



Araştırma Makalesi (Research Article)

E-SPOR TURİSTLERİNİN UNUTULMAZ TURİZM DENEYİMLERİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA (A QUALITATIVE RESEARCH ON THE MEMORABLE TOURISM EXPERIENCES OF E-SPORTS TOURISTS)**

Kerem KARA^{1*} (0000-0002-0653-4471)

Remziye EKİCİ ÇİLKİN² (0000-0002-1982-446X)

¹Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Isparta, Türkiye

²Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Isparta, Türkiye

Özet

Bu çalışmanın amacı Türkiye E-spor Federasyonuna bağlı lisanslı e-spor turistlerinin deneyimlerini unutulmaz kılan unsurları açığa çıkartmaktır. Örneklem grubunu, Türkiye E-spor Federasyonuna bağlı lisanslı e-spor turistleri oluşturmaktadır. E-spor turist yoğunluğunun İstanbul'da olması göz önüne alındığında çalışma İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma lisanslı e-spor turistleri ile yüz yüze ve çevrim içi görüşme şeklinde yarı yapılandırılmış soru formları üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma örnekleme yöntemi olarak olasılık temelli olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan amaçlı örnekleme yöntemi seçilmiştir. Veriler içerik analiz tekniği ile çözümlenmiştir. Araştırma bulguları ana tema, sınıflandırma ve alt gruplar oluşturularak sistematik olarak sunulmuştur. Nitel araştırma verilerine içerik analizi uygulanması sonucunda e-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerini etkileyen unsurlara yönelik, 8 ana tema (hedonizm, yenilik, ferahlık, destinasyon özellikleri, sosyal etkileşim, bilişsel gelişim, hizmet kalitesi ve tanınırlık) ve 29 alt tema elde edilmiştir. Araştırma verilerinden elde edilen bulgular alanyazın ile karşılaştırılarak tartışma ve sonuç ortaya konulmuştur. Ayrıca literatüre ve uygulamaya yönelik çıkarımlar ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Spor, E-Spor Turizmi, E-Spor Turistleri, Turizm Deneyimi, Unutulmaz Turizm Deneyimi

Abstract

The aim of this study is to reveal the elements that make the experiences of licensed e-sports tourists affiliated with the Turkish E-sports Federation memorable. The research group consists of licensed e-sports tourists affiliated with the Turkish E-sports Federation. Considering that the density of e-sports tourists is in Istanbul, the study was carried out in the province of Istanbul. The research was carried out in the form of face-to-face and online interviews with licensed e-sports tourists through semi-structured questionnaires. Purposive sampling method, which is one of the non-probability-based sampling methods, was chosen as the research sampling method. The data were analyzed by content analysis technique. The research findings were presented systematically by forming the main theme, classification and subgroups. As a result of applying content analysis to qualitative research data, 8 main themes (hedonism, novelty, refreshment, destination characteristics, social interaction, cognitive development, service quality and recognition) and 29 sub-themes were obtained for the factors affecting the memorable tourism experiences of e-sports tourists. The findings obtained from the research data were compared with the literature and the discussion and conclusion were presented. In addition, implications and recommendations for the literature and practice are presented.

Keywords: Electronic Sports, E-Sports Tourism, E-Sports Tourists, Tourism Experience, Memorable Tourism Experience

Giriş

Teknolojinin hızla gelişimi ile birlikte geçmişten günümüze turizm sektöründe de çeşitlenme ve gelişme söz konusu olmuştur. Dünyada çeşitli turizm aktivitelerinin olduğu ve sürekli yeni turizm trendlerinin ortaya çıktığı düşünüldüğünde; turizme katılan bireylerin ilgi alanlarının değiştiği gözlenmiştir. Bu sayede turistlerin çeşitli turizm aktivitelerine katılım sağladıkları ve yeni turizm trendleri ile beraber e-spor turizm aktivitelerine de ilgi duydukları bilinmektedir. Bu bağlamda ilgili alanyazın incelendiğinde genellikle e-spor turistlerinin gelme niyetlerine, motivasyonlarına odaklanıldığı, destinasyon ve bölge markasına katkılar sağladığı, e-sporun yeni bir turizm ürünü olarak kabul edildiği gözlenmiş olup, e-spor turistlerinin deneyimlerini unutulmaz kılan

**Bu makale, 2023 yılı Temmuz ayında Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Programında yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

*Sorumlu yazar: remziyeekici@isparta.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2023.329

faktörlerin araştırılmamış olduğu görülmektedir. Günümüzde ise işletmelerin artık sadece mal ve ürün sunmakla yetinmeyip, tüketici ve müşterilerin deneyimlerini oldukça önemseydiği göze çarpmaktadır. Tüketiciler artık duygularına ve düşüncelerine dokunan deneyimler aramaktadır (Mossberg, 2007) ve bu hususta destinasyonların rekabet güçlerini elde etmelerinde sadece mal ve hizmetlerden ziyade unutulmaz deneyimlerin de sağlanması önem kazanmaktadır (Azevedo, 2010). Dolayısıyla turizm işletmeleri odak noktalarını “teslim odaklılıktan” “unutulmaz deneyim odaklılığına” yönlendirmiş durumdadırlar (Pine ve Gilmore, 1998). Bu durumda e-spor turizm etkinliklerinin de deneysel boyutlarını anlamada unutulmaz turizm deneyimleri yaratmanın önemli olduğu bilinmektedir. Çünkü e-spor turizm paydaşlarının, ilgili kurum ve kuruluşların birlikte hareket etmesi, ortak çalışmalar yürütmesi, e-spor turizmi tüketimini zenginleştirme, sürdürme ve unutulmaz turizm deneyimi unsurlarını oluşturmada önemli roller oynadığı göze çarpmaktadır.

Sosyal etkinliklerin 21. yüzyıl versiyonu olarak dikkat çeken e-spor turizm etkinlikleri, ziyaretçilere aynı anda aradıkları eğlence değeri yüksek deneyimler ve kültürel olarak önemli, anlamlı ve bilgilendirici sanal yer bağlılığını (olayları) içeren deneyimleri sağladığı için popüler hale gelmektedir (Janiskee, 1996; Palmer, 2005; Hertzman, Anderson ve Rowley, 2008). Eğlence, kaçış ve eğitim vb. unutulmaz birçok deneyimi bünyesinde barındıran e-spor turizm etkinliklerini bilhassa deneyimleyen katılımcıların bu doğrultuda yaşadıkları unutulmaz deneyimin boyutlarını keşfetmenin, etkinlik planlayıcıları ve turizm ekonomisine büyük girdiler sağlayan sektör adına katkı sağlaması kaçınılmazdır. E-spor turizm etkinliklerinin katılımcılar aracılığıyla unutulmaz deneyim unsurlarının keşfedilmesi ile beraber sektör temsilcilerinin bu etkinlikleri nasıl planlayacakları, organize edecekleri ve deneyim tasarlamalarını nelere göre yapacaklarının saptanması, unutulmaz bir deneyim sağlanmasını gerektirmektedir. Deneyimleri bilmek ve beklentileri öngörmek sektör temsilcileri adına e-spor turistlerine unutulmaz bir deneyim ortamı sunmada katkı sağlayacaktır.

E-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerinin incelenmesinin, deneyimleri tasarlayan ve yöneten e-spor turizm paydaşları, spor kulüpleri ve federasyonlar adına önemli öneriler ve katkılar sunacağı düşünöldüğünden; e-spor turistlerinin deneyimlerini unutulmaz kılan unsurları keşfetmek araştırmanın temel amacıdır. Böylelikle çalışmanın gelecekte e-spor turizmi ile ilgili yapılacak olan diğer akademik çalışmalara yön vererek kısıtlı olan ilgili alanyazına katkı sağlaması öngörülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

E-spor Turizmi

E-spor turizmi kavramı için farklı tanımlamalar mevcuttur. E-spor paydaşlarının çevrimdışı ortamda e-spor etkinliklerine katılım sağlayarak birbirleri ile yaşamış olduğu etkileşime e-spor turizmi denir (Aktuna ve Ünlüönen, 2017). Bayram (2018: 20) tarafından e-spor turizmi; “*elektronik spor aktivitelerinin belirlenmiş bir ülkede ve destinasyonda, turnuvalar şeklinde gerçekleştirilmesi, bu turnuvalara oyuncuların, izleyicilerin, ilgili kurum ve kuruluşların katılımı, yeme, içme, konaklama, eğlenme gibi çeşitli turistik aktiviteleri kullanmasına dayanan turizm türü*” olarak tanımlanmıştır.

E-spor paydaşlarının etkinlikler vasıtasıyla etkileşim halinde olduğu ve ekonomik yönden gelişme gösterdiği düşünöldüğünde; ama aynı zamanda e-spor etkinliklerinin yüksek maliyetli olduğu ve günümüzdeki rekabet ortamının zorlu bir süreç içerdđi bilirse de e-sporun alternatif bir turizm ürünü olarak değerdendirilmesi mümkün görölmektedir (Dalğıç ve Birdir, 2019; Aktuna ve Ünlüönen, 2017; Durmuş, 2021; Gül vd., 2017). E-spor alternatif bir turizm ürünü olarak düşünöldüğünde, organizasyonlar için seyahat edenlere “e-spor turisti” veya “es turist” olarak bir adlandırma ile yeni bir turist kimliğinin oluştđu söylemek mümkündür (Dalğıç ve Birdir, 2019). E-spor seyircilerinin yarışmaları yapıldığı destinasyonlara seyahat etmeleri ve burada yarışmaları izleme isteği e-spor turizmine olan ilgiyi arttırmakla birlikte, turizm ürün çeşitliliği anlamında bölgesel eşitliliği sağlamada ve sezonu uzatmada önemli faktör olacağı söylenebilir (Çavuş, 2020). Turnuva kapsamında destinasyonu ziyaret eden seyirciler turistik faaliyet içerisinde olmakla beraber, hem e-spor oyuncuları hem de izleyiciler destinasyon adına turist kaynağı oluşturmaktadır (Aktuna ve Ünlüönen, 2017). E-spor turnuvalarında farklı eğlence etkinliklerinin de dâhil edilmesi, bölgesel gezilerin organize edilmesi ve konaklama imkânının arttırılması hem katılımcıların ortalama harcamalarını arttıracak hem de bu harcamalarla destinasyondaki diğer turizm paydaşları olumlu yönde etkilenecektir (Bayram, 2018).

Unutulmaz Turizm Deneyimi

Günümüzde turistlerin yaygın turizm türleri olan deniz, kum, güneş turizmine olan ilgilerinin azaldığı ve farklı deneyim arayışları içerisinde oldukları sıklıkla dile getirilmektedir. Turistlerin yapmış oldukları seyahatlerinden keyif almaları, haz duymaları, seyahat anında eğlenmeleri, heyecan duymaları, rahatlamaları, koşuşturmacadan ve sıradan bir hayattan uzaklaşmaları, özgürce hareket etmeleri, kendileri için anlam ifade

eden şeyler yapmaları, farklı yerler görmeleri, farklı bilgiler öğrenmeleri, destinasyondan güzel ve mutlu ayrılmaları yaşamış oldukları deneyimi unutulmaz bir hale getirmektedir (Demir ve Demirel, 2019). Turistlerin gittikleri yerlerde bölge halkıyla iletişim halinde olması, bölge kültürü hakkında tecrübeler edinmesi ve turizm aktivitelerine dâhil olması gibi faktörlerin deneyimlerini unutulmaz kıldığı belirtilebilir. Turizm sektörünün özünü oluşturan turizm deneyimlerine olan ilginin artması ve turizm işletmelerinin aralarındaki rekabetin artmasına sebep olmuş ve bununla birlikte işletmelerin mevcut rekabeti daha fazla arttırmak için turistlere eşsiz ve duygusal deneyimler sunması unutulmaz turizm deneyimi adına önem kazanmıştır (Zhang, Wu ve Buhalis, 2018). Pine ve Gilmore (1998) tarafından işletmelerin müşteriler için unutulmaz etkinlikler düzenlemesi gerektiği belirtilmektedir. Bu nedenle bir turizm işletmesinin turistlerin deneyimlerini arttıracak koşulları nasıl sağlayacağını bilmesi hayati önem arz etmektedir (Hurombo vd., 2014: 5).

Günlük yaşamın sıradanlığından uzaklaşarak bir deneyim elde edilmesini ve bu deneyimde bireyler tarafından farklı ve yeni bir şeyler olarak algılanması, unutulmaz turizm deneyimlerinin temelini oluşturmaktadır (Wang, 1999). Larsen'a (2007: 15) göre unutulmaz turizm deneyimi, uzun süre hafızada kalan, geçmişte gerçekleştirilen seyahatle ilgili bireysel bir olaydır. Turizm deneyiminin turistik faaliyetler sonrası akılda kalan anılardan oluştuğu söylenebilir. Bu tanımla aslında turistik seyahatlerde hatırdaki kalıcı anıların önemi açıkça ifade edilmiştir. Hatırlanabilirliğin turizm literatürdeki gittikçe artan önemi sayesinde "hatırlanabilir (unutulmaz) turizm deneyimi" kavramı ortaya çıkmıştır. Kim, Ritchie ve McCormick'e (2012) göre unutulmaz turizm deneyimi kavramı, olaydan uzun bir süre sonra hatırlanan olumlu deneyim anlamına gelmektedir. Bu tür deneyimler turistlerin hafızasında saklanan önemli anılardan oluşmakta ve bir destinasyonu tekrardan ziyaret edip etmeme veya bir başkasına tavsiye etme kararı verirken en önemli bilgi kaynağını oluşturmaktadır (Kim vd., 2012; Marschall, 2012).

Unutulmaz Turizm Deneyimi Boyutları

Unutulmaz deneyimlere katkıda bulunan unsurlar değişkenlik gösterir ve tüketim bağlamına bağlıdır (Knobloch, Robertson ve Aitken, 2017). Literatürde birçok araştırmacı tarafından farklı unutulmaz turizm deneyimi boyutları ifade edilmiştir. Bunlar; hazcılık (Duman ve Mattila, 2005; Otto ve Ritchie, 1996), değer takdiri (Yoon ve Uysal, 2005; Ryan, 2002), anlamlılık (Wilson ve Harris, 2006; Noy, 2004; Bruner, 1991), beklenmedik olaylar (Talarico ve Rubin, 2003; Aziz, 1995; Ryan, 1991), dahil olma/katılım (Berry, Carbone ve Haeckel, 2002), canlanma (Hull ve Michael, 1995), dürtü (Mannell, Larson ve Zuzanek, 1998; Arnould ve Price, 1993), sosyal etkileşim (Ap ve Wong, 2001), hizmeti değerlendirme (Bartlett ve Einert, 1992), meydan okuma (Lee, Dattilo ve Howard, 1994; Mannell ve Iso-Ahola, 1987), mutluluk (Bolla, Dawson ve Harrington, 1991), olumsuz hisler (Aziz, 1995; Ryan, 1991), öğrenme/bilgi (Otto ve Ritchie, 1996), teknoloji (Buhalis ve Amaranggana, 2015) ve yeniliktir (Farber ve Hall, 2007; Duman ve Mattila, 2005).

Otto ve Ritchie (1996) tarafından deneyim; haz, ilgilenim, tanınırlık ve zihin rahatlığı olarak dört boyutta ele alınmıştır. Kim (2012) tarafından yapılan çalışmada, unutulmaz turizm deneyimlerinin göze çarpan üç boyutu, "yenilik ve prestij", "ekranın ötesindeki deneyimler ve yeniden canlandırma" ve "samimiyet ve anı" olarak tanımlanmaktadır. Hurombo vd. (2014) tarafından, teknecilik sektöründe unutulmaz turizm deneyiminin belirleyicilerini keşfetmeyi amaçladıkları çalışmada, eşsiz yerel yemekler, kültürel temelli eğlence, sosyal etkileşim fırsatları, mürettebat üyelerinin profesyonelliği, güzel manzara, yaban hayvanlarla karşılaşmak, grup katılımı ve ferahlık olarak belirtilen 8 faktörün unutulmaz turizm deneyimlerinin önemli belirleyicileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Unutulmaz turizm deneyimi tasarımı için Herjanto ve Gaur (2017: 60) ise 3 boyut üzerinde durmuştur. Bunlar; fiziksel unsurlar (kültürel kalıntılar, çoklu duygusal etkenler, sembol, ambiyans ve alan yönetimi), bilişsel unsurlar (algılanan önem, algılanan öğrenme fırsatı ve anlamlılık algısı) ve duygusal faktörlerdir (pozitif duygular ve negatif duygular). Unutulmaz turizm deneyimlerinin duygularla ve hislerle ilişkili olduğunu da söylemek mümkündür. Olumlu bir unutulmaz deneyim, turistlerin mutluluk ve zevk gibi olumlu duygular uyandıran olumlu bir durumla karşılaştığında gerçekleşirken; olumsuz bir durumla uğraşıp öfke, hayal kırıklığı ve üzüntü gibi olumsuz duygular yaşadığında ise olumsuz bir unutulmaz deneyim meydana gelmektedir (Herjanto ve Gaur, 2017). Kim ve Chen (2019) tarafından yapılan çalışmada, yenilik, sosyal etkileşim, destinasyon coşkusu ve öğrenme boyutları unutulmaz seyahat deneyimini en iyi açıklayabilecek boyutlar olduğu belirtilmiştir. Seyfi, Hall ve Rasoolimanesh (2020) tarafından, unutulmaz kültürel turizm deneyimlerini şekillendirmede etkili olan faktörleri belirlemeye yönelik yapılan çalışmada ise 6 boyut belirlenmiştir. Bu altı boyut; deneyimin önceden algılanan önemi, özgünlük, katılım, kültürel değişim, mutfak çekiciliği ve hizmet kalitesidir.

Unutulmaz Turizm Deneyimi ve E-spor Turizmi İlişkisi

E-sporun gün geçtikçe popülaritesinin artması ve bu sektörün e-spor turizmi vasıtasıyla günümüz gençlerinde bir motivasyon kaynağı olduğu görülmektedir (Bulut vd., 2021). E-spor destinasyonlarında organize edilen e-spor turnuvaları turizm kapsamında ele alındığında, yüksek maliyetli yatırımlar, organizasyon gereklilikleri ve ev sahipliği kazanma hakkının zorlukları düşünüldüğünde şehrin reklamını yapma ve turist çekme noktasında önem arz etmektedir (Gül vd., 2017). E-sporadaki gelişmeler, özellikle tüketicilerin eğlence harcamalarını sürdürmek için giderek daha fazla çalıştığı sanayi sonrası toplumlarda ortaya çıkan sosyal eğilimlerin yeni bir göstergesidir. Özellikle ortaya çıkan bazı boş zaman aktiviteleri, bireylere kendini gerçekleştirme ve kimlik geliştirme duygusu gibi kalıcı faydalar sağlamıştır (Seo, 2013). Bu turnuvalar sayesinde e-spor oyuncuları düzenlenen turnuvalara bazen oyuncu olarak bazen de turnuvaları izlemek amacıyla seyahate çıkabilmektedir. Bu seyahatler her geçen gün artmakta ve yeni bir sektör haline dönüşmektedir (Bayram, 2018).

E-spor aktivitelerinin daha önceden seçilmiş bir destinasyonda turnuvalar halinde organize edilmesi, turnuvalara e-sporcuların, izleyicilerinin, e-spor paydaşlarının katılması, turistik aktivitelerin içerisinde yer alan yeme, içme, konaklama, eğlenme gibi olanakların kullanılmasına dayanan turizm türü olarak ifade etmek mümkündür (Bayram, 2018). Tanımdan anlaşılacağı üzere e-spor turnuvalarında sadece turnuva ile alakalı bir durum söz konusu değildir. Turnuva haricinde bireyler turizmin diğer olanaklarına sahip olduğu, diğer insanlarla sosyal etkileşime geçtiği söylenebilir. E-sporunda bireyin fiziksel ve zihinsel gelişimini sağlayan öğretici ve eğlendirici etkinliklerinde olduğu belirtilmektedir (Atasoy ve Kuter, 2005).

E-spor etkinlikleri genel olarak tüm hafta sonu boyunca 10-12 saatlik rekabete dayalı oyunlarla izlenildiği için seyirciler arasında paylaşılan bir deneyim olarak karşımıza çıkmaktadır (Werder, 2022). Destinasyondaki turnuvalara katılan e-spor oyuncuları, turnuva için geldikleri destinasyonlarda turist olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda turnuvayı izlemek için gelen izleyicilerde turistik etkinliklere katılım sağlamaktadırlar. E-spor organizasyonlarının düzenlendiği destinasyonlarda e-sporcuların konaklama süreleri 10 güne kadar çıkabilmektedir. Bu durum hem e-spor oyuncuları adına hem de izleyenler adına bölge için bir turist kaynağı oluşturmaktadır. E-spor turistlerinin turnuvalar kapsamında oyuncularla bir araya geleceği ve turnuvaların ardından seyircilerle beraber fotoğraf çektirecekleri düşünüldüğünde, e-spor turistleri adına “eşsiz ve unutulmaz bir deneyim” olacağı söylenebilir (Çavuş, 2020). Ayrıca turnuvalarda yer alan e-spor oyuncuları farklı insanlarla da tanışıp sosyalleşebilmektedir (Alp, Çakmak ve Sarper Kahveci, 2020). Bu yönden e-spor turnuvalarının aynı zamanda düzenlendikleri destinasyonun, bölgenin ve ülkenin imajına olumlu yönde katkılar sağlayabildikleri belirtilmektedir (Bulut vd., 2021).

İlgili araştırmada e-sporun Türkiye’de yeni oluşmaya başlamış bir kavram olduğu, turizm sektöründe yeni bir ürün olarak değerlendirilmesi gerektiğini ve e-sporun tek başına bir turizm çeşidi olabileceği üzerinde durulmuştur (Aktuna ve Ünlüöner, 2017; Erdoğan vd., 2018; Dalgıç ve Birdir, 2019; Çetin ve Coşkun, 2021). Öyle ki; Xu vd., (2013), Bayram (2018) ve Choi (2019), araştırmalarında e-spor etkinliklerine katılma amaçlı yapılan seyahatlerin altında yatan sebeplerin bu davranışa yönelik tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün ne ölçüde etkili olduğunu motivasyon açısından değerlendirmişlerdir. Yine bu bağlamda incelenen diğer araştırmada Sjöblom vd., (2020), e-sporun çevrim içi platformlarda izlenmesi ve e-spor etkinliklerine birebir katılım arasındaki farkları incelemiş, araştırmacılar tarafından belirtilen en önemli bulgunun sosyal etkileşim ve fiziksel çekicilik olmuştur. Bulut vd., (2021) ve Dalgıç ve Birdir (2019), e-spor etkinliklerine katılım sağlayan sporcuların ve seyircilerin gittikleri destinasyonda turist olduklarını ve yeni bir turist tipolojisinin oluştuğunu, bu turist tipolojisinin “Es-turist” olarak adlandırılabilirliğini belirtmişlerdir. Valaki vd. (2020), e-spor turizmini etkileyen faktörleri üç başlıkta toplamıştır. İlk olarak e-spor turizminin gelişmesindeki en önemli etkenin spor turizmi olduğunu, ikinci olarak bilgi teknolojileri yapısının, yönetim ve planlamanın, kurallar ve politika bütünlüğünün, son olarak ise fırsatların, finansmanın, kültür ve reklamcılığın etkisinin olduğunu açıklamıştır. Seo (2013), e-spor deneyimi üzerinde durarak e-spor 32 ekosisteminin paydaşlarının çalışmalarının, e-spor tüketiminin deneyimsel değerini zenginleştirme, anlama ve gelişesinde önemli etken olduğunu belirtmiştir. Yayla ve Güven (2020), e-spor etkinliklerini rekreasyon aktivitesi yönünden ele almıştır.

Thompson, Taheri ve Scheuring (2022), çevrimdışı e-spor etkinliklerinin seyircileri, oyuncuları ve paydaşları çekerek, seyahat edecekleri destinasyonlara ve ev sahibi şehirlere hem ekonomik (Pirci ve Dalgıç, 2021) hem de sosyal olarak fayda sağlayan geleneksel turizm harcama davranışları sergileyecekleri turizm endüstrisinin yeni bir alt sektörü için fırsatlar sunduğunu öne sürmüştür. İlgili araştırma bulgularında, etkileşim, dostluk ve aidiyet ve rahatlık duygusu, seyircilerin ve oyuncuların gelecekteki etkinliklere birebir katılım sağlamasını artırabileceğinden, sosyalleşme için çevrim içi alanlar oluşturmanın önemi vurgulanmıştır. E-spor sektörünün

turizmde, özellikle Endonezya’da kentsel alanlardaki potansiyeli tartışan yazarlar (Frans, Cahyadi ve Hermanto, 2022), e-spor endüstrisinin Endonezya’da ve dünyada hızla büyüdüğünü, bu endüstrinin aynı zamanda endüstriyel faaliyet ortamını çevreleyen sosyal, ekonomik ve doğal kaynakların gelişimi üzerinde olumlu bir etki sağladığı sonucuna ulaşmışlardır. Vegara-Ferri vd., (2020), yaptıkları araştırmada e-spor etkinliği olan “2019 İberya Kupası”nın turistik etkisini analiz etmişlerdir. Araştırma bulguları sonucunda ise ziyaretçiler için en önemli ögenin Barcelona şehrine geri dönme niyetlerinin olduğu tespit edilmiştir. Çavuş (2020), araştırmasında e-spor seyircilerinin yarışmaları yapıldığı destinasyona seyahat edip etkinliklerde olma isteği, e-spor turizmine olan ilgiyi arttırmakla birlikte, turizm ürün çeşitliliği bağlamında sezonu uzatmak ve bölgesel dengeyi sağlamada önemli faktör olacağını vurgulamıştır.

Yöntem

Durum çalışması deseni olarak tasarlanan bu araştırmada (Mann, 2011) katılımcı olarak e-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerini keşfetmede nitel yöntemden yararlanılmaktadır. Çünkü nitel araştırmalarda bilgi toplamak adına en yaygın kullanılan araç görüşmelerdir (Cassell, 2005). Yarı yapılandırılmış görüşmeler, turizmi, duyguları ve somut deneyimleri göz önüne alan araştırmalar için önemli ve köklü bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Hofmann, 2010). Bu doğrultuda ilk aşamada, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü, Bilimsel Araştırma Etik Kurulu tarafından verilen etik kurul onay kararı doğrultusunda görüşmelere başlanmıştır. Bu bağlamda görüşmeler, kartopu örneklem tekniğiyle seçilen ve Türkiye E-spor federasyonuna bağlı olup e-spor turizm etkinliklerinde aktif olan lisanslı profesyonel oyuncularla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler kapsamında İstanbul’da bulunan Bahçeşehir Üniversitesi (Bau) E-spor biriminde görevli, Türkiye E-spor Federasyonunda görev almış ve e-spor sektöründe uzman yönetici ile görüşülmüş ve uzman yöneticinin yönlendirmesi ile diğer katılımcılara ulaşılmıştır.

Çalışma Grubu

Çalışma grubunun seçiminde amaçlı örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Amaçlı örnekleme; zengin bir veriye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine araştırılmasına olanak sağladığı gibi, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında faydalı olmaktadır (Patton, 1987). Çalışmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırma e-spor turistlerinin çoğunlukta olduğu İstanbul’da gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu Türkiye E-spor Federasyonuna kayıtlı lisanslı 30 e-spor oyuncusu (e-spor turistleri) oluşturmaktadır.

Araştırmanın çalışma grubu, gerçekleştirilebilirlik, erişilebilirlik, uygunluk ve gönüllülük esasları (Creswell, 2007) temelinde ve nispeten daha yoğun etkileşimler sağlanabileceği düşüncesiyle, İstanbul’da yaşayan ve e-spor turizm etkinliklerine daha fazla katılımın olduğu düşünülen İstanbul’da yaşayan e-spor turistlerinden seçilmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2013: 74) tarafından, araştırılacak olguyu deneyimlemiş 10 kişi ile görüşme yapılmasının uygun olduğu belirtilmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda çalışma; İstanbul’da bulunan 30 e-spor turisti ile gerçekleştirilmiştir. Bunlardan 25 tanesi ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve 5 kişi ile de online görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara ait demografik bulgular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Eğitim Durumu	E-spor Tecrübe Süresi (Yıl)	Profesyonel Oldukları E-spor Oyunları	Lisansa Sahip Olduğu Takım	Görüşme Süreleri (Dakika)
K1	Erkek	16	Öğrenci	Lise	2	Valorant	Şahangiller E-spor	17,26
K2	Erkek	24	E-sporcu	Lisans	5	Pubg	Şahangiller E-spor	30,37
K3	Kadın	20	Öğrenci	Lisans	3	Zula ve Valorant	Team Respectzone	14,15
K4	Erkek	33	E-spor Menajeri	Lise	18	CS-GO	Şahangiller E-spor	44,35
K5	Erkek	26	Bilgisayar Mühendisi	Lisans	5	Pubg	Fute E-spor	21,41
K6	Erkek	23	Öğrenci	Lisans	3	Pubg	Fute E-spor	23,26
K7	Erkek	26	Profesyonel	Lisans	4	NB2K	Fenerbahçe e E-spor	21,57

			Basketbolcu					
K8	Erkek	23	Serbest Meslek	Lisans	11	CS-GO	ECS	26,28
K9	Erkek	24	İş Sağlığı ve Güvenliği Teknikeri	Ön Lisans	3	Fifa	E-spor Şahangiller E-spor	18,39
K10	Erkek	23	Öğrenci	Lisans	4	CS-GO	Pancars	22,33
K11	Erkek	19	Öğrenci	Lisans	3	Hado	Bau E-spor	36,56
K12	Erkek	21	Öğrenci	Lisans	1	Hado	Bau E-spor	21,47
K13	Kadın	19	Öğrenci	Lisans	1	Hado	Bau E-spor	31,56
K14	Erkek	21	Öğrenci	Lisans	1	Hado	Bau E-spor	18,24
K15	Erkek	26	Serbest Meslek	Lisans	10	CS-GO, League of Legends	Anka E-spor	27,55
K16	Erkek	29	E-sporcu	Lise	9	Fifa	Deniz Bank İstanbul WildCast	17,06
K17	Erkek	23	Öğrenci	Lise	5	League of Legends	Team Aura E-spor	22,17
K18	Erkek	32	E-spor Takım Koçu	Lisans	17	Valorant, CS-GO	Fire Flux E-spor	29,55
K19	Erkek	24	Öğrenci	Lisans	8	League of Legends	Team Galakticos	22,32
K20	Erkek	23	Öğrenci	Lisans	6	League of Legends	Bau E-spor	24,01
K21	Erkek	20	E-spor Menajeri	Lisans	6	Valorant	Bau E-spor	27,18
K22	Erkek	21	Öğrenci	Lisans	6	League of Legends	Bau E-spor	18,18
K23	Erkek	21	Öğrenci	Lisans	3	League of Legends	Bau E-spor	23,01
K24	Erkek	36	E-spor Danışmanı	Lisans	23	Quake, Fifa	Deniz Bank İstanbul Wildcast	40,05
K25	Erkek	22	Öğrenci	Lisans	4	League of Legends	Bau E-spor	33,45
K26	Erkek	20	Öğrenci	Lisans	7	Valorant	Bau E-spor	27,29
K27	Erkek	26	Editör	Lisans	10	League of Legends	Bau E-spor	17,52
K28	Erkek	25	Yazılımcı	Lise	14	Valorant	Deniz Bank İstanbul Wildcast	46,13
K29	Erkek	23	Aşçı	Lise	4	Tekken 7	Deniz Bank İstanbul Wildcast	27,46
K30	Erkek	27	Makine Mühendisi	Yüksek Lisans	5	League of Legends	Island Lords E-spor	33,05

Tablo 1'e göre katılımcıların cinsiyetleri eşit bir dağılım göstermemektedir. Katılımcıların çoğunu erkekler oluşturmaktadır. Araştırmanın kendisi ve araştırmacı açısından bu durumun herhangi bir özel nedeni bulunmamaktadır. Katılımcıların ortalama yaşı 24'tür. Katılımcıların yaşı 16 ile 33 arasında değişmektedir. Eğitim durumları incelendiğinde lisans mezunlarının çoğunlukta olduğu ardından lise ve yüksek lisans mezunlarının geldiği görülmektedir. Katılımcıların e-spor sektöründeki deneyim süreleri ortalama 7 yıl olarak

hesaplanmıştır. Katılımcıların %50'sinin öğrenci olduğu, %50'sinin ise farklı sektörlerde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların bir kısmının meslek olarak e-spor sektörü içerisinde yer alması dikkat çekmektedir.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

İlgili araştırmanın konusu e-spor turistlerinin deneyimlerini unutulmaz kılan unsurların açığa çıkarılmasıdır. E-spor turizmi ile ilgili alanyazın incelendiğinde e-spor turistlerinin deneyimleri üzerine yapılmış araştırmaların olmaması ve bu bağlamda e-spor turizm etkinliklerinde oyuncu (aktif katılımcı) pozisyonundaki lisanslı turistlerin unutulmaz turizm deneyimlerini açığa çıkarmayı kapsamaktadır. E-spor turist yoğunluğunun İstanbul'da olması göz önüne alındığında çalışma İstanbul ili ile sınırlandırılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bilgiler, meydana getirilen görüşme formundaki sorular ile sınırlıdır. Zaman, ulaşılabilirlik ve maliyet kısıtları da çalışma grubunun tamamına ulaşmayı engellemiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplamak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. İlk olarak çalışmanın amacına göre yarı yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır. Katılımcılara yüz yüze görüşme talebinde bulunulmuştur. Bazı katılımcılar olumlu dönüş yaparken bazı katılımcılar farklı şehirlerde ikamet ettiklerinden dolayı yüz yüze görüşme için fırsatlarının olmadığını ancak müsait olma durumlarına göre çevrim içi randevu verebileceklerini belirtmişlerdir. Bu doğrultuda yirmi beş katılımcı ile yüz yüze görüşme, beş katılımcı ile çevrim içi görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin ve her bir soruya verilen cevapların birbirini tekrar etmeye başlaması nedeniyle görüşmeler sonlandırılmış ve veri toplama süreci sona ermiştir.

Araştırma problemi ve amacına uygun olarak katılımcılara yöneltilen 8 açık uçlu temel sorular ilgili literatür çerçevesinde oluşturulmuştur (Ceylan, 2015; Soyalp, 2017). Görüşme soruları ise şu şekildedir:

- (1) E-spor turizmi kapsamında (oyun ve seyahat edilen şehir) yaşadığınız deneyimleri nasıl tarif edersiniz?
- (2) E-spor turizmi seyahatinizde hangi etkinlik türlerini ve ilgi çekici yerleri deneyimlediniz?
- (3) E-spor turizmi kapsamında (oyun ve seyahat edilen şehir) yaşadığımız en çok aklımızda kalan şey nedir? Neden?
- (4) E-spor turizm etkinliklerinde hatırladığımız olumlu/olumsuz deneyimler nedir? Neden?
- (5) E-spor turizm etkinlikleri sırasında hissettiğiniz duyguları yorumlar mısınız?
- (6) E-spor turizmde yaşamış olduğunuz deneyimleri başkalarına tavsiye eder misiniz? Neden?
- (7) E-spor turizm deneyimleri beklentilerinizi karşıladı mı?
- (8) E-spor turizmi denildiğinde organizatörlerden ne tür deneyimler beklemektesiniz? Gelişmesi için neler yapılmalıdır?

Verilerin İçerik Analizi

Araştırmada verilerin analizinde, betimsel analiz ile elde edilen görece daha yüzeysel bulguları derinlemesine analiz etmek ve elde edilen veriler arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak amacıyla içerik analiz yöntemi uygulanmıştır (Ayyıldız ve Dinler, 2020; Gürbüz ve Şahin, 2018). En uygun veri toplama yönteminin seçilmesi, içerik analizinin güvenilirliğini sağlamak için önemlidir (Graneheim ve Lundman, 2004).

İlgili araştırmada veri analizi, e-spor turistlerinin deneyimlerini unutulmaz kılan faktörleri açığa çıkarmaya yönelik olduğu için, bu amaçla yapılan içerik analizinde olguyu açıklayabilecek veya genişletebilecek temaların ortaya çıkarılması için uğraşmıştır. Üstelik içerik analizi ile doğrudan anlatımlara yer verilerek, ortaya çıkan temalar çerçevesinde elde edilen bulguların araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılarak açıklanması ve yorumlanması yoluna gidilmiştir.

Geçerlilik ve Güvenirlik

Araştırmada, geçerlilik ve güvenirliliğin sağlanması amacıyla bazı adımlar takip edilmiştir; araştırmanın inandırıcılığını (iç geçerlilik) yansıtmak için literatür taraması ve yarı yapılandırılmış bireysel görüşme yapılarak veri çeşitlendirmesi (data triangulation) öngörülmüştür. Ayrıca araştırmacı tarafından tespit edilip içerik analiz yöntemi ile tasnif edilen anahtar kelimeler, bir alan uzmanının görüşüne sunulmuştur. Alan uzmanının görüşleri doğrultusunda bazı anahtar kelimeler belirlenen temalara eklenmiştir. Anahtar kelimelerin betimsel analizinde araştırmacı ile alan uzmanının ortak görüşü dikkate alınmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılan e-spor turistleri ile yapılan mülakatlar sonucunda elde edilen verilerin içerik analizi ile değerlendirilmesi neticesinde ulaşılan bulgular aşağıda temalar ve alt temalar halinde sunulmuştur. E-spor turistlerinin verdikleri bilgiler değerlendirildiğinde deneyimi unutulmaz kılan unsurlar, hedonizm (hazcılık), yenilik, ferahlık, destinasyon özellikleri, sosyal etkileşim, bilişsel gelişim, hizmet kalitesi ve tanınırlık ile ilgili unsurlar olarak 8 ana ve 29 alt tema altında toplanmıştır. Görüşmelerle ilgili bulgular Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Görüşmeler ile İlgili Bulgular

Temalar	Alt Temalar	Açıklama
Hedonizm (Hazcılık)	Heyecan	İlgili turizm faaliyetlerinin insana sağladığı hazsal duygulardır.
	Eğlence	
	Mutluluk	
	Keyif	
Yenilik	Coşku	Daha önce ziyaret edilmemiş destinasyonların keşfi. Çevrim dışı turnuvalarda elde edilen deneyimler. Ziyaret edilen destinasyona özgü yeni yemek kültürlerinin keşfedilmesidir. Örn: kurbağa bacağı, köpekbalığı çorbası Etkinlik kapsamında yeni oyunlar deneyimlemek. Gündelik hayatın sıradan akışından kaçış halidir.
	Yeni Yerler Keşfetme	
	Offline Deneyim	
	Yerel Yemek Kültürleri	
	Yeni Oyunlar	
Ferahlık	Kaçış	Etkinliklerden maddi anlamda elde ettiği deneyimler. Örn: Para kazanma, ödül vb. Konaklama, ulaşım vb. hizmetler anlamında yaşanan deneyimler. Örn: ev ortamı hissi Turiste genel bir ferahlık verdiği ve zihinsel iyileştirme sağladığı için seyahatinden zevk alma durumu Örn: ruhsal doyum
	Ekonomik Rahatlık	
	Fiziki Konfor	
Destinasyon Özellikleri	Zihinsel Yenilenme	Turistik destinasyona özgü kültürel, tarihi ve doğal çekicilikleri içermektedir. Örn: manzara, mimari yapılar Hava durumu, su ve çevre elementlerini içermektedir. Ziyaret edilen ilgili yöreye özgü yerel yiyecekler. Örn: kumpir
	Kültürel, Tarihi ve Doğal Değerler	
	Coğrafi Özellikler	
Sosyal Etkileşim	Yerel Yiyecekler	Etkinlik kapsamında turistlerin aynı ortamda sosyal etkileşim içerisinde olmaları ve ortak etkinlik içerisinde yer almaları. Örn: yeni arkadaşlar edinme, rakiplerini tanıma, turistik aktiviteler Turistlerin bilgilerinin zenginleşmesiyle sonuçlanan deneyimler. E-spor turizm paydaşlarının e-spor turizmi etkinlikleri kapsamında aynı ortamda yer alması Etkinlikler kapsamında seyircilerle olan ilişkilerden elde edilen deneyimler.
	Sosyallik ve Ortak Etkinlikler	
	Bilgi ve deneyim alışverişi	
	Birleştirici Güç	
	Seyircilerle İletişim	

		Örn: Seyircilerin ilgisi, oyuncu-oyuncu ilişkisi, oyuncu seyirci ilişkisi.
Bilişsel Gelişim	Profesyonelleşme	Etkinlikler kapsamında turistlerin deneyimlerini geliştirme durumu
	Strateji Geliştirme	E-spor turistlerinin turizm anlamında ve oyun bağlamında fikir üretmesi ve taktik geliştirmesi
	Yönetim Becerileri	Belirli bir amaca veya hedeflere ulaşmada etkin olan özellikler veya yeteneklerdir. Örn: ekip çalışması, dil becerisi, kriz yönetimi, zaman yönetimi, duygu kontrolü
Hizmet Kalitesi	Organizasyon Hizmeti	Organizasyon şirketinin teknik anlamda sunmuş olduğu hizmetler
	Fiziki Mekân Özellikleri	Örn: cosplay (kostümlü oyun) etkinlikleri, teknolojik alt yapı, sistem ve donanım
	Ambiyans (Atmosfer)	Örn: arena ve oyun alanları, devasa stadyumlar, seyirci, sunucu, tasarım ve konumlandırma Örn: ortam, seyirci-alan bütünleşmesi, eğlence
Tanımlılık	Değerli Hissetme	Örn: anı ölümsüzleştirme (seyircilerle fotoğraf çekinme), ülkeyi temsil etme, ülkelerin yoğun ilgisi
	Prestij Kazanma	Etkinlikler kapsamında e-spor turistlerinin ün kazanması.
	Kendini Kanıtlama	E-spor başarıları ve ödüller sayesinde aile ve çevredekilere kendini ispatlama hissi

Hedonizm (Hazzcılık) İle İlgili Unsurlar

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, hedonizm (hazzcılık) ana teması altında 5'e ayrılmıştır. Bunlar; heyecan, eğlence, mutluluk, keyif ve coşkidur.

Heyecan

Hedonizm (Hazzcılık) ile ilgili unsurların içerisinde yer alan "heyecan" alt teması ile ilgili katılımcıların görüşleri aşağıda verilmiştir:

"İlk offline kazandığımda aşırı heyecanlıydım... Çünkü ilk defa arkadaşlarımla görüşeceğim. Düşünsenize işte hani 3 senedir bir insanla konuşuyorsunuz hani oyun oynuyorsunuz ama velakin hiç görmemişsiniz, seyirci hiç görmemişsiniz... Özellikle Atatürk'ü çok severim, saygı duyduğum bir insandır, örnek alırım. E-spor sayesinde Dolmabahçe Saray'ını ziyaret ettim. Dolmabahçe Sarayı'na gittiğimde hiçbir zaman unutmuyorum. Tüylerim diken diken oldu. Gerçekten bu duygu yani anlatılamaz benim için." (K2)

"Yurtdışında Almanya'ya gittiğim zaman orada yaşadığım heyecan, orada yaşadığım, gezdiğim, gördüğüm yerler benim için çok daha önemliydi. E-sporcu olarak da kesinlikle çok heyecan verici." (K5)

"Heyecan çok oluyor. Çünkü birçok kişi seni izliyor. Tabi ki bu durum çoğu kişide heyecan yaratıyor. Bende de yaratmıştı. O heyecanı, o duyguları yaşamayan bilemez, anlatamaz, kelimelere dökemezler." (K14)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri, organizasyon kapsamında ilk defa arkadaşlarıyla görüşecek olmalarının, farklı ülkeler görmenin, farklı yerlere gitmenin kendilerinde yaratacağı hazzın, ilk defa bir offline turnuvayı kazanmanın kendileri için heyecan verici olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda seyirci faktörünün kendilerine motivasyon anlamında olumlu yansıdığını, heyecan ve hazzın daha yüksel seviyelere çıkmasının önemini vurgulamışlardır. Öyle ki "K1" ile yapılan görüşmede "tüylerim diken diken oldu" şeklindeki görüşü yaşamış olduğu deneyimin kendisinde yaratmış olduğu heyecanı gözler önüne sermektedir.

Eğlence

"Anı ve eğlence olarak bu tarz gittiğimiz şehirlerarası etkinlikler beni tamamıyla tatmin etti diyebilirim... Bir kere renkli, eğlenceli bir sektör olduğu için genelde gençler var ve eğlenmeyi iyi biliyorlar. Böyle futboldaki gibi, basketboldaki gibi, voleyboldaki gibi, geleneksel sporlardaki gibi çok fazla küfür olmaz, çok fazla arbede yaşanmaz... Eğlence anlamında gittiğim e-spor etkinliklerinin hepsi beni doyurdu." (K4)

“Danimarka’da daha önce çok büyük hayranı olduğum insanlarla turnuvadan sonra After Party’de birlikte karşılıklı eğlendik. İyi vakit geçirdik. Sohbet ettik. O iyiydi.” (K18)

“Birden çok etkinliğin faaliyetinin yapılması inanılmaz heyecan verici oluyor. Çünkü e-sporla birden fazla kişi olduğu zaman çok eğlenebiliyorsunuz her anlamda.” (K24)

E-spor turistleri ile yapılan görüşmede, e-spor turnuva ortamlarının eğlenceli olduğunu, sektörün eğlenceli olduğunu, eğlence anlamında doyuma ulaştıklarını, e-sporun yaptıkları bir iş olmaktan çıkıp eğlendikleri bir iş olduğunu, e-spor ile ilgili insanların olduğunu ve hayranı oldukları insanlarla turnuva sonrasında karşılıklı eğlendiklerini ifade etmişlerdir. E-spor etkinlikleri kapsamında birden çok etkinliğin olmasının heyecan verici olduğunu ve e-sporla birden fazla kişi oldukları zaman çok eğlendiklerini dile getirmişlerdir.

Mutluluk

“Birçok duyguyu içinde barındıran bir alandır e-spor. Hem kaybettiğin zamanda, kazandığın zamanda iki türlü de mutlu oluyorsun, gerek tanıştığın insanlar olsun, çıktığın yerler olsun, sosyal medya mecraları olsun, fotoğraf çekindiğin hayranların olsun. İllaki mutlu oluyorsun günün sonunda. Çalıştığının karşılığını almak beni mutlu ediyor.” (K1)

“Sırf oynadığınız bir oyundan dolayı e-spor etkinlikleri kapsamında turnuvaların düzenlendiği alana gitmek ve farklı şehirler gezmek bana mutluluk veriyor.” (K7)

“Biz Muğla’da düzenlenen turnuvada şampiyon olmuştuk, birinci olmuştuk. Müsabakanın bittiği an şampiyonluğumuzu ilan ettiğimizde çok etkilenmişim, mutluluğumuz yüzümüzden okunuyordu. Büyük ihtimalle hiç unutmam bu anı.” (K14)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri, insanlarla tanışmanın, hayranları ile birlikte fotoğraf çekinmenin, turnuvanın düzenlendiği alanlara ve farklı şehirlere gitmenin, turnuva kapsamında elde etmiş oldukları başarıların, seyirci desteğinin mutlu olmalarında önemli faktörler olduğunu ifade etmişlerdir.

Keyif

“Genelde insanlar izlemek ve keyif almak için katılıyorlar bu organizasyonlara... Hem de e-sporun keyfini çıkartabildik... Hem gezdiğim yerlerden hem de oynadığım turnuvadan çok keyif aldım... Çok keyifliydi kesinlikle.” (K5)

“Gerçekten insanların bu kadar yatırım yapıp, insanların sadece oyun olarak görmeyip bir spor halinde ilerisine taşınmaları ve yatırımlar yaptıklarını görmek, o kadar devasa stadyumlarda insanlara bu deneyimi sağlıyor olmaları çok hoşuma gitti.” (K15)

“Farklı yerlere gidip görmenin yaratacağı haz. Farklı şeyler yaşamının vereceği haz. Farklı ortamlara girmenin vereceği haz. Bunların hepsi iyi hissettiriyor gerçekten.” (K18)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimlerini ifade ederken izleyiciler, farklı yerlere gitme, farklı şeyler yaşama, turnuva ortamını görme ve mücadele etme, farklı ortamda bulunma, bölgenin turizm, yemek ve insan faktörlerini tanıma kavramlarını kullanmışlardır. “K18” deneyimlerinde yaşamış olduğu hazın iyi hissettirdiğini vurgulamıştır.

Coşku

“En çok aklımda kalan şampiyon olduğumuz an diyebilirim. Çünkü orada bir ilki başaracaktık. İlk Türkiye Şampiyonu olacaktık. İki koçumuz vardı ve bizlere koşuyordu. Birlikte hopladık, zıpladık. Ve birlikte şampiyonluk kupasını kaldırdık.” (K11)

“Arapların olduğu taraflarda Katar’da, Lübnan’da, Hindistan’daki finallerde acayip bir coşku var ve ben o anı unutamıyorum. Oradaki nüfus o kadar kalabalık ve o aşamadaki oyuncu onlar için çok kıymetli oluyor.” (K28)

“Aklımda en çok kalanlardan bir tanesi Polonya’ydi. Çünkü Polonya’daki turnuvada çok iyi bir sonuç aldım. Onun verdiği bir coşku vardı. Kendi grubumu birinci bitirmiştik. Çok güzel bir deneyimdi. İlk defa bir Türk oyuncu Avrupa’da ülkesini temsil ediyordu.” (K29)

Araştırmaya katılan katılımcılar deneyimlerinde coşku yaşamalarında, turnuva kapsamında elde ettikleri başarı ve şampiyonluk duygusu gibi faktörlerin etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar deneyimlerinin unutulmaz olduğunu vurgulamışlardır.

Yenilik İle İlgili Unsurlar

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, yenilik ana teması altında 5'e ayrılmıştır. Bunlar; yeni yerler keşfetme, offline deneyim, yerel yemek kültürleri, yeni oyunlar ve kaçışdır.

Yeni Yerler Keşfetme

“Her seferinde yeni bir şey görüyordum farklı semtleri bile gezmek unutulmaz bir deneyimdi benim için. O yüzden hiç görmediğim yerleri gördüm ve farklı yemekler tattım e-spor turizmi sayesinde.” (K3)

“İstanbul'da gitmiş olduğum turnuva benim en aklımda kaldı. Çünkü ilk defa İstanbul'a geliyordum. Ve hiç bilmediğim bir şehir...” (K19)

“Takım İstanbul'u gezmek istemişti. Onlarla beraber hayatımda ilk kez Eminönü, Bakırköy taraflarını gezmiştik. Anadolu yakasını gezme fırsatım oldu.” (K30)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimlerini ifade ederken yeni yerler görme, yeni yerler keşfetme, yenilik içinde bulunma, farkı ülke ve farklı kıtalarda bulunma kavramlarını kullanmışlardır. Katılımcılar turnuva kapsamında yeni yerler keşfettiklerini, ilkleri yaşadıklarını ve gitmiş oldukları yerlerin etkileyici olduğunu belirterek, deneyimlerin akılda kalıcı olduğunu ve farklı yerlerde bulunmanın deneyimlerini arttırdığını ifade etmişlerdir.

Offline Deneyim

“...Bence offline ve online turnuvayı yan yana koyarsak, tabi burada işin içine turizmde giriyor. Tecrübe anlamında oyuncu için offline turnuva daha kıymetlidir... İstanbul Adex'te yapılan bir turnuvada turnuvanın favori takımına karşı ben 40 vurmuştum bir maçta. Belki de tüm turnuvalarda oynayabileceğim en üst düzey oyunu o takıma karşı oynadım. Onu hiç unutmam...” (K4)

“O devasa arenayı görünce tüylerimiz diken diken oldu. Çünkü ilk yurtdışı offline turnuvası deneyimimiz olacaktı. İlk tecrübemiz olacaktı.” (K6)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri, e-spor turizm etkinliklerindeki offline deneyimlerinin kendileri için paha biçilemez ve kıymetli olduğunu, ilk offline deneyimleri olduğunu ve bu deneyimlerin kendileri için unutulmaz olduğunu ifade etmişlerdir.

Yerel Yemek Kültürleri

“Biz en uzaktan geldiğimiz için bizim şerefimize ve bize özel bir yemek düzenlendi. Türk takımına özel. Orada kurbağa haşlama vardı. Kurbağa böyle olduğu gibi duruyordu... Yemek konusu Şangay'da biraz sıkıntılıydı... O mekânın da spesifik yemeği kurbağa bacağı. Ama kurbağa bacağı tabi böyle işte tavuk budu gibi aslında. Sadece Çin'in değil Fransa'nın da en meşhur yemeği kurbağa bacağı.” (K18)

“Hong Kong'da yemek konusunda ben özellikle Asya kültürünü merak ediyordum. Ama hiç bana göre değilmiş. En azından onu söyleyebilirim. Yemek yiyemedim diyebilirim.” (K19)

“Yemekler çok farklı... Organizasyon tüm takımları bir yemeğe götürmüştü Çin Restoranına. Oradaki deneyimler çok güzeldi. Orada masadaki görgü kuralı ya da gelen yemekler. Çünkü bizim masaya gelen yemeklerden hiçbirini Türkiye'de yememiştik. Yemek açısından çok fazla şey kattı ve o gerçekten güzel bir deneyimdi. Yemekleri çok ilginç geldi... Kızarmış tavukların ballısını yemiştik. Hiç yememiştik daha önce. Köpek balığı çorbası vardı ve hayatımda yediğim en lezzetli çorbaydı. Çok farklı lezzetler vardı.” (K20)

Araştırmaya katılan katılımcılar deneyimlerini ifade ederken, likörlü çikolata, domuz yağı ile yapılmış çikolata, kurbağa haşlama, kurbağa bacağı, köpek balığı çorbası ve kapuskalı döner kavramlarını kullanmışlardır. “K20” ilk defa yediği köpekbalığı çorbasının hayatında yediği en lezzetli çorba olduğunu vurgulayarak memnuniyetini dile getirmiştir. “K19” ve “K18” Şangay ve Asya kültürünün yemeklerinin sıkıntılı ve kendilerine göre olmadığını belirterek olumsuz deneyim yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Yeni Oyunlar

“Yeni çıkan bir oyunu deneyimledim. O zamanlar Pubg oyunu çıktı ve onu deneyimledim. O alanda turnuvanın haricinde bir fuar olduğu için o fuarda yeni çıkan bir oyunun lansmanı, Jazpens etkinliğine katılmışım mesela, dans etmişim. O fuarın içerisinde final fantasy oyununu ilk kez orda deneyimlemişim.” (K18)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri katılmış oldukları e-spor turizm etkinliklerinde organizasyon alanlarında turnuva dışında stage alanlarında farkı oyun türlerini deneyimlediklerini ve bu alanların her zaman kendileri için ilgi çekici olduğunu, ayrıca oyun dışında Jazpens gibi dans etkinliklerine katılarak dans ettiklerini ifade etmişlerdir.

Kaçış

“...Turnuva olmadığı zamanlarda sürekli evdesiniz ve hayatınız monoton olabiliyor. Bir turnuvaya gitmeye hak kazanınca bunun heyecanı çok fazla oluyor. Çünkü hep onu düşünüyorsunuz. Şu an buradayım ama daha sonra farklı ülkelere farklı şehre gideceğim. Orada mücadele edeceğim. Orada yeni yerler göreceğim...” (K20)

“E-sporcuların hayatı biraz daha rutin oluyor. Benim biraz daha farklı ama e-spor kanısı içerisinde biraz rutin oluyor. Oyuncular için farklı şehre gitmek, farklı ülkeye gitmek oyunculara farklılık katıyor... Rutinin dışına çıkmakta enerjimize olumlu olarak yansıyor.” (K22)

“Offline olduktan sonra e-spor etkinlikleri çok daha eğlenceli oldu ve rutin hayatımızdan çıkmış olduk. Bu bir kaçış aslında.” (K23)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri turizm deneyimlerini ifade ederken, rutinin dışına çıkma, turnuva kapsamında çevreyle etkileşimli olma, farklı şehirlere ve farklı ülkelere gitme, turnuva kapsamında yaşamış oldukları heyecan ve eğlence, yeni yerler görme, mental ve fiziksel olarak rahatlama kavramlarını kullanmışlardır. Araştırmada e-spor turistleri deneyimleri için bu kavramları kullanmaları aslında e-spor turistlerinin yeni bir sosyal çevreye ne kadar ihtiyaç duyduklarını gözler önüne sermektedir. Ayrıca e-spor turistleri normal hayatlarının monoton geçtiğini, turnuva dışında sürekli evde olduklarını ve normal bir günde yaşadığının beyaz yakalı insanların gününden farklı geçmediğini, offline turnuvalarının oyuncular açısından rutinin dışına çıkmada önemli bir etken olduğunu dile getirmişlerdir.

Ferahlık ile İlgili Unsurlar

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, ferahlık ana teması altında 3'e ayrılmıştır. Bunlar; ekonomik rahatlık, fiziki konfor, zihinsel yenilenmedir.

Ekonomik Rahatlık

“Gerek ödül parası olsun gerek o gece yatarken hayal ettiğim sahneler ve duygular olsun çok kıymetli idi.” (K1)

“Zaten organizasyondan çıkıyor bizim bütün masraflarımız. Sizin orada yapacağınız her şeyde ücret biraz daha az oluyor. Hem ondan hem de daha rahat oluyorsunuz yani e-spor turizmi kapsamında.” (K23)

Araştırmaya katılan katılımcılar deneyimleri ile ilgili e-spor turizmi etkinlikleri kapsamında ödül parası, ödül kazanma, para kazanma ve ekonomik rahatlık kavramlarını ifade etmişlerdir.

Fiziki Konfor

“Bizi evimizde gibi rahat hissettirmelerini hiç unutmuyorum. Turizm bağlamında konaklayacağımız rahat bir yer, bizim temel ihtiyaçlarımız, işte barınma olsun, yiyecek olsun, içecek olsun. Bu tarz basit şeyler yani temel ihtiyaç diyebilirim.” (K1)

“Konforlu bir istirahat alanınızın olduğu, her şeyin sizin dışınızda organize edilmiş ve size çok fazla yük bırakılmamış bir organizasyondur.” (K30)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimleri ile ilgili evdeki gibi rahat hissettirme, rahat konaklama alanları, temel ihtiyaçlar, barınma, yiyecek, içecek ve konforlu istirahat alanı kavramlarını ifade etmişlerdir.

Zihinsel Yenilenme

“Bir konumdan bir konuma giderken o aradaki geçen süreç bana zihinsel anlamda bir yenileme veriyordu. Ayrıca oradaki oyun atmosferi de tamamıyla ruhsal anlamda bir doyum sağlıyordu... Yeni insanlarla yeni oyuncu figürleriyle yeni karakterlerle tanışmak beni çok zinde tutuyordu. Çünkü sürekli odaklanmak sürekli geliştirmek, oyun mantalitesinden seni uzaklaştırıp tamamen bir şekilde seni konsantre edip kişisel gelişim anlamında bir katkı sağlıyordu bana. Bir yere gittiğin zaman bir yeri keşfederken oyun oynamaktan geri kalmıyorsunuz. Çünkü bu hayatın bir parçası ve seni güncel anlamda eğlendiren bir şey. Bu eğlence devam

ederken yeni insanlar, yeni ortamlar, yeni deneyimler mutlaka sana işliyor ve seni sürekli güncel tutuyor. Yaşadığını fark ediyorsun.” (K15)

E-spor turistleri ile yapılan görüşmede, e-spor turizmi kapsamında seyahat sürecinin, oyun atmosferinin, yeni insanlarla, yeni oyuncularla, yeni karakterlerle tanışmanın zihinsel anlamda bir yenileme sağladığını ve ruhsal anlamda bir doyum yarattığını ifade etmişlerdir. Yeni insanların, yeni ortamların yeni deneyimler kazanmanın insanları etkilediğini ve sürekli olarak güncel tuttuğunu dile getirmişlerdir.

Destinasyon Özellikleri ile İlgili Unsurlar

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, destinasyon özellikleri ana teması altında 3’e ayrılmıştır. Bunlar; kültürel, tarihi ve doğal değerler, coğrafi özellikler ve yerel yiyeceklerdir.

Kültürel, Tarihi ve Doğal Değerler

“O şampiyonluğumuzdan sonrasında bizi Galata’ya çıkarttılar hep beraber o an unutulmazdı yani. Çünkü ilk şampiyonluğumdum. Galata Kulesini hiç görmemişim ve benim için çok büyük bir ödüldü. Yani aldığım paradan daha önemli bir ödüldü diyebilirim... Hem ülkemizi tanıyorlar hem e-spor kültürümüzü hem de turizm kültürümüzü görmüş oluyorlar aynı zamanda.” (K3)

“Muğla’da benim ilgimi çeken tek yer merkezi bir alana iniyorsun, orada barların, sokakların olduğu bir yer var. Barlar çok eski bir yapıya sahipti. Yan yana bütün barlar toplanmıştı. Otantik bir yapısı vardı.” (K13)

“Farklı şehirlerde bulunan farklı yapıları da görmek hayatıma güzel bir tecrübe katıyor... Farklı kültürleri test edebiliyor olmak, hayatıma kattığı deneyimleri tecrübe ediyor olmak çok iyi bir şey. Sonuç olarak farklı bir ülkeye gidiyorsun. Ve o ülkenin farklı bir kültürü var... Gece hayatı ve farklı kültürlerin hep orada olması.” (K18)

“Otelimiz ters bir yerde kalıyordu. Şehrin biraz dışında kalıyordu. Manzarası çok güzeldi. Hem yeşillik alanı hem de okyanusu görüyordu. Doğal güzellikler olarak da okyanus gördük. Doğal güzellik açısından çok etkileyiciydi... Hong Kong’ gitmek, Asya’nın kültürünü görmek ilgimi çekmişti.” (K20)

“İspanya’da, Çek Cumhuriyeti’nde oraların kültürlerini keşfetmek inanılmazdı. E-spor da bir turnuva amacıyla gidiyorsunuz ama bir ülkeyi tanıyorsunuz. Çek Cumhuriyeti’ne gittim. Ve tarihi yapıları, mimarisi çok güzeldi.” (K27)

Yapılan görüşmeler sonucunda e-spor turistleri deneyimlerini ifade ederken e-spor ve turizm kültürü, otantik yapılar, farklı kültürleri keşfetme, manzara, doğal güzellikleri, tarihi yapılar, mimari ve yapı planlaması kavramlarını kullanmışlardır. Katılımcılar gittikleri yerlerin tarihi yapıları, mimarisi, doğal güzellikleri, yapı planlaması hakkında övgüyle söz ederek memnuniyetlerini ve deneyimlerinin unutulmaz olduğunu ifade etmişlerdir.

Coğrafi Özellikler

“Şangay’da yaşamış olduğum deneyimim çok akılda kalıcıydı. Çünkü çok farklı şeyler yaşadım. Uçaktan inerken hava kirliliğinden ötürü maske verdiler. Daha sonra yolda yürürken 80 katlı binanın bilmem kaçınıcı katından çöp attılar ve tam önümüze düştü çöp torbası. Bu tarz şeyler gördüm.” (K18)

“Coğrafi açıdan Türkiye Hong Kong’a göre gayet iyiymiş. Onun değerini anlamış olduk. Havası çok nemliydi. Bir kapalı alandan açık bir alana geçtiğimizde gözümü direk buğulanıyordu. Havası direk bizi öldürdü yani. Nemden dışarıda duramıyorduk. Hep klimalı alanlarda duruyorduk. Türkiye ile hiç alakası yok.” (K19)

“Arapların olduğu kısımlarda da bir yere çıkma imkânın yok. Hava sıcak oluyor. Çıktığınız zamanda ortamda biraz yabani karşılanıyorsunuz. Çünkü Araplar günlük kıyafetlerinde ince giyiniyorlar. Biz orada gömlek, tişört veya şortla gezerken çok fazla dikkat çekiyoruz ve çok fazla insan bize bakıyordu. Yeri geldiğinde laf atan bile oluyordu mesela. Lübnan’da başıma bu olay gelmişti. Arkadaşıma laf atıldı. Arkadaşım şort giydiği için Lübnan’ın yerlileri bu şekilde giyinmeniz haram şeklinde konuşmalar yapmıştı.” (K28)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri, “sıcak hava”, “hava kirliliği”, “havanın nemli olması” ve “çöp torbası” gibi kavramları kullanarak olumsuz deneyimleri ile ilgili görüşlerini ifade etmişlerdir. “K18” havanın sıcak ve kirliliğini, “K19” havanın nemli olduğunu dile getirmişlerdir. Ayrıca “K28” Lübnan’da arkadaşına şort giydiği için laf atıldığını, yerlilerin giyinme tarzları ile ilgili olumsuz yönde eleştirel yaklaşıklarını vurgulamıştır.

Yerel Yiyecekler

“2008’de Rusya’ya gittiğim zaman arkadaşım dindar birisiydi. Arkadaşım helal kesim olmayan bir şeyi yemek istemediği için orada kaldığımız 5 gün boyunca sadece muz yedi. Başka herhangi bir şey yemedi. Yerel yiyecekleri tercih etmeyip bunu görmek çok değişik bir duyguydu.” (K18)

“Gittiğiniz ülkelerde çok fazla kültürel bir yemek yiyemiyorsunuz. Çünkü çok farklı yerlerden çok farklı insanlar geliyor. Ve bu gelen oyuncuların metabolizmalarının etkilenmemesi için genellikle kendi kültürlerine ait yemekler yiyorlardı. Ya da ortak kültür yemekleri oluyordu mesela. Asya kıtasında kültürel yemekleri mutlaka tattırıyorlar... Yemek kısmını olumsuz olarak söyleyeceğim. Öyle bırakılıp gidiliyor. Mesela ilk başlarda tazeysen yerseniz yersiniz. Daha sonra yemekler kuruyor. Türk kültüründe olduğu gibi çok fazla yağlı yemekler değil. O yüzden kurumaya daha meyilli. Daha çok su odaklı. Aç kalma durumlarımız oluyor.” (K28)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimlerini ifade ederken helal kesim, yerel yiyecekler, et yemekleri, kültürel yemekler ve ortak kültür yemekleri kavramlarını kullanmışlardır. “K18” arkadaşının helal kesim olmayan bir şeyi yemek istemediğini ve 5 gün boyunca muz yediğini, “K28” gittikleri yerde ortak kültür yemekleri yediklerini ifade etmişlerdir.

Sosyal Etkileşim Unsurları

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, sosyal etkileşim ana teması altında 4’e ayrılmıştır. Bunlar; sosyallik ve ortak etkinlikler, bilgi ve deneyim alışverişi, birleştirici güç ve seyircilerle iletişimidir.

Sosyallik ve Ortak Etkinlikler

“Mesela sosyal olarak yaşadığım güzel deneyimlerden diğer bir tanesi Kore’ye gittiğim zaman Kore’de bir yeri arıyorduk, bulamadık. Birilerine soralım dedik belki biliyorlardır diye. Çünkü Google Haritalarda çıkmıyordu. Orada mesela şöyle bir şey öğrendim. Biz onlara Kore Savaşında yardım ettiğimiz için bütün Güney Korelilere eğitim öğretimin en başından itibaren bu bilinç aşılanıyor ve biz Türklere karşı inanılmaz bir sempati duyuyorlar. Biz birisine sorduğumuz zaman şu adrese nasıl gidebiliriz diye, sorduğumuz Güney Koreli bize adresi tarif etmedi ve kendisi sorduğumuz adrese kadar bize eşlik etti. Sonra bize dönüp dedi ki; siz bize zamanında geldiniz ve yardım ettiniz, bizim hayatımızı değiştirdiniz, ülkemizi kurtardınız, bu benim yaptığım size hiçbir şey. Biz size çok minnet duyuyoruz. Kardeşimizsiniz vs. demişti. Bu Güney Kore’de yaşadığım güzel bir deneyimdi.” (K18)

“Asosyal bir insandım. Bu turnuvalarla birlikte insanlarla etkileşim halinde oldum. Hepsinde birçok insanla tanıştım. Çok arkadaş edindim. İnsanlarla etkileşim kurdum. Çinli insanlarla tanışmış olduk.” (K19)

“League of Legends oynarken diğer oyuncular yanımıza geliyordu. Onlarla selamlaşıyorduk. Aramızda tatlı atışmalar oluyordu. Yeni insanları tanıyıp onlarla etkileşimde bulunabiliyoruz. Oradaki etkileşim çok güzeldi ve diğer ülkelerden gelen oyuncularla çok iyi anlaşmıştık ve kaynaşmıştık... Portekiz’den çok arkadaş edinmiştik. Yani o turnuva çok güzeldi... Olumsuz olarak şöyle diyebilirim; turnuvanın süresine bağlı olarak biraz turistik aktivitelerden geri kalınabiliyor genel olarak e-spor turnuvalarında.” (K20)

“Katıldığımız her turnuvada hep yeni insanlarla tanışıyoruz ve hep yeni büyük oyuncular geliyor. Turnuvalarda kendimden belki de çok daha iyi oynayan, efsanevi oyuncularla tanışmam ve onların bana söyleyeceği oyun karakteri hakkındaki deneyim benim için çok önemli mesela. Yabancı arkadaşlarım oldu mesela. Aslında en büyük deneyimim o benim için. En büyük deneyimim diyebilirim ki; gittiğim ülkede insanlarla tanışmak, kaynaşmak diyebilirim... En önemli olan benim için turnuvalarda yeni insanlarla tanışmak, yeni yüzler görmek. Herhangi bir turnuvaya katıldığım zaman pozitif hissediyorum. Çünkü ülkemi temsil ediyorum. Yeni yüzler ve yeni insanlarla tanışıyorum.” (K29)

“Takım oyuncuları ile aynı şekilde bireysel vakit geçirebilmemiz için zaman ayırdılar. Onların arasında güzel bir etkileşim oldu. İnsanlarla iç içe oluyorsunuz... Onun dışında sponsor firmaların yaptığı birden fazla seyircili etkileşimli oy verdiği eğlenceli etkinlikler olmuştu. Tabi en çok sevdiğimiz kısım yemek etkinliğiydi... İnsanlarla ilk defa iç içe olduk. Genelde internet üzerinden platformlarda yayın yapıyordu ve sadece sizin için sanal ortamda sohbet kısmına yazan insanların bir takma isim olduğunu düşünüyorsunuz çoğu zaman. Çok umursamıyorsunuz yüz yüze görüşmediğiniz için. Ama etkinlikte karşılaştığınızda o kalabalık ortamda insanlarla ister istemez bir bağ oluşturuyor sizde. Ve yorgunluğunuz geçiyor.” (K30)

Araştırmaya katılan katılımcılar deneyimleri ile ilgili insanlarla iletişim, yeni insanlar tanıma, yabancı oyuncularla tanışma, aynı atmosfer içinde bulunma, birlikte oyun oynama ve tecrübeler elde etme,

sosyalleşme, iletişim, farklı etkileşimler, birlikte sevinme, anı, dostluk ve arkadaşlık biriktirme, insanlarla kaynaşma, birlikte hareket etme kavramlarını kullanmışlardır. “K30” internet üzerinden platformlarda yayın yapıldığını ve yayında iletişim halinde oldukları insanlarla e-spor turizmi etkinlikleri aracılığıyla aralarında bir bağ oluştuğunu dile getirmiştir. “K29” herhangi bir turnuvaya katılmanın kendisine pozitif hissettirdiğini ifade etmiştir. “K20” ise turnuvanın süresinden kaynaklı turistik aktivitelerden geri kalındığını belirterek olumsuz anlamda bir görüş ifade etmiştir. “K19” asosyal bir insan olduğunu, turnuvalar sayesinde insanlarla etkileşim halinde olduğunu ve birçok insanla tanıştığını vurgulamıştır.

Bilgi ve Deneyim Alışverişi

“Çok tecrübe kattı bana kesinlikle ve çok fazla şey öğrenmemi sağladı. Stres kontrolünü oradaki heyecan kontrolünü, insanlara nasıl hitap edilir, nasıl konuşulur veya takım arkadaşlarımdan başka insanlara nasıl davranmalısın, galibiyet anında veya mağlubiyet anında neler hissedersin... Bir şeyler öğrenmek amacıyla oralarda bulunuyoruz. Bilgi alışverişi, deneyim alışverişi yaparsak o kadar rahat yükseliyoruz. Kendimiz geliştirmek adına çok daha önemli bu tecrübe...” (K5)

“Gündelik yaşamdan da sana bir şeyler katmış oluyor. Ayrıca oyun bilginde artıyor tabi. Farklı şehirlerdeki farklı oyuncularla oynayarak oyun içerisindeki yeteneğin de geliyor.” (K15)

“...Onun oynadığı karaktere karşı oynarsam bu da onun deneyimi oluyor. O deneyimini bana anlatabiliyor ve bu benim için önemli bir deneyim oluyor. Maç içinde iki deneyim öğrenmiş oluyorum. Hem rakibimi hem de bana anlatacağı karakteri. Onun haricinde oyunu bilmeyen insanlara deneyimi anlatmak farklı oluyor.” (K29)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimlerinde, deneyim alışverişi, bilgi alışverişi, öğrenme, oyun bilgisi kavramlarını kullanmışlardır. E-spor turistleri, e-spor turizm etkinliklerinde yaşamış oldukları deneyimleri hem oyun anlamında hem de turizm bağlamında ilişkilendirerek bilgi edindiklerini, deneyimlerini birbirlerine aktardıklarını ifade etmişlerdir.

Birleştirici Güç

“Etkinliklerde hatırladığım olumlu durumlar e-sporun birleştirici gücü olabilir. Ünlü yayıncılar da geliyor. Şirketler geliyor etkinliklere. Bunların hepsi bir alanda birleşmiş oluyor. Aslında turizm kapsamında markalar ve kişiler turnuvaların düzenlendiği yerlere yolculuk yapmış oluyor. Orada birleşiyor.” (K4)

“E-spor sadece bir oyun değil yani. E-sporun birleştirici yönü de var... Yani sadece bir oyun değil. Bunun içerisinde rekabet, spor, arkadaşlık, duygular, refleksler, ödüller, üzüntüler var. Çok kompleks bir yapı... Turnuvalar bittikten sonra o sevinç, üzüntü, o birliktelik, arkadaş ortamı tamamen bağlayıcı bir his veriyor.” (K15)

“Benim için önemli olan ödül değil, insanları birleştirebilmek. Bu tarz etkinlikler daha fazla yapılırsa oyuncular gelecektir ve oyuncuların deneyimi gelişecektir.” (K29)

Araştırmaya katılan e-spor turistlerinin birçoğu deneyimlerini ifade ederken “birleştirici güç” kavramını kullanmışlardır. “K15” e-sporun sadece bir oyun olmadığını, kompleks bir yapı olduğunu ve içerisinde rekabet, spor, arkadaşlık, duygular, refleksler, ödüller, üzüntüler olduğunu vurgulamıştır. “K4” e-spor turizm paydaşlarının geldiğini ve turnuva kapsamında birleştiğini ifade etmiştir. “K29” ise kendileri önemli olan noktanın insanları birleştirmek olduğunu dile getirmiştir.

Seyircilerle İletişim

“Her ne kadar Londra’da tek Türk olsam da İngilizce bildiğim için oradaki seyirci ve oyuncularla çok rahat anlaşabildim. Kendimi ifade edebildim. O insanlar da beni baya merak ettiler hem normalde basketbolcu olduğum için hem de güncel hayatımı merak ettiler. Orada insanlarla güzel bir birliktelik yaşadık.” (K7)

“Seyircilerle iletişim genelde olumlu yönde oluyor. Çünkü sizi seyirciler turnuva kapsamında örnek bir kişilik olarak görüyorlar... Fakat olumsuz olarak taraflarda da genelde bazı ülkelerde günümüzün sorunlarından olan ırkçılık gibi durumlar yaşamak.” (K21)

“İnsanlarla ne kadar çok konuşursanız ardına rahatlama hissiyatı geliyor. Bu takım arkadaşların olabilir, diğer takımdan oyuncular olabilir, seyirciler olabilir. Birileri ile konuştuğun zaman rahatlama hissiyatı. Sadece izlenip, takip edilmesi, rahatlama verilmesi oldukça motivasyon sağlıyor.” (K28)

“Seyircilerin çok cana yakın olduğunu söyleyebilirim. İnsan ilişkileri konusunda kültürler arası insan ilişkileri konusunda bakış açısı kattı diyebilirim. Çünkü sadece kendi ülkemizin insanları yoktu orada. Yabancı ülkeden insanlar da vardı. Onlar bizim ülkemizin insanlarına göre daha çok sıcak davranıyorlardı. Çünkü ülkelerindeki e-spor popüleritesi Türkiye’den fazla ve bilindik seviyede.” (K30)

Araştırmada katılımcılar turizm deneyimlerini ifade ederken, insanların ilgisi, seyirci desteği, motivasyon, ırkçılık, seyircilerle bütünleşme ve seyircilerle iletişim kavramlarını kullanmışlardır. Seyircilerin motivasyon anlamında kendilerini olumlu manada etkilediklerini ifade etmişlerdir. “K21” seyircilerle genel anlamda olumlu yönde iletişim kurduklarını ancak olumsuz deneyim olarak günümüzün sorunlarından olan “ırkçılık” konusuna da vurgu yapmıştır.

Bilişsel Gelişim ile İlgili Unsurlar

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, bilişsel gelişim ana teması altında 3’e ayrılmıştır. Bunlar; profesyonelleşme, strateji geliştirme, yönetim becerileridir.

Profesyonelleşme

“Rıdvan DİLMEN gibi düşünebilirsin benim rolümü. Mesela futbolcu olarak direk mutfaktan gelmiş sokaktan. Ondan sonra sahaya adım atmış. O anda amatördü. Ancak sonrasında profesyonel olarak Fenerbahçe’ye kadar çıkmış. İşte günümüzden de örnek verebiliriz futbolculardan. O yüzden benim durumum öyle. Direkt oyuncu olarak başlayıp internet kafelerden, sonrasında küçük çaplı mahalle turnuvalarından vs. derken şimdi yöneticiliğe geçtim.” (K4)

“Benim için eşsiz bir yeri var. Çünkü hem oyunu hem de gelişmeyi bir arada sağlıyor e-spor. Bunu turizm şeklinde farklı bir yerlerde, farklı şehirlerde veya farklı konumlarda bir araya getirdiğin zaman kişisel ve mesleki gelişim diyebilirim tamamıyla. Tecrübe ve profesyonelleşme benim için.” (K15)

“Profesyonelliğe geçtiğinizde bu işi artık bildiğin için o ambiyansa alıyorsun ve oyuncular o alana girdiği zaman, o maça girmeden önce kendi algılarını kapatıp işine odaklanıyor... Aslında e-spor oyuncuları ciddi anlamda profesyonel. Yani bir futbol, basketbola göre daha profesyonel. En azından bir centilmenlik statüsü var. Bir sınır çizgisini biliyor. Karşısındaki oyuncuya saygı durumu söz konusu.” (K24)

Katılımcılar görüşmelerde geleneksel sporlardan örnekler vererek buldukları pozisyonlarda zamanla profesyonelleştiklerini, e-sporun geleneksel sporlara nazaran daha profesyonel olduğunu, kişisel ve mesleki açıdan gelişme sağladığını, farklı takımlardan iyi oyuncularla oynamanın kendilerinde özgüven duygusunu oluşturduğunu ve oyun anlamında gelişme sağladığını ve yaşamış oldukları deneyimlerin gelecekteki hakkında fikir üretmelerine olanak sağladığını ifade etmişlerdir.

Strateji Geliştirme

“Bana büyük bir tecrübe kattı. Benim geleceğimle alakalı bir fikir üretmemi sağladı. Çünkü bu ülkede kalırsam yapacaklarım ile oraya gidersem yapabileceklerim gözümün önüne geldi orada.” (K5)

“Yabancı oyuncularla tanışıp, onlarla birlikte İngilizce konuşarak ve İngilizcenin geliştirip bir yandan da yabancı oyuncuların öğrendiğimiz oyun içi hareketlerle kendi oyunumuza ilişkin stratejiler geliştirebiliriz.” (K6)

“Her takıma ne yapabiliriz, hangi taktiği uygulayabiliriz, diğer takımlar hangi taktikleri uyguluyor, sonra oyuncu profillerini çıkartmıştık... Ciddi taktikler geliştirdik.” (K11)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimlerini ifade ederken, fikir üretme, taktik geliştirme ve strateji geliştirme kavramlarını kullanmışlardır. E-spor turizm deneyimlerinin kendilerine hem turizm hem de oyun anlamında fikir üretebilmelerine, strateji ve taktik geliştirebilmelerine, aynı zamanda dil öğrenimlerine olanak sağladığını söylemek mümkündür.

Yönetim Becerileri

“Bana öncelikle stres ve kriz yönetimi kontrolü kattı... Ayrıca dediğim gibi stres kontrolü ve oyun tecrübesi bunlar en önemli şeyler.” (K5)

“Duygu patlaması yaşıyoruz. Biz taktik geliştiriyoruz, düşünüyoruz. Bir oyun bir saat sürüyorsa bir saat boyunca konsantre olmaya çalışıyoruz. Ve aynı şekilde duygularımızı kontrol etmeye çalışıyoruz.” (K10)

“E-sporun beni çok geliştirdiğini düşünüyorum. Ekiple birlikte bir hedef koyduğün için ekip çalışmasını da öğreniyorsun. Onun dışında duygularını kontrol etmeyi, soğukkanlı kalmayı öğrenebiliyorsun. Kaybetmeyi öğreniyorsun. Hayatını planlamayı öğreniyorsun. Zaman planlaması yapmayı öğreniyorsun” (K26)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimlerinden bahsederken, “stres ve kriz yönetimi kontrolü”, “duygu kontrolü”, “ekonomi yönetimi”, “kişisel analiz yeteneği”, “ekip çalışması” ve “planlama yapmayı öğrenme” kavramlarını kullanmışlardır. Aynı zamanda bu deneyimlerin katılımcılara öğrenme deneyimi sağladığını söylemek mümkündür.

Hizmet Kalitesi ile İlgili Unsurlar

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, hizmet kalitesi ana teması altında 3’e ayrılmıştır. Bunlar; organizasyon hizmeti, fiziki mekân özellikleri, ambiyans (atmosfer) olarak belirlenmiştir.

Organizasyon Hizmeti

“İstanbul’da olan oyuncular daha şanslıydı. İnternet bile orada daha hızlı baktığımız zaman... E-spor turnuvalarında sadece maçlar olmuyor. Kostüm oyunları (Cosplay) da olabiliyor... Medya tarafı olsun, turizm tarafı olsun, reklam tarafı olsun bizde tam oturmadı.” (K4)

“Kesinlikle eşsiz. İki üç kere e-spor turnuvasında bulundum. Birinde sadece izlemeye gittim. Londra’daki çok güzeldi. Çünkü hem bizi davet etme şekilleri hem havalimanından özel hizmetler, otelimiz, gidişimiz gelişimiz olsun, restoranlar vs. olsun, hakikaten çok güzel bir organizasyondur. Onun için eşsizdi... Sürekli kenarda büfesiyle, maç aralarında sohbetleriyle, interaktif olaylarla bence aynı gerçek basketbol maçına gitmiş gibi insanları orada ağırlayabilecek bir organizasyondur.” (K7)

“Olumlu olarak her zaman etkinliği yapan insanların profesyonel olması, gittiğimiz zaman havalimanından profesyonel rehber tarafından karşılanmamız, otele kadar yerleştirilmemiz... Rehberinin sürekli seninle ilgilenmesi olumlu şeyler.” (K18)

“Bilişim sektöründen sonraki dünyada yaklaşık 38 farklı meslek dalına dokunabilen en büyük sektör e-spor sektörü... Negatif durumlarda ise organizasyonu yapan şirketlerin bazı durumlarda bu olayları tam bilemediği için tanıdıkları eşlerini veya dostlarını e-spor takımı olarak tanıtıp, oraya özel davetiye verilip girmesi veya o organizasyonu kaybetse bile tekrardan organizasyona katılım hakkı vermesi, adaletsizlik durumları...” (K24)

“Bir deneyimin olumlu veya olumsuz olabilmesi için seni oraya davet eden organizasyonun turnuvayı ne kadar planladığı ile alakalı bir durum. Örnek vermek gerekirse; siz turnuvanın düzenleneceği alana ne kadar erken giderseniz çok fazla saat beklemek zorunda kalırsınız. Çok fazla saat orada beklemek açlık, yorgunluk vs. gibi sorunlara yol açıyor. Arkadaşlarımdan konaklama sorunu yaşayan oldu gittikleri yerlerde.” (K26)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri, ekipman sıkıntısı, internet hızı ve alt yapısı, şehrin alt yapısı, organizatörlerin yeterli bilgiye sahip olamaması, organizatörlerin sorumsuz olması, konaklama sorunu, otel ve yol masrafları, ulaşım sıkıntısı, gürültü ve e-spor etkinliklerinin kısıtlı düzeyde yapılması kavramlarını kullanarak olumsuz deneyimlerini ve eleştirilerini ifade etmişlerdir. Olumsuz deneyimlerin yanı sıra olumlu deneyimlerini de ifade etmişlerdir. Örneğin; “K18” havaalanından otele yerleşinceye kadarki süreçte profesyonel rehberlerin ilgilenmesinin kendileri açısından olumlu olduğunu dile getirmiştir. “K7” organizasyon hizmetinden memnuniyetini ifade ederken eşsiz olduğunu vurgulamıştır. “K4” etkinliklerde kostüm oyunlarının (cosplay) olduğunu ifade etmiştir. Buradan anlaşılacağı üzere e-spor etkinliklerinin sadece e-spora ilişkin olmadığını, turnuva kapsamında farklı etkinliklerinde yer aldığını söylemek mümkündür.

Fiziki Mekân Özellikleri

“Almanya’nın Köln şehrine gittik Gamescom zamanında. Dünyanın en büyük oyun fuarı. Oraya gittiğimizde başka oyunların, başka e-spor dallarının tanıtımlarını, onların oyunlarının stantlarını gördüm. Onları gezme fırsatı buldum... Türkiye’de bu hususta turnuvanın düzenlendiği alanlar belki biraz daha büyük seçilebilir. Belki daha geniş alanlarda yapılabilir.” (K5)

“Turnuvanın yapıldığı alan daha öncesinde bulunduğumuz alanlardan çok farklı olduğu için bizi zaten cezbediyordu. E-spor merkezleri yurtdışında bulunan e-spor arenasına bakılarak hazırlanmış... E-spor turizmde dediğim gibi İstanbul bu konuda Ankara veya diğer şehirlere göre çok daha gelişmiş... E-spor turnuvalarının yapıldığı şehir ve alanlar seyirci ve oyuncu çekme açısından çok çok önemli.” (K8)

“Spikerlerin seslerini canlı duymak, kocaman ekrandan maçı izlemek, oyuncuların canlı olarak mimiklerini görmek, hareketlerini görmek benim için güzel bir deneyimdi... Genel olarak güzel bir salonda, büyüktü, genişti. Ferah bir yerdi.” (K12)

“Gerçekten insanların bu kadar yatırım yapıp, insanların sadece oyun olarak görmeyip bir spor halinde ilerisine taşınmaları ve yatırımlar yaptıklarını görmek, o kadar devasa stadyumlarda insanlara bu deneyimi sağlıyor olmaları çok hoşuma gitti.” (K15)

Araştırmaya katılan katılımcılar deneyimlerini ifade ederken, e-spor arenasını, e-spor sahnesini, ferah bir yer, devasa stadyumlar, özel alanlar, e-spor turnuvalarının yapıldığı şehir ve alanlar, oyun merkezleri kavramlarını kullanmışlardır. “K8” turnuvalarının yapıldığı şehir ve alanların seyirci ve oyuncu çekmesi açısından çok önemli olduğunu ve turnuva alanlarının buldukları alanlardan farklı olduğu için kendileri açısından cezbedici bir faktör olduğunu vurgulamıştır.

Ambiyans (Atmosfer)

“Hem oyuncular hem de seyirciler için oluşan ambiyans çok önemli. Yeni bir tecrübe oluyor burası... İnsanın orada bulunması gerçekten böyle tüyler ürpertiyor diyebilirim. Ambiyans olarak çok etkiliyordu. Şehir olarak zaten çok büyük şehir. Katılımcı sayısı izleyici sayısı çok fazla oluyordu.” (K8)

“Açıkçası en çok estetik gelen tabii ki de sahnedeki maçlardı. Binlerce izleyici geliyordu. En estetik bulduğum en güzel zamanlarım onlardı yani... İzleyici sayısı çok fazlaydı. Maç yeri çok iyiydi. İzleyiciler direk karşında oluyordu. Maç esnasında iyi bir sayı yaptığında izleyicilerin seslerini duyuyorsun. Hareketlerini görüyorsun... Ambiyans olarak çok güzeldi. En çok sahne anılarım aklımda kaldı.” (K17)

“Farklı bir ambiyansa giriyorsun ülkeye giriş yapana kadar. O ambiyansta yaşadığın duygunun çok fazla bir tarifini yok... Turnuvanın ambiyansı, seyircilerle birlikte olmak, seyircilerin coşkusu, seyircinin desteği vb. bunlar çok etkileyici şeyler... Orada bütün taraftarlar %99 İsviçre takımını destekliyordu ve homecrowd vardı yani ev sahibi avantajını görmüştüm. O da ilgi çekiciydi... Birçok taraftar bizi merak ediyordu ve bizim oyunumuzu heyecanla bekliyorlardı. Biz mesela Çin takımı haricinde oynadığımız bütün takımlara karşı o taraftarlar hep bizim arkamızdaydı ve hep bizi desteklediler. Bizim adımızı bağırdılar. Takımımızın adını bağıryorlardı o kalabalıkta.” (K18)

“Offline dediğimiz organizasyonların ambiyansı bizim için çok çok önemliydi... E-spor organizasyonlarında ana kritik nokta ambiyanstır. O ambiyanın bağının, evle bağlantısı ile hiçbir farkı olmuyor. Ama maçtan çıktığı zaman insan o ambiyanın verdiği heyecanla ciddi anlamda böyle değişik hal, tavır, davranışta olabiliyor. Reaksiyon gösteriyor ancak pozitif reaksiyon gösteriyor aslına bakarsan.” (K24)

“Seyirci ve alan bütünleşmesi çok iyiydi... Seyirciyle yakın olması da ambiyansı çok fazla yüksek tutuyordu. Gittiğimiz alan görüntü olarak güzeldi ve cezbediyordu.” (K26)

Araştırmaya katılan katılımcılar turizm deneyimlerini ifade ederken, güzel bir ambiyanın olduğunu, sosyal ve eğlenceli bir ortam olduğunu, rekabetçi bir arena ve turnuva ortamının çok etkileyici olduğunu belirtmişlerdir. “K8” oyuncular ve seyirciler için ambiyanın çok önemli olduğunu vurgulamıştır. Seyirci faktörünün ve ortamın ambiyanının motivasyonlarını olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. “K24” ise e-spor organizasyonlarında ana kritik noktanın ambiyanın olduğunu vurgulamıştır. “K17” sahne maçlarını estetik bulduğunu ve en çok sahne anılarının aklında kaldığını ifade etmiştir.

Tanınırlık ile İlgili Unsurlar

E-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan faktörler, tanınırlık ana teması altında 3’e ayrılmıştır. Bunlar; değerli hissetme, prestij kazanma ve kendini kanıtlamadır.

Değerli Hissetme

“...Kırsal kesimde oradaki gençlerin heyecanı, sizi ciddi anlamda ünlü görüp, sohbet etmesi, bir iki cümle sarf etmesi, belki fotoğraf çekmesi bambaşka bir hissiyat söz konusu oluyor... Dışarda bir sanatçı gördüğün zaman nasıl bunlara bir heyecan duyup gidip imza almak istiyorsan, fotoğraf çekmek istiyorsan aslında e-spor oyuncularının da hiçbir farkı yok bu tarafta. Gençlerin oraya gelip, sanki bir ünlüydünüz gibi o ambiyansta gelip sizinle sohbet etmesi, kolunuza girmesi, tişörtünüzü çekiştirmesi, ailesiyle birlikte gelmesi ve fotoğraf çektiği kadar keyif verici bir durum yok.” (K24)

“Sizin ilgi göstermiş olduğunuz alana başkalarının da ilgi göstermesi gerçekten çok güzel bir şey... Turnuva başlangıcından beri genel olarak organizatörler genel olarak her şeyi planladıkları için sizin için her şeyi düşünüyorlar. Bu yüzden oyuncular olarak değerli olduğunuzu düşünüyorsunuz.” (K25)

“Milli bir futbolcu gibi, basketbolcu gibi ya da asker gibi hissediyorsunuz. İnsanlar sahip çıkıyorlar. Fotoğraf çekirmek istiyorlar. İster istemez o insanların yanında buluyorsun kendini. Sanki böyle ülkenin kahramanıymışın gibi... Arap tarafında ve Yunanistan’da yaşadığımız şeyleri yaşıyoruz. Sanki böyle ülke kurtarmış gibi. Bu anlamda çok cezbedici oluyor e-spor. Aynı zamanda organizatörler de size çok iyi davranıyorlar. Çünkü onlar için değerlisiniz... En çok aklımda kalan Katar’dı. Katar’da organizatöründen, diğer takımların menajerleri, koçları, oyuncularını, seyircilerine kadar bize karşı çok ilgililerdi. Sürekli ikramlarda bulunuyorlardı. Sürekli davetler vardı. Sebebi de şu; Arap Yarımadası e-spor turizminde gelişmeye en açık ve yatırım yapmaya açık bölge. Olabildiğince Avrupa’dan değerli oyuncuları çekip almak istiyorlar. Yetiştirmekten ziyade hazır takımları almaya çok müsaitler. Bundan dolayı aşırı ilgi gösteriyorlardı. Bu da ister istemez insanın gururunu okşuyor.” (K28)

Görüşmeye katılan e-spor turistleri, e-spor etkinliklerine, festivale gelen insanların kendilerine ünlü gibi davranılmasının, kolundan tutmalarının, tişörtlerinin çekiştirilmesinin, sohbet edilmesinin, insanlar tarafından video ve fotoğraf çekilmesinin, kendilerinin ilgi gösterdiği alana insanlarında ilgi göstermesinin değerli hissetmelerinde önemli faktörler olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda organizatörlerin kendilerine iyi davrandığını ve her şeyi iyi organize ettiklerini, oyuncular için her şeyi düşündüklerini dile getirmişlerdir. Yaşamış oldukları deneyimlerin kendileri için olumlu ve unutulmaz olduğunu belirtmişlerdir.

Prestij Kazanma

“Ortama gireceğiz, insanlar bizi tanıyacak, ismimizi tanıyacak takma adımızı öğrenecek. Takma ismimiz gerçek ismimizden daha çok önemli e-spor. İnsanlar takma ismi ile tanınıyor. O yüzden bizim için çok önemliydi. E-spor arenasında başarı elde edilmesi ve e-spor oyuncusunun takma isminin başka insanlar tarafından öğrenilmesi önemli bir şeydi... O zamanlar böyle saygın birisi olduğumu hissediyordum.” (K8)

“İlk dönemlerde ücretsiz turnuvalarda kendi adımı duyurabilmek için, şöhret için oynadım. Çünkü oyun içerisinde yaptığın şey sadece oyun içerisinde kalmıyor. İnsanların üstelik saygısını kazanıyorsun.” (K28)

“Koçların içinde en karizmatik koç ödülü almıştım. Ben için ciddiyetini severim. Ciddiye alırım yaptığım her işi. O yüzden takım elbise ile gitmişim. Bu da unutamadığım şeylerden biridir. Fotoğrafları halen durur.” (K30)

Görüşmeye katılan e-spor turistleri, prestij, saygınlık kazanma ve hissetme, insanlar tarafından tanınma, şöhret, karizmatik koç ödülü gibi kavramlar üzerinde durup olumlu yönde görüşlerini belirtmişlerdir. E-spor arenasında oyuncuların takma isimleri ile anıldıklarını ve başarı ile birlikte takma isimlerinin başkaları tarafından öğrenilmesinin kendileri adına önemli bir durum olduğunu ifade etmişlerdir. E-spor oyuncularının dijital platformlarda yayınlar açarak insanlarla iletişim kurduklarını ve dışarı çıktıkları zaman insanların kendilerini tanıdıklarını ve saygınlık kazandıklarını, deneyimlerini unutamadıklarını dile getirmişlerdir.

Kendini Kanıtlama

“E-sporadaki en büyük olay genelde insanların e-sporu seviyor oluşu ve küçük yaşlarda başlıyor oluşu, insanların kendini gerçekleştirme duygusu, bir şeyleri başarmış olmanın verdiği hissiyat.” (K26)

“Çoğu oyuncunun yaşadığı durumlar, ailevi problemler. Genellikle aileler e-sporla uğraştığımızda e-sporla ne işin var, başka işlerle uğraş gibi konuşmalar yapıyor. Bunun gibi baskıları bende yaşadım. Bir şeyler başardıkça, kendini kanıtlama isteği. Arkadaşlarına kendini kanıtlayabilmek, çevresine kendini kanıtlayabilmek, ailesine kendini kanıtlayabilmek.” (K28)

Araştırmaya katılan e-spor turistleri deneyimlerini unutulmaz kılan unsurlar için “insanlara kendini göstermek”, “kendini gerçekleştirme duygusu”, “başarmanın vermiş olduğu hissiyat”, “kendini kanıtlama isteği” ve “arkadaşlarına, çevresine, ailesine kendini kanıtlayabilmek” gibi kavramları kullanmışlardır. Aynı zamanda deneyimlerini aktarabildiklerini ve insanların bu deneyimlerden olumlu anlamda etkilendiğini dile getirmişlerdir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

E-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerinde etkili olan unsurların neler olduğunun belirlenmesine yönelik ortaya konulan ilgili çalışma sonucunda sekiz ana tema elde edilmiştir. Bunlar; hedonizm, yenilik,

ferahlık, destinasyon özellikleri, sosyal etkileşim, bilişsel gelişim, hizmet kalitesi ve tanınırlık ile ilgili unsurlardır. Elde edilen bulgular, ilgili yazındaki çalışma sonuçları ile birlikte değerlendirilmiştir. Genel olarak e-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerini etkileyen unsurlardan bazıları önceki çalışmalar ile benzerlikler göstermektedir (Bolla vd., 1991; Otto ve Ritchie, 1996; Ap ve Wong, 2001; Duman ve Mattila, 2005; Farber ve Hall, 2007; Kim vd., 2012; Sthapit, 2013; Hurombo vd., 2014; Chandralal ve Valenzuela, 2015; Herjanto ve Gaur, 2017; Knobloch vd., 2017; Kim ve Chen, 2019; Kutlu, 2019; Seyfi vd., 2020; Wang vd., 2020). Ancak e-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimleri üzerinde etkili olan olumlu unsurların yanı sıra olumsuz unsurlar da saptanmıştır. Kim (2014), turistlerin, turizm deneyimleri sırasında hissettikleri olumlu duyguların motivasyon kaynağı olduğunu, ancak turistler bazı durumlarda ve öngörülemeyen nedenlerden dolayı olumsuz duygu ya da hisleri yaşayabileceklerini ifade etmiştir.

E-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerini etkileyen hedonizm teması altında yer alan heyecan, eğence, mutluluk, keyif, coşku, alan yazındaki unutulmaz turizm deneyimi çalışmaları (Bolla vd., 1991; Otto ve Ritchie, 1996; Duman ve Mattila, 2005; Kim vd., 2012; Sthapit, 2013; Kutlu, 2019) ile benzerlik göstermektedir. Hedonizm teması altındaki elde edilen unsurlar e-spor turistlerinin daha çok duyuşsal duyuları ile ilgilidir (Chen, Cheng ve Kim, 2020). Araştırmada yenilik teması altındaki yeni yerler keşfetme bulgusu, yerel yemek kültürleri, kaçış unsurları literatürdeki unutulmaz turizm deneyimi çalışmaları (Duman ve Mattila, 2005; Farber ve Hall, 2007; Sthapit, 2013; Kim vd., 2012; Knobloch vd., 2017; Kim ve Chen, 2019; Kutlu, 2019) ile benzerlik göstermektedir. Yenilik teması altındaki offline deneyim ve yeni oyunlar kategorileri ise bu çalışmada ortaya çıkan ve literatüre katkı sağlayan farklı iki unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmada ferahlık teması altında fiziki konfor ve zihinsel yenilenme unsurları literatürdeki unutulmaz turizm deneyimi ile ilgili yapılan diğer çalışmalarla (Otto ve Ritchie, 1996; Kim vd., 2012; Sthapit, 2013; Hurombo vd., 2014; Wang vd., 2020) benzerlik göstermektedir. Ferahlık teması altındaki ekonomik rahatlık kategorisi ise bu çalışmada ortaya çıkan ve ilgili literatüre katkı sağlayan unsurdur.

E-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimini etkileyen destinasyon özellikleri teması altında yer alan kültürel, tarihi ve doğal değerler ile yerel yiyecekler alt teması ise, literatürdeki unutulmaz turizm deneyimi çalışmalarının (Hurombo vd., 2014; Knobloch vd., 2017) bulguları ile benzerlik göstermektedir. Destinasyon özellikleri teması altındaki coğrafi özellikler kategorisi ise bu çalışmada ortaya çıkan ve ilgili literatüre katkı sağlayan farklı unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili araştırmada sosyal etkileşimler teması altındaki sosyallik ve ortak etkinlikler, bilgi ve deneyim alışverişi ile ilgili unsurlar yapılan diğer çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir (Otto ve Ritchie, 1996; Ap ve Wong, 2001; Hurombo vd., 2014; Chandralal ve Valenzuela, 2015; Kim ve Chen, 2019; Kutlu, 2019). Sosyal etkileşimler teması altındaki birleştirici güç ve seyircilerle iletişim kategorileri ise bu çalışmada ortaya çıkan ve ilgili literatüre katkı sağlayan farklı iki unsurdur. Görüşmelerden elde edilen bulgular incelendiğinde, e-spor turistleri için sosyal etkileşimler teması turizm deneyimlerinde oldukça önemlidir.

Bilişsel gelişim teması altındaki profesyonelleşme, strateji geliştirme ve yönetim becerileri kategorileri ise bu çalışmada ortaya çıkan ve ilgili alan yazına katkı sağlayan farklı üç unsurdur. Araştırmada hizmet kalitesi teması altındaki fiziki mekan özellikleri, organizasyon hizmeti ve ambiyans (atmosfer) ile ilgili unsurlar unutulmaz turizm deneyimi ile ilgili yapılan diğer çalışma (Herjanto ve Gaur, 2017; Seyfi vd., 2020) ile benzerlik göstermektedir. Araştırmada tanınırlık teması altında yer alan değerli hissetme ve prestij kazanma kategorileri unutulmaz turizm deneyimi ile ilgili diğer çalışmalarla (Otto ve Ritchie, 1996; Kim, 2012; Wang vd., 2020; Kuhn, Kock ve Lohmann, 2023) benzerlik göstermektedir. E-spor turistleri kendilerine ilgi gösterilmesinin, insanlar tarafından video ve fotoğraflarının çekilmesinin, kendilerine ünlü gibi davranılmasının değerli hissetmelerinde önemli faktörler olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar yaşamış oldukları deneyimlerin olumlu ve unutulmaz olduğunu ifade etmişlerdir (Bruner, 1991; Jamal ve Hollinshead, 2001; Noy, 2004; Wilson ve Harris, 2006).

İlerleyen çalışmalarda araştırmacılar, yabancı e-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerini etkileyen unsurları araştırabilir ve yerli e-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimlerini etkileyen unsurlar ile karşılaştırma yapabilirler. Üstelik araştırmacılar e-spor turistlerini destinasyona iten ve çeken unsurları belirlemeye yönelik çalışmalar yapabilir. Bu sayede e-spor turizm paydaşları ve destinasyonun planlanması ve yönetiminden sorumlu kişi ve kurumlar e-spor turistlerinin beklentilerine göre gerekli planlamaları yapabilir. Bu bağlamda gerekli planlamaların yapılması turizm adına hem ekonomi hem de sürdürülebilirlik anlamında olumlu yönde katkı sağlaması kaçınılmaz olacaktır. Araştırma bulgularının literatüre ve uygulamacılara sağlayacağı katkıları ise şu şekilde özetlemek mümkün olmaktadır:

- Unutulmaz turizm deneyimlerinin e-spor turistleri için anlamının ne olduğunun kavramlaştırılması, unutulmaz turizm deneyimlerinde hangi faktörlerin etkili olduğunun ortaya koyulması ve unutulmaz turizm deneyimi kavramına e-spor turisti açısından bakarak turizm deneyimi literatürüne farklı bir boyut kazandırılması açısından önemlidir.
- Araştırma bulguları e-spor turistlerinin turizm deneyimlerini unutulmaz kılan unsurların diğer turistler için tanımlanan unutulmaz turizm deneyim unsurları ile benzerlik ve farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu iki grup arasındaki farklılıkların ve benzerliklerin dikkatlice incelenip değerlendirilmesi gereğini ortaya koymaktadır.
- Araştırmada nitel yöntem kullanılması ve çalışma grubu seçiminde kartopu örneklem tekniğinin kullanılması e-spor turistleri ile yapılan görüşmelerde konu ile ilgili zengin bilgi toplanmasını olanaklı kılmıştır.
- Çalışma Türkiye’de e-spor turistlerinin unutulmaz turizm deneyimi üzerine yapılan araştırmanın ilk örneği olması nedeniyle konu ile ilgili farkındalık yaratması açısından da önemli görülmektedir.
- Belirli özelliklere sahip çalışma grubundan etkileşimsel olarak elde edilen verilerin derinliklerine inilerek unutulmaz turizm deneyimine yönelik e-spor turistlerinin bakış açısı eklenerek yeni tema ve kategoriler ile farklı bir boyut kazandırıldığını söylemek mümkündür.

Araştırma çerçevesinde e-spor turizm paydaşları ve destinasyonun planlanması ve yönetiminden sorumlu kişi ve kurumlar için öneriler getirmek de olanaklı olmaktadır. Araştırma bulgularının e-spor turizmi paydaşları ve destinasyonun planlanması ve yönetimi için getirilen önerileri ise şu şekilde özetlemek mümkün olmaktadır:

- Türkiye e-spor turizminin hangi seviyede olduğu katılımcılar tarafından değerlendirildiğinde orta ve düşük seviyede olduğu, sebeplerinden bazılarının ise internet alt yapısından kaynaklı olduğunu belirtmişlerdir. Bu sebeplerden dolayı e-spor turizm paydaşları veya organizatörler tarafından internet alt yapısının iyi bir seviyeye getirilmesi e-spor turistleri tarafından olumlu yönde karşılanacaktır.
- E-spor turizm paydaşları, e-spor turistlerine konfor alanı yüksek konaklama imkânı, yeme, içme gibi temel ihtiyaçları ve e-spor turizm etkinliklerinde oyunculara yeterli ve kaliteli ekipman desteği hizmetleri vermelidir.
- Türkiye E-spor Federasyonu tarafından e-spor turizm organizasyonlarına yeterli mali destek verilmelidir. Ayrıca e-spor turizm etkinliklerinin organize edilebileceği ve seyircilerin rahatça izleyebileceği e-spor kompleksleri veya e-spor arenaları oluşturulmalıdır.
- Organizatörler e-spor organizasyonlarını sadece İstanbul merkezli veya birkaç destinasyonda yapmayıp, farklı şehirlerde de e-spor etkinlikleri organize edebilir. Bu sayede e-spor turistleri etkinliklere daha rahat gidebilmesini mümkün kılacaktır. Bölge turizmi adına sürdürülebilirlik ve ekonomik girdi bağlamında avantajlar sağlayacaktır.
- E-spor turizm sektörünün reklamının yapılması ve daha çok offline turnuvaların düzenlenmesi daha büyük kitlelere ulaşmada etkin rol oynayabilir. Turizmi canlandırmak adına daha sağlam adımlar atılabilir. Örneğin; bir e-spor müzesi veya e-otel açılabilir.
- Organizatörler tarafından e-spor turistleri için daha rahat oyun ortamı sağlanabilir. Yurtiçi veya yurtdışından gelen e-spor turistleri profesyonel rehberler tarafından karşılanabilir ve konaklama alanlarına kadar eşlik edilebilir. Yine turistleri için e-spor konseptli oteller açılabilir veya mevcut oteller e-spora uygun dizayn edilebilir. E-spor otellerinde offline turnuvalar düzenlenebilir. Özellikle turist yoğunluğunun fazla olduğu destinasyonlarda yapılacak e-spor turizmi etkinlikleri ülkeye ciddi anlamda döviz girmesi bağlamında çok önemli olacaktır.
- Organizatörler veya ilgili kurum veya kuruluşlar e-spor turistlerinin beklentilerine göre hareket etmelidir. E-spor turistlerine yönelik deneyim alanları oluşturulmalıdır. E-spor turistlerinin yaş ortalaması dikkate alındığında e-spor gençlik festivalleri adı altında yeni organizasyonlar düzenlenebilir. Ayrıca insanların ilgisini çekecek ve merak uyandıracak etkinlikler düzenleyebilir. E-sporu bilenden çok bilmeyen kitleye doğru bilgilendirmeler yapılarak tanıtımının yapılması daha önemli olacaktır.
- Organizatörler, ilgili kurum ve kuruluşlar e-spor etkinlikleri öncesi veya sonrası şehir turu veya destinasyonun tarihi, kültürel yerlerini, doğal güzelliklerini göstermeye yönelik e-spor turistleri için tur programı hazırlayabilir. Bu turlar e-spor turistlerine yeni deneyimler kazanmaları açısından önemli

bir fırsat olacaktır. Ayrıca destinasyonun reklamı ve ülke imajı açısından olumlu yönde katkılar sağlayacaktır.

- Organizatörler, ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından e-spor oyuncularına gerekli teşvikler verilmelidir. Oyunculara gereken değer verilmelidir. Oyuncuların kalabileceği bir otel, gaming house (oyun evi), bootcamp gibi alanlar, antrenman yapabileceği alanlar, oyuncuların toplanabileceği alanlar, yabancı oyuncularla ortak etkinliklerin yapılabileceği alanlar oluşturulmalıdır.

Destek Birimi

Yüksek lisans tezinden üretilen ilgili çalışma Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir. 2021-YL1-0144 nolu proje ile tezimi destekleyen Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Yönetim Birimi Başkanlığına teşekkür ederim.

Kaynakça

- Aktuna, H. C. ve Ünlüöner, K. (2017). Yeni bir turizm çeşidi olarak elektronik spor turizmi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 1-15.
- Alp, A. F., Çakmak, G. ve Sarper Kahveci, M. (2020). Ne bilir kadın oyun oynamayı?: Kadın oyuncuların e-spor deneyimleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 12(3).
- Ap, J. and Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Arnould, E. J. and Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1): 24-45.
- Atasoy, B. ve Kuter, F. Ö. (2005). Küreselleşme ve spor. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 11-22.
- Ayyıldız, A. Y. ve Dinler, S. (2020). Müşteri sadakati yaratmada sadakat programlarının otel işletmelerinde uygulanması. *Business and Management Studies: An International Journal*, 8(2), 1193-1220.
- Azevedo, A. (2010). Designing unique and memorable experiences: Co-creation and the surprise factor. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 3(1).
- Aziz, N. (1995). The human rights debate in an era of globalization: Hegemony of discourse. *Bulletin of Concerned Asian Scholars*, 27(4), 9-23.
- Bartlett, P. and Einert, A. E. (1992). Analysis of the design function of an adult softball complex in a new public recreational park. *Journal of Park and Recreation Administration*, 10(1), 71-81.
- Bayram, A. T. (2018). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde e-spor turizmine katılma niyeti. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 17-31.
- Berry, L. L., Carbone, L. P. and Haeckel, S. H. (2002). Managing the total customer experience. *MIT Sloan Management Review*, 43(3), 85-89.
- Bolla, P., Dawson, D. and Harrington, M. (1991). The leisure experience of women in Ontario. *Journal of Applied Recreation Research*, 16(4), 322-348.
- Bruner, E. (1991). Transformation of self in tourism. *Annals of Tourism Research*, 18 (2), 238-250.
- Buhalis, D. and Amaranggana, A.(2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. I. Tussyadiah ve A. Inversini (Ed). *Information and communication technologies in tourism*. Springer International Publishing, Switzerland, 377-389.
- Bulut, Ç., Duman, S., Şahin, H. M., Duman, G. ve Uluç, E. A. (2021). Spor turizminde inovasyonel yaklaşımlar: E-spor. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 396-412.
- Cassell, C. (2005). Creating the interviewer: Identity work in the management research process. *Qualitative Research*, 5(2): 167-179.
- Ceylan, A. (2015). *Engelli turistlerin unutulmaz turizm deneyimlerinde etkili olan unsurların belirlenmesine yönelik nitel bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.

- Chandralal, L. and Valenzuela, F.-R. (2015). Memorable tourism experiences: Scale development. *Contemporary Management Research*, 11(3), 291-310.
- Chen, X., Cheng, Z. F. and Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability*, 12(5), 1904.
- Choi, C. (2019). Understanding media consumption of electronic sports through Spectator motivation, using three different segmentation approaches: the levels of addiction, passion, and fan identification. *Sport Mont*, 17(1), 3-8.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Çavuş, C.Z. (2020). An alternative field in tourism geography: ESports tourism. In *Critical Studies in Social Sciences and Humanities*, 1st ed.; Sarioğlan, M., Bağlama, S.H., Eds.; Livre de Lyon: Lyon, France, 2020; Chapter XIII, pp. 232-252.
- Çetin, A., and Coşkuner, 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, Eylül). Yeni bir alternatif turizm çeşidinin doğuşu ve yeni bir turist tipi e spor ve es turisti. Presented at the third international congress on future of tourism: Innovation, entrepreneurship and sustainability (Futourism 2019). Mersin.
- Demir, S. ve Demirel, E. Ü. (2019). Bir deneyimi unutulmaz kılan unsurlar nedir? Unutulmaz turizm deneyimi üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 661-682.
- Duman, T. and Mattila, A. S. (2005). The role of affective factors on perceived cruise vacation value. *Tourism Management*, 26(3), 311-323.
- Durmuş, A. (2021). *Yeni bir turizm çeşidi e-spor turizmi*. Erişim tarihi: 04.04.2022, <https://hizmetgazetesi.com.tr/?p=73918>.
- Erdoğan, Ç., Yenişehirlioğlu, E., Şahin, S. and Ulama, Ş. (2018). A conceptional research on determining the tourism potential of electronic sports events: E-Sports tourism. *Kesit Akademi Dergisi*, (16), 341-353.
- Farber, M. E. and Hall, T. E. (2007). Emotion and environment: Visitors' extraordinary experiences along the Dalton Highway in Alaska. *Journal of Leisure Research*, 39(2), 248-270.
- Frans, A. J., Cahyadi, H. S., & Hermanto, S. (2022). Study of e-sports tourism potential using triple bottom line analysis method. *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 1(01), 42-46.
- Graneheim, U. H. and Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2): 105-112.
- Gül, İ., Kızıllırmak, İ., Güler, E. ve Yarı, Z. (2017). Fuar turizmi kapsamında oyun fuarları Gaming İstanbul örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 101-120.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe yöntem-analiz*. Ankara: Seçkin.
- Herjanto, H. and Gaur, S. S. (2017). Creating memorable experiences: Lessons from the world's top 10 hotels. *In Hospitality Marketing and Consumer Behavior*. Apple Academic Press.
- Hertzman, E., Anderson, D. and Rowley, S. (2008). Edutainment heritage tourist attractions: A portrait of visitors' experiences at Storyeum. *Museum Management and Curatorship*, 23(2), 155-175.
- Hofmann, S. (2010). Corporeal entrepreneurialism and neoliberal agency in the sex trade at the US-Mexican Border. *Women's Studies Quarterly*, 38(3/4): 233-256.
- Hull IV, R. B. and Michael, S. E. (1995). Nature-based recreation, mood change, and stress restoration. *Leisure Sciences*, 17(1), 1-14.
- Hurombo, B., Kwanisai, G., Mirimi, K. and Nyamandi, T. (2014). Exploring the determinants of memorable tourism experience in The Boating Sector. *A Case of Kariba, Zimbabwe. Researchjournali's Journal of Hospitality Tourism*. 1(2), 1-11.
- Jamal, T. and Hollinshead, K. (2001). Tourism and the forbidden zone: The underserved power of qualitative inquiry. *Tourism Management*, 22(1), 63-82.

- Janiskee, R. L. (1996). Historic houses and special events. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 398- 414.
- Kim, H. and Chen, J. S. (2019). The memorable travel experience and its reminiscence functions. *Journal of Travel Research*, 58(4), 637-649.
- Kim, J.-H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management*, 44, 34-45.
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. and McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.
- Kim, S. (2012). A cross-cultural study of on-site film-tourism experiences among Chinese, Japanese, Taiwanese and Thai visitors to the Daejanggeum Theme Park, South Korea. *Current Issues in Tourism*, 15(8), 759-776.
- Knobloch, U., Robertson, K. and Aitken, R. (2017). Experience, emotion, and eudaimonia: A consideration of tourist experiences and well-being. *Journal of Travel Research*, 56(5), 651-662.
- Kuhn, F., Kock, F. and Lohmann, M. (2023). Personal prestige through travel? Developing and testing the personal prestige inventory in a tourism context. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(1),1-16.
- Kutlu, D. (2019). *Ülke imajı ve destinasyon imajının hatırlanabilir turizm deneyimi yaratmadaki rolünün belirlenmesi üzerine bir araştırma*. (Doktora Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Trabzon.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 07-18.
- Lee Y., Dattilo, J. and Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research* , 26(3), 195-211.
- Mann, S. (2011). A critical review of qualitative interviews in applied linguistics. *Applied Linguistics*, 32(1): 6-24.
- Mannell, R. C. and Iso-Ahola, S. E. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 314-331.
- Mannell, R. C., Larson, R. and Zuzanek, J. (1998). Leisure states and flow experiences: Testing perceived freedom and intrinsic motivation hypotheses. *Journal of Leisure Research*, 20(4), 289-304.
- Marschall, S. (2012). Tourism and memory. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2216-2219.
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74.
- Noy, C. (2004). This trip really changed me: Backpackers' narratives of self-change. *Annals of Tourism research*, 31(1), 78-102.
- Otto, J. E. and Ritchie, B. R. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165-174.
- Palmer, C. (2005). An ethnography of englishness: Experiencing identity through tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 7-27.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. California. Newbury Park: Sage Publications.
- Pine, J., and Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard Business Review, 97-105.
- 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.
- Ryan, C. (1991). *Holiday tourism: A social science perspective*. Routledge.
- Ryan, C. (2002). *The tourist experience, cengage learning*, EMEA. Continuum, London.
- Seo, Y. (2013). Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542-1560.

- Seyfi, S., Hall, C. M. and Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341-357.
- Sjöblom, M., Macey, J., and Hamari, J. (2020). Digital athletics in analogue stadiums: Comparing gratifications for engagement between live attendance and online esports spectating. *Internet Research*, 30(3), 713-735.
- Soyalp, L. (2017). *Bisiklet turizmi katılımcılarının tatil deneyimi: Yerli turistler üzerine bir araştırma.* (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Sthapit, E. (2013). *Tourists' perceptions of memorable experiences: Testing the memorable tourism experience scale (Mtes) among tourists to Rovaniemi Lapland.* (Unpublished Master Thesis). University of Lapland. Rovaniemi.
- Talarico, J. M. and Rubin, D. C. (2003). Confidence, not consistency, characterizes flashbulb memories. *Psychological Science*, 14(5), 455-461.
- Thompson, J., Taheri, B., and Scheuring, F. (2022). Developing esport tourism through fandom experience at in-person events. *Tourism Management*, 91, 104531.
- Tung, V. W. and Ritchie, J. R. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.
- Valaki, S., Amirhosseini, S. E., and Pirzad, A. (2020). Identification of the factors of sporting electronic sports in Iran. *Regional Planning*, 10(39), 49-60.
- 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.
- Wang, C., Liu, J., Wei, L. and Zhang, T. (2020). Impact of tourist experience on memorability and authenticity: a study of creative tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(1), 48-63.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2): 349-370.
- Werder, K. (2022). Esport. *Business ve information systems engineering*, 1-7. Erişim tarihi: 01.04.2022, <https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-022-00748-w#citeas>.
- Wilson, E. and Harris, C. (2006). Meaningful travel: Women, independent travel and the search for self and meaning. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 161-172.
- Xu, F., Tian, F., Buhalis, D., and Weber, J. (2013). Marketing tourism via electronic games: Understanding the motivation of tourist players. In 2013 5th International Conference on Games and Virtual Worlds for Serious Applications (VS-GAMES) (1-8).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoon, Y. and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.
- Zhang, H., Wu, Y. and Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 326-336.