmaları Haber Bülteni Yeni Ne Var?* <https://www.guvenlioyna.org.tr/dosya/7UOTx.pdf> [Erişim Tarihi: 10.01.2021].
- TESFED (2021). *Türkiye E-Spor Federasyonu*. <http://tesfed.gov.tr/hakkimizda> [Erişim Tarihi: 15.07.2021].
- Thompson, J., Taheri, B. and Scheuring, F (2022). Developing Esport Tourism through Fandom Experience at in-person Events. *Tourism Management*, 91, 104531,1-16.
- UNWTO/GTERC (2019). *Asia Tourism Trends, Executive Summary. 2019 Edition*. <https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421176> [Erişim Tarihi: 15.04.2021].
- UNWTO (2021). *Sports Tourism*. <https://www.unwto.org/sport-tourism>. [Erişim Tarihi: 15.04.2021].
- Üçüncüoğlu, M., ve Çakır, V. O. (2017). Modern Spor Kulüplerinin Elektronik Spor Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 34-47.
- Vegara-Ferri, J. M., Ibáñez-Ortega, D., Carboneros, M., López-Gullón, J. M. and Angosto, S. (2020). Evaluation of The Tourist Perception of The Spectator in an eSport Event. *Publicaciones*, 50(1), 371-384.
- Wagner, M. G. (2006). On The Scientific Relevance of eSports. (Editor) Arreymbi, J., Clincy, V.A., Droegehorn, O.L., Joan, S., Ashu, M.G., Ware, J.A., Zabir, S. and Arabia, H.R.: *Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing and Conference on Computer Game Development* in (pp. 437-440) Las Vegas, NV: CSREA Press.
- Witkowski, E. (2012). On The Digital Playing Field: How We 'Do Sport' with Networked Computer Games. *Games and Culture* 7 (5): 349–374.
- Xu, F., Tian, F., Buhalis, D., Weber, J. and Zhang, H. (2015). Tourists as Mobile Gamers: Gamification for Tourism Marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(8), 1124-1142.

Xu, F., Buhalis, D. and Weber, J. (2017). Serious Games and The Gamification of Tourism. *Tourism Management*, 60, 244-256.

Yayla, Ö. ve Güven, Y. (2020). Elektronik Sporlar: Rekreasyonel Etkinlik Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (1), 283-301.

Yenişehirlioğlu, E., Erdoğan, Ç., Şahin, S. ve Ulama. Ş. (2018). Elektronik Spor Etkinliklerinin Turizm Potansiyelini Belirlemeye Yönelik Kavramsal Bir Çalışma: Elektronik Spor Turizmi. *Kesit Akademi Dergisi*, 4 (16), 341-353.

Yükçü, S. ve Kaplanoğlu, E. (2018). ÜİK Elektronik Spor Endüstrisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17, 533-550.

Yüksel, Y. (2022). *Espor İzleyicileri Buraya: Türkiye’de Kaçırduğumuz 6 Esport Etkinliği*. <https://www.webtekno.com/turkiyedeki-espor-etkinlikleri-h114942.html> [Erişim Tarihi: 15.05.2022].