

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
PROGRAMI**

**OYUN VİDEOLARININ ORTAÖĞRETİM
ÖĞRENCİLERİNİN OKUL İÇİ ŞİDDETE YÖNELİK
DAVRANIŞLARINA ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÖKHAN KIZILIŞIKOĞLU

**ANKARA
HAZİRAN, 2021**



**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
PROGRAMI**

**OYUN VİDEOLARININ ORTAÖĞRETİM
ÖĞRENCİLERİNİN OKUL İÇİ ŞİDDETE YÖNELİK
DAVRANIŞLARINA ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÖKHAN KIZILIŞIKOĞLU

DOÇ. DR. AYFER ALPER

**ANKARA
HAZİRAN, 2021**

Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne,

Gökhan KIZILIŞIKOĞLU adlı öğrencinin hazırladığı “Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri” başlıklı bu çalışma Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı / Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Programı’nda jüri üyelerince oy birliği ile **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

	<u>Jüri Üyeleri</u>	<u>İmza</u>
Başkan	Prof. Dr.Soner YILDIRIM	
Üye	Doç. Dr. Ayfer ALPER	
Üye	Doç. Dr. Özlem ÇAKIR	

ONAY

Bu tez Ankara Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Öğretim Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca, jüri üyeleri tarafından 06/2021 tarihinde, Enstitü Yönetim Kurulu tarafından ise/..../2021 tarihinde kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Yasemin KEPENEKÇİ

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgileri akademik yazım kurallarına uygun biçimde raporlaştırdığımı ve bunları etik ilkelere (atıfta bulunulan tüm yapıtlara kaynaklarda yer verilmesi, tezde kullanılan bilgi ve belgelere resmi yollarla ulaşılması ve bunların aslı bozulmadan kullanılması vb.) uygun olarak elde ettiğimi ve sunduğumu bildiririm.

İmza

Gökhan KIZILIŞIKOĞLU



ÖZET

OYUN VİDEOLARININ ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN OKUL İÇİ ŞİDDETE YÖNELİK DAVRANIŞLARINA ETKİLERİ

KIZILIŞIKOĞLU, Gökhan

Yüksek Lisans Tezi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ayfer ALPER

Haziran, 2021, xvii + 186 sayfa

Bu çalışmanın amacı oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmada nitel ve nicel verilerin birlikte kullanıldığı karma yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın nitel deseninde odak grup görüşmesi ve video içerik analizi teknikleri kullanılırken, nicel deseninde ise odak grup görüşmesi ve içerik analizi tekniklerinden elde edilen veriler ışığında, araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi ve Haskan ve Yıldırım'a (2012) ait şiddet eğilimi ölçeği kullanılmıştır. Odak grup görüşmelerinin örneklemini tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiş 8 farklı grup ve 61 öğrenci oluştururken; nicel desenin örneklemini amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan kartopu örnekleme yöntemi ile Ankara İli'nde öğrenim görmekte olan ve sosyal medyadan ulaşılabilen 1594 öğrenci oluşturmuştur. Nitel verilerin analizinde Miles ve Huberman'ın (1994) görüş uyumu; nicel verilerin analizinde ortalama ($\bar{X}$), frekans (f) ve yüzde (%) dağılımları, tek faktörlü varyans analizi (ANOVA), post-hoc tukey tekniği ve ki-kare uyum testleri, Microsoft Office Excel ve IBM SPSS Statistic Version 22 programları kullanılarak yapılmıştır. Araştırmanın nitel deseninden elde edilen sonuçlara göre oyun videolarını izleyen öğrencilerin, videoların etkisinde kalıp olumsuz davranışları okul ortamına taşıdıkları ve oyun videolarında en çok küfür ve argo kullanımı olduğu görülmüştür. Araştırmanın nicel deseninden elde edilen sonuçlarına göre ise oyun videolarını izleyen öğrencilerin şiddet eğilim puanlarının, izlemeyen ve konu hakkında fikri olmayanlara göre daha yüksek çıktığı görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Oyun Videoları, Yeni Şiddet, Okul İçi Şiddet.

ABSTRACT

THE EFFECTS OF GAME STREAMING ON HIGH SCHOOL STUDENTS 'BEHAVIOR AGAINST VIOLENCE IN THE SCHOOL

KIZILIŞIKOĞLU, Gökhan

Master's Thesis, Department of Computer Education and Instructional Technologies

Thesis Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ayfer ALPER

June, 2021, xvii + 186 pages

The aim of this study is to examine the effects of game videos on secondary school students' behavior towards violence within the school. For this purpose, the mixed method, in which qualitative and quantitative data were used together, was used in the study. Focus group interview and video content analysis techniques are used in the qualitative design of the study, while in the quantitative design, the effects of the game videos developed by the researcher in the light of the data obtained from the focus group interview and content analysis techniques on the behaviors of secondary school students towards violence in school and Haskan and Yıldırım (2012) of violence tendency scale was used. While the sample of the focus group interviews was composed of 8 different groups and 61 students selected by random sampling; 1594 students who are studying in Ankara and can be reached via social media have formed the sampling of the quantitative pattern with the snowball sampling method, which is one of the purposeful sampling methods. The opinion agreement of Miles and Huberman (1994) in the analysis of qualitative data; In the analysis of quantitative data, mean ($\bar{X}$), frequency (f) and percentage (%) distributions, single factor analysis of variance (ANOVA), post-hoc tukey technique and chi-square fit tests were used. Microsoft Office Excel and IBM SPSS Statistics Version 22 programs were used for these analyzes. According to the results obtained from the qualitative design of the study, it was observed that the students watching the game videos were affected by the videos and carried their negative behaviors to the school environment and the use of swearing and slang was the most common in the game videos. According to the results obtained from the quantitative design of the research, it was observed that the violence tendency scores of the students who watched the game videos were higher than those who did not watch and had no idea about the subject.

Key Words: Game Videos, New Violence, Violence in School.

ÖNSÖZ

Yüksek lisans programına başladığım ilk günden itibaren “bilim toplum için” felsefesi ile hareket etmeye gayret ettim. Bu doğrultuda üzerinde çalışmak istediğim konunun özellikle sosyal bilimlerde yaşanan bir soruna çözüm ve öneriler sunmasını istedim. Bu sebeple tez konumun belirlenmesinin uzun zaman aldığını kabul etmeliyim. Uzun süren gözlemlerim sonrasında öğrenciler arasında okul ve sınıf içi ilişkilerinde anlam veremediğim olumsuz iletişim ve davranış şekilleri doğduğunu gözlemledim. Bu olumsuz tablonun nedenleri üzerinde öğrencilerim ile yaptığım bir sohbette, mevcut durumun oyun videolarından kaynaklandığı yönünde eleştiriler aldım. Sonrasında daha genel bir gözlem ve okul paydaşları (öğrenci, öğretmen ve veliler) ile yapılan mülakatlar yardımıyla istenmeyen davranışlarda oyun videoları ve yayıncılarına ait izler buldum. Elde ettiğim bilgiler ile tez danışmanım Sn. Doç. Dr. Ayfer ALPER’e durumu detaylı anlattım ve kendisinin de onayını alarak oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi olumsuz davranışlarına etkilerini araştırmak üzere bu tezi yazmaya karar verdim.

Tez konumun belirlenmesi aşamasında şahsımı konu üzerinde düşünmeye sevk eden kıymetli öğrencilerime; bu süre zarfında desteklerini hiç esirgemeyen Anıttepe Anadolu Lisesi ekibine; araştırma ve veri toplama aşamalarında benimle birlikte gayret eden tüm dostlarıma; yüksek lisans programımda ders aldığım kıymetli hocalarıma; özellikle istatistik konuları başta olmak üzere bu süreçteki tüm sıkıntılarımda yanımda olan canım kardeşim Sn. Yasin ULUSOY’a; bu yola çıkarken beni cesaretlendiren, hakkını asla ödeyemeyeceğim, her daim büyük bir ilgi ve dikkatle yanımda olan araştırma görevlisi kardeşim Sn. Deniz ATAL’a; tezin başından sonuna kadar beni yüreklendiren, heyecanımı taze tutan, ne zaman karamsarlığa düşsem beni ordan alıp çıkaran, saat farketmeksizin her defasında sanki ilk kez konuşuyormuşuz gibi tüm sorularıma içtenlikle cevap veren hatta bu soruları cevaplayamazsa kendine dert edinen canım dostum, kardeşim Sn. Dr. Ömer CANPOLAT’a; kendim öğretmen olmama rağmen öğretmenlikte bana gerçek bir rol model olan, her zaman öğrencisinin yanında ve ona sahip çıkan, işleri zorluk çukurundan alıp kolaylık düzlüğüne ustaca çıkaran, yanına gittiğinizde daima sizi tevazusu ile mahcup eden, kimi zaman abla, kimi zaman arkadaş ve kimi zaman anne olan, bir ömür boyu izinden gideceğim çok kıymetli danışman hocam Sn. Doç. Dr. Ayfer ALPER’e; kimi zaman ilgimi ve zamanımı kendilerine yeterince ayıramama rağmen çalıştığım zamanlarda yanıma gelerek “baba napıyosun?” diye olanca sevimlilikleri ile bana moral veren canım çocuklarım Ata ve Lila’ya; bu süreçte madden ve manen daima yanımda olan, ilk günden son güne kadar akademik süreçte ilerlemem için beni gayretlendiren, olanca yorgunluğuna aldırmadan

bana çalışabilmem için uygun koşulları yaratan, herşeyden önemlisi bana inanan değerli eşim, hayat arkadaşım, dünyanın en güzel annesi Sn. Sibel KIZILIŞIKOĞLU'na canı gönülden teşekkür ederim.





Eşime, Lila'ya ve Ata'ya...

İÇİNDEKİLER

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BİLDİRİMİ.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	ix
TABLolar DİZİNİ.....	xiii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xv
GÖRSELLER DİZİNİ.....	xvi
KISALTMALAR	xvii
BÖLÜM 1.....	1
Giriş	1
1.1 Problem.....	1
1.2. Amaç.....	8
1.3. Önem.....	9
1.4. Sınırlılıklar.....	10
1.5. Tanımlar.....	11
KURAMSAL ÇERÇEVE: OYUNLAR, DİJİTAL OYUNLAR, OYUN VİDEOLARI ve YENİ ŞİDDET	13
2.1. Oyun Kavramı ve Tarihi Gelişimi	13
2.1.1. Oyun Kavramı.	13
2.1.2 Oyunların Tarihi Gelişimi.	14
2.2. Dijital Oyunlar	15
2.2.1. Dijital Oyun Kavramı.	15
2.2.1.1. Erken Gelişim Aşaması.	16
2.2.1.2. Büyüme Aşaması.	18
2.2.1.3. Gelişme Aşaması..	18
2.2.1.4. Olgunlaşma Aşaması.	18
2.2.1.5. İlerleme Aşaması..	19
2.2.2. Dijital Oyunların Özellikleri.....	22
2.2.3. Dijital Oyun Türleri.	23
2.2.4. Dijital Oyun Platformları.	26
2.3. Oyun Videoları	31
2.3.1. Oyun Videoları Kavramı.	31
2.3.1.1. Oyun Videolarını Kim İzliyor?.....	33
2.3.1.2. Oyun Videolarında Ne İzliyorlar?.	34
2.3.1.2.1. Canlı Yayınlanan Videolar.	35
2.3.1.2.1.1. Bireysel Oyun İçeriği.	35
2.3.1.2.1.2. E-spor ve E-spor Turnuvaları.....	35
2.3.1.2.1.3. Canlı Yayınlar..	41
2.3.1.2.2. Kayıtlı Videolar.	45
2.3.1.2.2.1. İstek Üzerine Videolar.	45
2.3.1.3. Oyun Videolarını Neden İzliyorlar?.	45
2.3.1.4. Oyun Videolarını Nasıl İzliyorlar?	50
2.3.2. Oyun Videolarının Özellikleri..	51
2.3.3. Oyun Videolarının Türleri..	52
2.3.4. Oyun Videosu Yayıncıları.	53
2.3.5. Oyun Videolarının Yayın Platformları.	55
2.3.5.1. Twitch Sosyal Medya Platformu ve Yayıncıları.	58

2.3.5.2. Youtube Sosyal Medya Platformu ve Yayıncıları	67
2.4. Oyun Videoları ve Yeni Şiddet.....	75
2.4.1. Şiddet Kavramı.....	75
2.4.2. Şiddet Türleri.....	76
2.4.3. Yeni Şiddet Kavramı ve Türleri.....	80
2.4.4. Yeni Şiddetin Bileşenleri.....	83
2.4.4.1. Dijitallik.....	83
2.4.4.2. Etkileşimlilik.....	83
2.4.4.3. Sanallık.....	84
2.4.4.4. Değişkenlik.....	84
2.4.5. Oyun Videolarında Şiddet.....	85
2.4.5.1. Sözel Şiddet.....	87
2.4.5.2. Fiziksel Şiddet.....	88
2.4.5.3. Psikolojik Şiddet.....	89
2.4.5.4. Cinsel Şiddet.....	90
2.4.5.5. Siber Şiddet.....	91
2.4.5.6. Ekonomik Şiddet.....	92
2.4.5.7. Olumsuz Davranışlar.....	94
BÖLÜM 3.....	95
Yöntem	95
3.1. Araştırmanın Modeli.....	95
3.2. Evren-Örneklem	96
3.3. Verilerin Toplama Araçları.....	97
3.3.1. Odak Grup Görüşme Formu.....	97
3.3.2. Şiddet İçerikli Video Denetleme Formu.....	98
3.3.3. Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri Anketi.....	100
3.3.4. Şiddet Eğilim Ölçeği (ŞEÖ).....	101
3.3. Verilerin Çözümlemesi.....	102
BÖLÜM 4.....	105
Bulgular ve Yorumlar.....	105
4.1. Nitel Çalışmalara İlişkin Bulgular	105
4.1.1. Odak Grup Görüşmelerine İlişkin Bulgular.....	105
4.1.1.1. Twitch, Youtube ve Facebook gibi sosyal medya platformlarında yayımlanan oyun videolarını izliyor musunuz? İzliyorsanız neden izliyorsunuz? Özellikle tercih ettiğiniz bir neden var mı?	105
4.1.1.2. En çok sevdiğiniz aktiviteleri düşündüğünüzde oyun videolarını izlemek kaçınıcı sırada yer alır?	107
4.1.1.3. Oyun videolarında sizi rahatsız eden unsurlar var mı? Varsa nelerdir? Örneğin sizi rahatsız eden şiddet unsurları oluyor mu?	108
4.1.1.4. Hangi oyunlara ait oyun videolarını izliyorsunuz?.....	110
4.1.1.5. Günlük ortalama kaç dakikanızı oyun videosu izlemeye ayırıyorsunuz?	110
4.1.1.6. Oyun videolarını günün hangi saatlerinde izliyorsunuz? Ö	111
4.1.1.7. Gece 03:00 – 05:00 arasında yayımlanan (kriminal zaman dilimi) oyun videolarını izliyor musunuz? İzliyorsanız neden bu saatlerde yayımlanan videoları tercih ediyorsunuz? Ailenizin gece yayımlanan bu videolardan haberi var mı? Aileniz bu videoların içeriklerini biliyor mu? Aileniz gece bu videoları izlediğinizi biliyor mu?	112

4.1.1.8. Oyun videosu kullanırken en çok tercih ettiğiniz aygıt hangisidir? .	114
4.1.1.9. Bunun dışında eklemek istediğiniz bir şey var mı?	114
4.1.2. Oyun Videolarının İçerik Analizine İlişkin Bulgular.	116
4.2. Nicel Çalışmalara İlişkin Bulgular	120
4.2.1. Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri Anketi'nden Elde Edilen Bulgular.	121
4.2.1.1. Öğrencilerin Sosyal Medya Platformlarında Yayınlanan Oyun Videolarını İzlemelerine Yönelik Bulgular.	122
4.2.1.2. Öğrencilerin Oyun Videolarını İzlemek İçin Günlük Ortalama Ne Kadar Zaman Harcadıklarına Yönelik Bulgular.	123
4.2.1.3. Öğrencilerin Oyun Videolarını Günün Hangi Vakitlerinde İzlediklerine Yönelik Bulgular.	123
4.2.1.4. Öğrencilerin Oyun Videolarını İzlemek İçin En Çok Hangi Aygıtları Kullandıklarına Yönelik Bulgular.	123
4.2.1.5. Oyun Videolarının Öğrencilerin Eğlence Anlayışlarındaki Yerine Yönelik Bulgular.	124
4.2.1.6. Öğrencilerin Oyun Videolarını İzleme Sebeplerine Yönelik Bulgular.	124
4.2.1.7. Oyun Videolarının Öğrenciler Tarafından En Çok İzlendiği Sosyal Medya Platformlarına Yönelik Bulgular.	125
4.2.1.8. Öğrencilerin Oyun Videolarını İzlerken En Çok Tercih Ettikleri Yayın Türünü Yönelik Bulgular.	126
4.2.1.9. Öğrencilerin Oynadıkları Oyunlar ile İzledikleri Oyunlar Arasında Bir İlişkiye Yönelik Bulgular.	127
4.2.1.10. Öğrencilerin Covid-19 Pandemi Sürecinde Oyun Videosu İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bulgular.	129
4.2.1.11. Öğrencilerin İzledikleri Oyun Videolarının İçeriğinden, Yapılan Sohbetlerden, Oynanan Oyundan, Yayıncının Kimliğinden Vb. Ebeveynlerinin Bilgisine Yönelik Bulgular.	129
4.2.1.12. Oyun Videolarının, Öğrencilerin Dil Deformasyonlarına Yönelik Bulgular.	130
4.2.1.13. Öğrencilerin Oyun Videolarında Maruz Kaldığı Şiddet Unsurlarını Sosyal İlişkilerine Yansıtmalarına Yönelik Bulgular.	130
4.2.1.14. Oyun Videolarında Öğrencileri Rahatsız Eden Unsurlara Yönelik Bulgular.	131
4.2.1.15. Öğrencilerin Cinsiyetleri ile Oyun Videolarını İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.	131
4.2.1.16. Öğrenim Gördükleri Okul Türü ile Oyun Videoları İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.	132
4.2.1.17. Öğrenim Gördükleri Kademe ile Oyun Videoları İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.	134
4.2.1.18. Öğrencilerin Kriminal Zaman Diliminde (03:00-05:00) Yayınlanan Oyun Videolarını İzleme Durumlarına, Bu Yayınları İzlemelerinin Özel Sebeplerine, Bu Yayınları İzlediklerinden ve Yayın İçeriklerinden Ebeveynlerinin Haberdar Olma Durumlarına Yönelik Bulgular.	135
4.2.2. Şiddet Eğilim Ölçeğinden Elde edilen Bulgular.....	135
4.2.2.1. Oyun Videolarını İzleme Davranışları ile Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.....	135

4.2.2.2. Oyun Videosu İzleyenlerde, Öğrenim Gördükleri Kademe ile Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.	137
4.2.2.3. Oyun Videoları İzlemeye Ayrılan Süre ile Öğrencilerin Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.	137
4.2.2.4. Kriminal Zaman Diliminde Yayınlanan Oyun Videolarını İzleyenler ile İzlemeyenlerin Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.	138
4.3. Araştırmaya Yönelik Katılımcı Öğrencilerin Görüşleri	139
BÖLÜM 5	143
Sonuçlar	143
Nitel Araştırma Sonuçları.. . . .	143
Nicel Araştırma Sonuçları.	145
Öneriler	146
Kaynaklar.	151
Ekler	173
Ek.1 Şiddet Eğilimi Ölçeği (ŞEÖ)	174
Ek.2 Odak Grup Görüşme Formu	175
Ek.3 Şiddet İçerikli Video Kodlama Formu	176
Ek.4 Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri Karma Çalışma Anketi	177
Ek.5 Şiddet Eğilim Ölçeği İzni	180
Ek.6 Etik Kurul Onayı	181
Benzerlik Bildirimi	183
Özgeçmiş	185

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1 Dijital Oyun Sektöründe Bazı Temel Eğilimler	16
Tablo 2 Farklı Kaynaklara Göre Dijital Oyunların Türleri	23
Tablo 3 Konsol ve Bilgisayar Oyun Platformlarının Karşılaştırılması	28
Tablo 4 Dijital Oyun Platformlarının Karşılaştırılması	29
Tablo 5 Oyun Videolarının İçeriği	34
Tablo 6 Akış Platformları	55
Tablo 7 Kapatılan Akış Platformları	57
Tablo 8 En Başarılı Küresel Twitch Yayıncıları	62
Tablo 9 En Başarılı Türk Twitch Yayıncıları	62
Tablo 10 Ninja ve wtcN Twitch Yayıncılarının Karşılaştırılması	63
Tablo 11 Youtube'taki En Başarılı Oyun Yayıncıları	72
Tablo 12 Youtube'taki En Başarılı Türk Oyun Yayıncıları	73
Tablo 13 Şiddetin Dijital Dönüşümü	80
Tablo 14.Odak Grup Görüşmelerindeki Öğrencilerin Kademelerine Göre Dağılımı	98
Tablo 15.Şiddet İçerikli Video Denetleme Formunda Yer Alan Şiddet Unsurlarına Ait Ana ve Alt Temalar	99
Tablo 16. Oyun Videolarını İzleme Durumları ve Sebeplerine Ait Odak Grup Görüşme Kodları	107
Tablo 17. Oyun Videolarının Öğrencilerin Eğlence Anlayışlarındaki Yerine Ait Odak Grup Görüşme Temaları	107
Tablo 18. Oyun Videolarında Öğrencileri Rahatsız Eden Şiddet Unsurlarına Ait Odak Grup Görüşme Temaları	109
Tablo 19. En Çok İzledikleri Oyunlara Ait Odak Grup Görüşme Temaları	110
Tablo 20. Oyun Videolarını İzlemeye Ayrılan Süreye İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları	111
Tablo 21. Günün Hangi Vakitlerinde İzlediklerine İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları	112
Tablo 22. Kriminal Zaman Dilimindeki Oyun Videolarını İzleme Durumuna İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları	113
Tablo 23.Kriminal Zaman Dilimindeki Yayınlar Hakkında Ebeveyn Farkındalığına İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları	114

Tablo 24.Oyun Videolarını İzlemek İçin Tercih Ettikleri Aygıtı İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları.....	114
Tablo 25 İçerik Analizi Yapılan Oyun Videolarının Listesi	116
Tablo 26 İçerik Analizi Yapılan Oyun Videolarındaki Şiddet Unsurlarının Sayısal Sonuçları.....	118
Tablo 27. İçerik Analizi Sonucunda Belirlenen Şiddet Unsurlarının Frekans ve Yüzde Değerleri.....	119
Tablo 28 Nicel Araştırmalarda Yer Alan Öğrencilere Ait Demografik Bilgilerin Frekans ve Yüzde Dağılımları	120
Tablo 29 Sosyal Medyada Yayınlanan Oyun Videolarını İzleme Nedenleri ile İlgili Frekans ve Yüzde Değerleri	124
Tablo 30. Oyun videolarını izleyen öğrencilerin Oynadıkları Oyunlar ile İzledikleri Oyunlara İlişkin Sonuçlar.....	127
Tablo 31.Oynanan Oyunlar ile İzlenen Oyunlar Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Pearson Korelasyon Analizi Sonucu	128
Tablo 32 Öğrencilerin Cinsiyetleri ile Oyun Videolarını İzleme Alışkanlıkları Arasındaki Farklılığa İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları	131
Tablo 33 Öğrenim Gördükleri Okul Türü ile Sosyal Medyada Paltformlarında Yayınlanan Oyun Videolarını İzleme Davranışları Arasındaki Farklılığa İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları.....	132
Tablo 34 Öğrenim gördükleri kademe ile oyun videoları izleme alışkanlıkları arasındaki farklılığa ilişkin Ki-kare testi sonuçları.....	134
Tablo 35 Oyun Videolarını İzleme Davranışları ile Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki Farka İlişkin ANOVA Sonuçları	136
Tablo 36 Oyun videosu izleyenlerde, öğrenim gördükleri kademe ile şiddet eğilim puanları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA sonuçları.....	137
Tablo 37 Oyun Videoları İzlemeye Ayrılan Süre ile Öğrencilerin Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki Farklılığa İlişkin ANOVA Sonuçları	138
Tablo 38 Kriminal zaman diliminde yayınlanan oyun videolarının izlenme durumu ile şiddet eğilim puanları arasındaki farklılığa ilişkin ANOVA sonuçları	138

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Hareket Algılama Teknolojisi	19
Şekil 2. Dijital Oyun Gelirleri (Küresel Bazda Tahmin / Milyar Dolar).....	20
Şekil 3. Küresel Oyuncu Tahmini (Milyar Birey).....	21
Şekil 4. Platforma Göre Küresel Video Oyun Pazarı (Milyar Dolar).....	28
Şekil 5. Küresel Bazda Oyun Videoları Haftalık İzlenme Süreleri (Milyon Saat).....	32
Şekil 6. Dünya'da Oyun Videoları İçeriklerini Görüntüleyen İzleyici Sayısı 2016-19..	33
Şekil 7. 2019 Yılı E-Spor Turnuvaları Toplam İzleyici Sayıları.....	37
Şekil 8. 2019 Yılı E-Spor Turnuvaları Anlık İzleyici Sayıları	37
Şekil 9. E-spor Küresel izleyici Artışı	38
Şekil 10. 2019 Yılı E-Spor Turnuvaları İzlenme Süreleri	39
Şekil 11. Twitch, Youtube ve Facebook Toplam İzlenme Süreleri.....	43
Şekil 12. Canlı Yayın Platformlarının Yıl Bazında İzlenme Sürelerindeki Artış	44
Şekil 13. İzleyiciler ne ister?	49
Şekil 14. Oyun Videosu Yayıncı Temsili	53
Şekil 15. En Çok İzlenen Yayın Platformları 2020 yılı 3.Çeyrek İstatistikleri	58
Şekil 16. Twitch'e 2020 Yılında Toplam Ziyaret	59
Şekil 17. Twitch Aylık Yayıncı Sayısının Yıllara Göre Değişimi	61
Şekil 18. Twitch'te En Çok Görüntülenen Oyunlar	65
Şekil 19. Twitch'in Demografik Yapısı	66
Şekil 20. Twitch Yıl Bazında İzlenme Süreleri (Milyar Dk.)	66
Şekil 21. Ekim 2020 İtibarıyla Aktif Kullanıcı Sayısına Göre Dünya Çapında En Popüler Sosyal Ağlar (Milyon Birey).....	67
Şekil 22. Aralık 2018 İtibarıyla Dünya Geneline Toplam Youtube Video İçeriğinin Kategoriye Göre Dağılımı	68
Şekil 23. 2020 Yılında Youtube'ta En Çok İzlenen Oyunlar	74
Şekil 24. Jean-Claude Chesnais'e Göre Şiddetin Türleri	77
Şekil 25. Oyun Videolarını İzleme Oranları.....	122
Şekil 26. Oyun Videolarının En Çok İzlendiği Sosyal Medya Platformları	125
Şekil 27. Oyun Videolarında Tercih Edilen Yayın Türü.....	126
Şekil 28. Oyun Videolarını İzleyen Öğrencilere Ait İzledikleri Oyunlar ile Oynadıkları Oyunlar Arasındaki İlişki	128

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1. Abone Olmaya Teşvik Eden Bir Yayıncı	60
Görsel 2. Twitch'in Bilgisayardaki Ekran Görüntüsü	63
Görsel 3. Twitch'in Mobil Ekran Görüntüsü	64
Görsel 4. Youtube Gaming'in Bilgisayardaki Ekran Görüntüsü.....	70
Görsel 5. Youtube Gaming Mobil Ekran Görüntüsü.....	71
Görsel 6. Kodlu Şiddetin Dijital Dönüşümü	81
Görsel 7. Call Of Duty Oyununda Yer Alan Araçsal Şiddete Örnek	82
Görsel 8. 30 Dakika Şiddet içerikli Dijital Oyun Oynayan Bireyin Beyin Taraması	85
Görsel 9. Oyun Videolarında Yayına Davet Mesajları (Argo).....	87
Görsel 10. Oyun Videolarında Yayına Davet Mesajları (Küfür)	88
Görsel 11. Yayında Uyuşturucu, Tütün ve Alkol Tüketen Yayıncı Örnekleri.....	89
Görsel 12. Yayında Cinsel Şiddet Alt Temalarını Kullanan Yayıncı Örnekleri	90
Görsel 13. İninal Kart Paketine Ait Ön ve Arka Yüz Görselleri	93
Görsel 14. Araştırmanın Modeli.....	95
Görsel 15. Tez İnfografiği	149
Görsel 16. Oyun Videoları Bilgilendirme Posterleri	150

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ACB	: Australian Classification Board
AR	: Artırılmış Gerçeklik
CERO	: Computer Entertainment Rating Organization
CS:GO	: Counter Strike: Global Offensive
ESRB	: Entertainment Software Rating Board
FPS	: First Person Shooter – Birinci Şahıs Nişancı
GTA V	: Grand Theft Auto V
LoL	: League of Legends
MIT	: Massachusetts Teknoloji Enstitüsü
MMO	: Massively Multiplayer Online - Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Oyunlar
MMORPG	: Massive Multiplayer Online Role Playing Game – Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu
MOBA	: Multiplayer Online Battle Arena - Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası
NBA	: Amerikan Ulusal Basketbol Ligi
NFL	: Amerikan Ulusal Futbol Ligi
PEGI	: Pan European Game Information
PSN	: Sony Playstation-3 Çevrimiçi Ağı
PubG	: Playerunknown's Battlegrounds
RARS	: Russian Age Rating System
RPG	: Role Playing Game – Rol Yapma Oyunu
SODİGEM	: Sosyal Medya ve Dijital Güvenlik Eğitim, Uygulama ve Araştırma Merkezi
ŞEÖ	: Şiddet Eğilim Ölçeği
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
USK	: Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle
VR	: Sanal Gerçeklik
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü

BÖLÜM 1

Giriş

Bu bölümde oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkilerine ilişkin probleme, araştırmanın amacına, araştırmanın önemine, sınırlılıklarına ve tanımlara yer verilmiştir.

1.1 Problem

Doksanlı yılların sonlarına doğru küresel ağlarla yaygınlaşan dijital ortam, hayatın her alanında yerini o kadar hızlı almıştır ki telefonun 50 yılda, televizyonun 22 yılda, bilgisayarın 14 yılda edindiği 50 milyon kullanıcı sayısına; internet 7 yılda, Facebook 4 yılda, Wechat 1 yılda ve Pokemon Go oyunu ise 19 günde ulaşmıştır (Wagner, 2018). Bugün bakıldığında dünya nüfusunun %57'si, Türkiye'de ise nüfusun %72'si dijital ortamın içerisinde aktif olarak yer almaktadır ve bu oran her yıl ortalama %10'dan fazla artmaktadır (We Are Social & Hootsuite Report, 2019). Hızla büyük kullanıcı kitlelerine ulaşan bu ortamın kendine has dili, kavramları, kuralları, kültürleri, avantaj ve dezavantajları oluşmuştur. Bireyler bu ortamda kendi toplumsal değerlerinden ve kültürel kodlarından uzaklaştırılmakta ve bu ortamın kurallarına uymak zorunda bırakılmaktadır. Dijital dünyanın diline ve davranış biçimlerine hâkim olunmaz ise gençler kültürel kodlardan ve toplumsal değerlerden uzaklaşarak bu dünyada başkalarının yönlendirdiği şekilde yaşayacak ve düşünecektir (Çomaklı, 2019). Bu noktada yetişkinler olarak dijital dünyayı iyi anlamak ve olası tehditleri öğrenmek gerekmektedir (Haake, Axelsson, Clausen-Bruun & Gulz, 2015).

Dijital dünyanın kullanıcı rakamlarına bakılacak olursa, ülkemizde günlük ortalama internet başında geçirilen 7 saat 15 dakikanın %96'sı video izleyerek, %43'ü internet TV kanallarını izleyerek, %36'sı çevrimiçi oyunlar oynayarak, %27'si oyun videoları izleyerek ve %16'sı da e-spor turnuvalarını izleyerek geçirilmektedir (We Are Social & Hootsuite Report, 2019). Kullanıcı rakamları da göstermektedir ki zaman harcanan etkinliklerin büyük bir çoğunluğu dijital oyun temelli etkinliklerdir. Buradan hareketle dijital oyunlar üzerinde dikkatle durulması gerekmektedir.

Dijital oyunlar, çeşitli yazılımlar ile programlanmış, oyuncuya kullanıcı girişi imkanı verip kişiselleştiren, aynı zamanda görsel bir dünyaya sokarak oyunun imkan verdiği çerçevede aşamalı olarak etkileyen, popüler bir kültür haline gelmiş oyunlardır (Çetin, 2013 ve Fleer, 2014, aktaran Toran vd., 2016, s.2264). Sosyal Medya ve Dijital Güvenlik Eğitim, Uygulama ve Araştırma Merkezi (SODİGEM) ise dijital oyunları şöyle tanımlar: Belirli bir amacı gerçekleştirmek için kuralları olan yarışma, meydan okuma, puan toplama gibi mekaniklerle ilerleyen ve dijital cihazlar aracılığıyla çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak gerçekleştirilen eğlenceli etkinliklerdir (SODİGEM, t.y.). Bu eğlenceli etkinliklere zaman harcayan dünya genelinde yaklaşık 2,5 milyar oyuncu olup; toplam oyuncu sayısının %21'inin ortaöğretim ve alt kademe yaş grubu olması, oyunların içeriklerini önemli hale getirmiştir (Video Game Industry Statistics in 2020, t.y.). Çünkü satış rakamlarına bakıldığında en çok satılan dijital oyunların şiddet içerikli oyunlar olduğu görülmekle birlikte, bu oyunları en çok oynayanların erkekler ve ergenler olduğu bilinmektedir (Irmak ve Erdoğan, 2016, s.130). Bu etkinliklere ayrılan zamana bakıldığında, oyunların oynanmasına ayrılan zaman günlük ortalama 2 saat 36 dakikadır (We Are Social & Hootsuite Report, 2019).

Alanyazında dijital oyunların ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki şiddet eğilimlerine etkilerini inceleyen çalışmalar mevcuttur. Sağlam (2011) tarafından 12-14 yaş aralığındaki 250 öğrenci ile yapılan çalışmada, şiddet içeren bilgisayar oyunlarının ergenlerin şiddet eğilimlerini arttırdığı görülmüştür. Solak (2012) tarafından Siirt ilinde 592 ortaöğretim öğrencisi ile yapılan çalışmada da öğrencilerin bilgisayar oyunu tutumları ile saldırganlık eğilimleri arasında anlamlı ve pozitif yönde bulgular elde edilmiştir. Şelimen ve Ceylan (2018) tarafından Yalova ilinde 13-14 yaş gurubu 100 öğrenci ile yapılan çalışmada ise bilgisayar oyunlarını hiç oynamayanlardan çok oynayanlara doğru saldırganlık eğilimi puanlarının arttığı görülmüştür. Genel olarak bakıldığında dijital oyunların şiddet eğilimi ve saldırgan davranışları arttırdığını gösteren bir çok çalışma bulunmaktadır (Anderson & Murphy, 2003; Anderson & Carnagey, 2005; Bartholow, Bushman & Sestir, 2006; Bilgi, 2005; Cunningham, Engelstatter & Ward, 2011; Çetinkaya, 1991; Gentile, Lynch, Linder & Walsh, 2004; Kars, 2010; Markey & Markey, 2010; Polman, Castro & Aken, 2008; Taştekin, 2019; Unsworth, Devilly & Ward, 2007; Von Salisch, Vogelgesang, Kristen & Oppl, 2011).

Uzun süreler harcanarak oynanan bu oyunlara ait bir de oyun videoları bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarında bir yayıncı tarafından yayımlanan ve dijital oyunların içerdiği şiddet öğelerine fazlasını katan bu videoların bağımlılık derecesinde

izlendiği söylenebilir. “League of Legends (LoL)” isimli oyunun 2013 yılında yapılan Dünya şampiyonası, Twitch sosyal medya platformunda canlı yayınlanmış ve olay Amerikan Ulusal Basketbol Ligi (NBA) basketbol finallerinden fazla izlenmiştir (McCormick 2016, aktaran Nakandala vd., 2016, s.2). Youtube (2019) istatistiklerine göre +18 ibaresine rağmen “Grand Theft Auto V (GTA V)” isimli oyuna ait oyun videoları 40 milyarın üzerinde izlenmiştir. 2020 yılının ilk 3 ayında toplamda 4,8 milyar saat oyun videosu izlenmiştir (May, 2020). İzleyici kitlenin çocuk ve ergenlerden oluşması dolayısı ile bu videolardaki şiddet öğeleri gündelik yaşama kolayca uyarlanmaktadır (Michaud, 1991).

Oyun videoları, dijital oyun sektörünün yükselen fenomeni olmakla birlikte; sosyal medya platformları olan Youtube, Mixer, Facebook Gaming ve Twitch gibi ortamlarda oyuncuların yayımladığı canlı veya kayıtlı oyun oynama kayıtlarıdır. Her oyun akışına “kanal” adı verilir ve tek bir yayıncı, bir yayıncı grubu, bir kuruluş veya bir kanal toplayıcı tarafından yürütülür (Nakandala, Ciampaglia, Su & Ahn, 2016). Oyun yayıncılarının, kanallarında kendilerini izleyiciye gerçek zamanlı olarak oynarken ve yorum yaparken göstermeleri, oyun videolarının çekiciliğini ve izleyici sayısını arttırmıştır (Burroughs & Rama, 2015). Nitekim Cheung ve Huang (2011)’ın yaptığı araştırma sonuçlarına göre bireylerin kendi başlarına oynamak yerine oyun oynayan profesyonel oyuncuları izlemeyi tercih ettiğini göstermiştir. Sosyal medya üzerinden yapılan bu yayınlar için Twitch, Youtube, Mixer ve Facebook çok kullanılan platformlardır (Pellicone & Ahn, 2017; May, 2020). May’e (2020) göre 2020 yılının ilk üç ayında Twitch, Youtube, Facebook ve Mixer sosyal medya platformlarında 11,1 milyon farklı kanaldan, 168 milyon saat yayın yapılmış olup, günlük ortalama 1 saat 57 dakika izlenme ile toplam 4,8 milyar saat oyun videosu izlenmiştir.

Çomaklı’ya (2019) göre yayınlanan oyun videolarında, dijital oyunlarda bulunan olumsuz öğelerin üzerine daha da fazlası eklenmektedir. Öyle ki çevrimiçi suç bağlantılarının yanında şiddet türleri olan fiziksel, psikolojik, ekonomik, sözel, cinsel ve siber şiddet öğeleri de fazlasıyla yer almaktadır (Polat, 2016). Anne-Baba gibi aile fertlerinin yanında öğretmene veya arkadaşına karşı uygulanan şiddet örnekleri bu kayıtlarda oyun adı altında yayımlanmaktadır. Bu kayıtlar gün içerisinde farklı zamanlarda yayımlanmakla birlikte “kriminal zaman dilimi” denen 03:00-05:00 saatleri arasında da yayımlanmaktadır. Özellikle kriminal zaman diliminde yayımlanan bu yayınlarda, şiddet öğelerinin yanına pornografik öğeler, kumar, alkol ve uyuşturucu gibi öğeler de özendirilmek suretiyle izleyiciye sunulmaktadır (Çomaklı, 2019). Kriminal

zaman diliminde yayımlanan bu yayınlar genellikle canlı yapılmakta ve gençlerin belirtilen saatlerde bilgisayar, tablet veya telefonları başında bulunmaları istenmektedir. Bu istek gece telefon veya tabletlere davet mesajı gelmesiyle yapılmaktadır. Bu davet mesajlarında argo ve aşağılayıcı mesaj içerikleri ile aile üyelerine (Anne-baba-kardeş) küfürler de bulunmaktadır. Bu tarz küfür, argo, hakaret ve isyan dili kullanımı sosyal medyada şiddet dilinin oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Çakın ve Bolat, 2018). Yayına katılan izleyiciler kimi zaman para karşılığında yayıncıdan olumsuz isteklerde de bulunabilmektedir. Yayıncı da paranın hesaba geçmesinin ardından isteneni yerine getirmektedir. Bu istekler genellikle anne-babaya veya aile üyelerine küfür etme, kıyafetlerini çıkartma, alkol içme, erotik içerikler oluşturma veya başka bir oyun hesabını çalma gibi isteklerden oluşmaktadır.

Dijital oyun ve oyun videolarının ortaya koyduğu bu durum, şiddet başta olmak üzere birtakım toplumsal sıkıntıların doğmasına neden olmaktadır. Öyle ki dijital ortam bağımlılığı sonucunda, toplumsal gerçekler ile dijital ortamın gerçeklerinin, bireyler tarafından ayırt edilemez hale geldiği; dijital ortamın algıya anlamsal açıdan tesir edip, onu yeniden yapılandırarak düşünmeyi ve sanal muhakemeyi olumsuz etkilediği, bunun sonucu olarak da sanal ortamda gerçek ile sanal olanın ayrımının belirsizleştiği, hatta birincisinin aleyhine bozulduğu söylenebilir (Erdal, 2012). Michaud'a (1991) göre birey yaşamış olan şiddet yerine, medya aracılığıyla yansıtılan kadar ve o biçimiyle şiddeti bilir ve o şiddetten öğrenir.

Medyadaki yayınların izleyici üzerindeki etki boyutunu belirlemeyi amaçlayan Gerbner, "Ekme Kuramı (Cultivation Theory)"nda medyadaki şiddetin insanları çok fazla etkilediğini hatta medyatik şiddete maruz kalan çocuk ve ergenlerin, henüz zihinsel olgunluğa erişmemiş olup savunma mekanizmaları tam anlamıyla gelişmemiş olduğundan ve yeterince deneyimli olmamaları nedeniyle gelecek yıllarında şiddete yönelimleri olduğunu belirtmiştir (Bak vd., 2020). Dolu ve diğerlerine (2010) göre şiddet içerikli medyaya maruz kalan bireyler dünyayı korkulacak bir yer olarak görmekte ve kendini koruma hissi ile şiddet olaylarına ve şiddetten etkilenenlere karşı duyarsızlaşma davranışı göstermektedir. Werner, Günter ve Rudolf 'un (2008) yaptığı araştırma sonuçlarına göre de çocukların çocukluk döneminde korku ve şiddet filmlerini ne kadar sık izlerlerse ve ergenlik döneminin başlarında ne kadar sık şiddet içeren elektronik oyunlar ve türevleriyle vakit geçirirlerse, bu öğrencilerin şiddet ve suçluluk oranlarının 14 yaşında o kadar yüksek olacağını göstermektedir. Fransa'da yaşanan örnek bir olayda 17 ve 18 yaşlarındaki iki ergenin bir filmdeki şiddet sahnelerinden etkilenerek suç

işledikleri, yine aynı filmi izleyen İskoç’lu bir gencin de okulunda 18 bireyin hayatına son verdiği bilinmektedir (Kızmaz, 2006).

Şiddet dar anlamda sertlik, katı ve sert davranış olarak tanımlanır (Ünsal, 1996). Kapsamlı olarak tanımlanmak istenirse şiddet, “fiziksel güç veya iktidarın kasıtlı bir tehdit veya gerçeklik biçiminde bir başkasına uygulanması sonucunda maruz kalan kişide yaralanma, ölüm ve psikolojik zarara yol açması ya da açma olasılığı bulunması”dır (Dünya Sağlık Örgütü, 2002). Bandura (1997) sosyal öğrenme kuramında, şiddet ve saldırgan davranışların diğer sosyal davranışlar gibi öğrenilmiş davranışlar olduğunu vurgulamıştır. Gözüdok ve diğerleri (2007) da toplumda yaşanan şiddet olaylarının ve kitle iletişim araçlarının sunduğu şiddetin, şiddet unsurlarının kanıksanmasına neden olduğu ve şiddeti meşrulaştırdığı görüşünü savunmaktadır. Bu durumda şiddetin, şiddet içerikli oyun videolarından da edinildiği söylenebilir. Nitekim Bilgi İşleme Kuramı’na göre de bilgi, dışarıdan alınan uyarıcılar ile elde edilir (Senemoğlu, 2007). Bilgi işleme kuramının son aşamalarından olan “öğrenenin, çevresinde performans göstermesi” ile bireyler sosyalleştikleri alanlarda öğrendikleri şiddeti uygularlar. Çocuklar ve ergenler için sosyalleşmenin aileden sonra başladığı en önemli yerin okul olduğu düşünüldüğünde (Kaya ve Tuna, 2008), öğrenilen şiddetin en yoğun yansıtıldığı yerin okul olduğu söylenebilir.

TBMM Araştırma Komisyonu’nun 2007 yılında hazırladığı rapora göre ortaöğretim kurumunda okuyan öğrencilerin şiddet ile en fazla sokakta (%39) sonrasında ise okulda (%34) karşılaştıkları saptanmıştır (TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, 2007). Dünya genelinde 1960 yılından bu yana okullarda saldırganlık suçları %100, öğretmenlere saldırı %7100, narkotik suçlar %1000 ve hırsızlık suçları %306 artmıştır (Ekşi ve Yaman, 2010). Okullarda yılda üç milyon kişi suç işlerken (Yell & Rozalski, 2000), 15-24 yaş arası gençlerin ikinci ölüm nedeni şiddet olayları olmaktadır (Rosenberg, Powel & Hommond, 1997). Öğrenciler için zamanın büyük bölümünün geçtiği okullarda artan şiddet olayları “okulda şiddet” kavramını ortaya çıkarmıştır. Okulda şiddet, okul idarecileri ve öğretmenler için önemli bir sorun olmakla birlikte pek çok ebeveyn için de çocukları açısından endişe sebebi olarak görülmektedir (Price & Everett, 1997; Verdugo & Schneider, 1999). Nitekim yapılan çalışmalar (Carney, 2000; Fleming & Jacobsen, 2009; Hazler & Denham, 2002; Heino, Rimpela, Marttunen, Rimpela & Rantanen, 1999; Rigby & Slee, 1999; Roland, 2002; Yaman, Eroğlu, Bayraktar ve Çolak, 2010) okulda yaşanan şiddet olaylarında mağdur öğrencilerin duygularını yoğun bir şekilde yaşadıklarını ve onları intihara kadar sürüklediğini göstermiştir (Ekşi ve Yaman, 2010).

Furlong ve Morrison'a göre okulda şiddet kavramı, okul iklimi üzerinde olumsuz sonuçlar üreten, öğrencilerin öğrenme süreçlerine zarar veren, onların gelişimlerini engelleyen saldırgan ve suç benzeri davranışları tanımlayan bir anlamda kullanılmaktadır (Furlong & Morrison, 2002, aktaran Kızmaz, 2006). Okulda şiddetin ileride toplumsal şiddete dönüştüğü yönündeki algı dolayısıyla konu ile alakalı çok sayıda araştırma yapılmış, okulda şiddetin boyutları, nedenleri ve sonuçları hakkında çalışmalar ortaya konmuştur (Arslan, 2015; Bahramlı, 2016; Bebiş, Coşkun ve Açikel, 2014; Bulut, 2008; Burak, 2013; Dölek, 2002; Dönmez ve Güven, 2001; Dönmez ve Güven, 2003; Dwyer, Osher ve Warger 1998; Evcin, 2010; Gelbal, 2006; Gözüdok vd., 2017; Kıran, 2011; Kızmaz, 2006; Koç, 2006; Mokeyeva, 2015; Mooij, 2010; Olweus, 1993; Ögel, Tarı ve Eke, 2006; Pişkin, 2002; Sağlam, 2009; Satan, 2006; Uysal ve Temel, 2009; Üstün, Yılmaz ve Kırbaş, 2007; Verdugo, 1999; Yaman, Eroğlu, Bayraktar ve Çolak, 2010; Yaman ve Ayar, 2009; Yavuz, Atan, Atamer ve Gölge, 2003).

Kızmaz'ın (2006) çalışmasında okul içi şiddetin nedenleri arasında aile sorunları, yanlış arkadaşlık, zayıf benlik, iletişim bozukluğu, uyuşturucu kullanma, okul başarısızlığı ve kitle iletişim araçlarının etkisi olduğu görülürken; Ekşi ve Yaman'nın (2010) çalışmasında bilgisayar başında geçirilen süre ile şiddet eğilim puanları arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu, internet kullanım sıklığı arttıkça şiddet eğilim puanlarının arttığı ve bilgisayarı temel kullanım amacı dışında oyun oynamak, chat yapmak vb. amaçlar için kullananların şiddet eğilim puanlarının yüksek çıktığı görülmüştür.

Yavuz'un (2009) çalışmasında da televizyon ve medyanın okul ortamını bozan şiddet içerikli davranışlarına etkisi olduğunu saptamıştır.

Evcin (2010) ise ortaokul öğrencileri ile yaptığı çalışmada okul içi şiddetin en önemli tetikleyicisinin şiddet içerikli bilgisayar oyunları olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmanın bulgularında bu oyunları oynayan öğrencilerin fiziksel saldırganlık, sözel saldırganlık, öfke, dolaylı saldırganlık ve total saldırganlık puanlarında artış olduğu bulgulanmıştır.

Konuk'un (2019) çalışmasında 142 üniversite öğrencisi ile çalışılmış ve sosyal medyada şiddet içerikleriyle karşılaştıklarında neler hissettikleri araştırılmıştır. Üniversite öğrencilerine göre sosyal medyada karşılaşılan şiddet içerikleri, bireylerin şiddet eğilimlerini arttırmaktadır. Bazı sosyal medya platformlarında yayınlanan şiddet içerikli paylaşımlardan üzüntü, kızgınlık ve sinir gibi duygular ile ayrıldıklarını belirtmişlerdir.

Kocadaş, Özgür ve Özbulut'un (2010) gençler üzerinde yaptığı çalışmada, bireylerin başta sosyal medya ve televizyon olmak üzere, yayınlanan şiddet içeriklerini izlediklerinde bu davranışları uygun bir davranış olarak kabul ettikleri ve gerçek yaşamda karşılaştıkları sorunların çözümünde şiddete başvurdıkları ve daha saldırgan bireyler oldukları görülmüştür.

Tutkun ve diğerlerinin (2017) ortaokul öğrencileri ile yaptığı araştırma sonuçlarına göre de sosyal medya ve dijital oyunlarda şiddet içeriklerine maruz kalan gençlerde sınıf arkadaşıyla yaşadığı problemlerde en çok yapmak istedikleri davranışın arkadaşını dövme isteği olduğu sonucu çıkmıştır.

Gentile, Lynch, Linder ve Walsh'ın (2004) 8. ve 9. sınıflarda öğrenim görmekte olan 607 öğrenci ile yaptığı çalışmada şiddet içeren video oyunları ve türevlerine maruz kalan gençlerin akranları ile arasında düşmanlığın, öğretmenleri ile tartışma sıklığının ve şiddet içeren olumsuz davranışlarının arttığı sonucu çıkmıştır. Bireyi şiddete yönelten diğer faktörler olarak da medyada şiddete maruz kalma, internet kullanımı, dijital oyunlar oynama, alkolü içecekler tüketme, sigara ve madde kullanımı verilebilir.

Özgür vd.'nin (2011) 360 lise öğrencisiyle yaptığı, lise öğrencilerinin şiddet algılarına yönelik çalışmada da çevrimiçi ortamlardaki şiddet içerikli yayınların denetlenmesi ve etkin bir şekilde kontrol edilmesi sonucu çıkmıştır.

Nakandala vd.'nin (2016) çalışmasında 200 kadın ve 200 erkek oyun videosu yayıncılarına gönderilen 71 milyon 154 bin 340 izleyici mesajları analiz edilerek cinsel şiddet davranışları tespit edilmiştir. Mesajların son derece cinsiyetçi olumsuz yaklaşımlar sergilediği görülmüştür. Özellikle kadın yayıncılara gelen mesajların, kadını nesnelleştirdiği ve cinsel öğeleri içerdiği tespit edilmiştir. İzleyicilerde görülen bu şiddet türünün de yine öğrenilmiş şiddet olduğu Mitchell'in (2014) çalışmasında görülebilir.

Mitchell'in (2014) tespitine göre oyun videoları yayınlarının en çok izlendiği sosyal medya platformu Twitch'in 2014 yılında yayıncıların kılık kıyafet ile ilgili *"bulunduğunuz yer dayanılmaz sıcaksa ve üzeriniz üstsüz(erkek için) veya bikininiz (burada kadınların göğüs kısmını kapatacak herhangi bir kıyafet kastedilmektedir) varsa o zaman web kameranızı yüzünüze ayarlayınız (Twitch, 2014)."* uyarısına karşın bir çok yayıncı Twitch'i eleştirmiş ve oynadıkları oyunlardaki cinselliğin çok daha büyük boyutlarda olduğunu kendileri de belirtmişlerdir. Tartışmanın ardından yayıncıların yine bildikleri tarzda yayın yaptıkları görülmüştür (Mitchell, 2014). Her türlü şiddetin yanında çıplaklık ve cinsellik hakkında da serbestçe yayın yapma özgürlüğü isteyen yayıncılara

karşı maalesef televizyonlarda bulunan bir baypass sistemi Twitch'te yoktur (Taylor, 2018).

Şiddetin birey, aile ve topluma sosyal, ekonomik, duygusal ve ruhsal açıdan önemli bir yük getireceği ve önlenmediği sürece kuşaktan kuşağa aktarılmasının kaçınılmaz olacağı anlaşılmaktadır (Özgür, Yörükoğlu ve Arabacı, 2011). Özellikle çocuklar ve gençlerin anksiyete ve depresyon gibi durumlarının kuşaksal artışlara sebep olabileceği ileri sürülmektedir (Twenge, 2010). Gelecekte toplumsal sorunların doğmaması ve sağlıklı nesiller yetişmesi için ergenlerin şiddete dayalı olumsuz davranışlardan korunması, olumlu psikolojik ve sosyal ilişkiler geliştirmesi gerekmektedir.

Özellikle sosyal medya aracılığı ile yayımlanan oyun videolarının şiddete dayalı içerik analizlerinin daha önceki çalışmalarda yapılmamış olması, içerdikleri şiddet unsurlarının ortaya konması ve oyun videolarının okul içi şiddete etkisinin tespit edilmesi önemli ve gerekli görülmüştür. Bu düşünceden hareketle elde edilecek bilgiler çocukların, ergenlerin ve ebeveynlerin farkındalığı açısından önemli bir yere sahip olacaktır.

1.2. Amaç

Bu çalışmanın amacı oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkisini incelemektir. Bu genel amaç kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır.

1. Öğrencilerin oyun videoları hakkındaki genel görüşleri nelerdir?
 - Oyun videolarının öğrencilerin eğlence anlayışlarındaki yeri neresidir?
 - Oyun videolarında öğrencileri rahatsız eden unsurlar var mıdır? Varsa nelerdir?
 - Öğrenciler oyun videolarında maruz kaldığı şiddet unsurlarını sosyal ilişkilerine ve özellikle okul ortamına yansıtıldığını düşünmekte midir?
 - Oyun videoları öğrencilerin anadil kullanımlarında değişikliklere sebep olmakta mıdır?
2. Öğrencilerin oyun videolarını izleme durumları nedir?
 - Öğrenciler oyun videolarını neden izlemektedir?

- Öğrenciler oyun videolarını günlük ortalama ne kadar süre izlemektedir ve günün hangi vakitlerinde izlemektedir?
 - Öğrenciler oyun videolarını izlemek için en çok hangi aygıtları, hangi yayın türünü ve sosyal medya platformlarını kullanmaktadır?
 - Öğrencilerin covid-19 pandemi sürecinde oyun videosu izleme alışkanlıklarında bir değişiklik olmuş mudur?
 - Öğrencilerin izledikleri oyun videolarının içeriğinden, yapılan sohbetlerden, oynanan oyundan, yayıncının kimliğinden vb. Ebeveynlerinin bilgisi var mıdır?
 - Öğrenciler kriminal zaman diliminde (03:00-05:00) yayımlanan oyun videolarını izlemekte midir? Bu yayınları izlemelerinin özel sebepleri var mıdır? Bu yayınları izlediklerinden ve yayın içeriklerinden ebeveynlerinin bilgisi var mıdır?
3. Oyun videolarındaki şiddet unsurları nelerdir?
 4. Öğrencilerin oynadıkları oyunlar ile izledikleri oyunlar arasında bir ilişki var mıdır?
 5. Oyun videolarını izleme davranışları ile şiddet eğilim puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
 6. Oyun videoları izlemeye ayrılan süre ile öğrencilerin şiddet eğilim puanları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
 7. Öğrencilerin cinsiyetleri ile sosyal medya platformlarında yayınlanan oyun videolarını izleme alışkanlıkları farklılık göstermekte midir?
 8. Oyun videosu izleyenlerde, öğrenim gördükleri kademe ile şiddet eğilim puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
 9. Kriminal zaman diliminde yayınlanan oyun videolarını izleyen öğrenciler ile izlemeyen öğrencilerin şiddet eğilim puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?

1.3. Önem

Pan European Game Information (PEGI), Computer Entertainment Rating Organization (CERO), Russian Age Rating System (RARS), Australian Classification Board (ACB), Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) ve Entertainment Software Rating Board (ESRB) gibi oyun derecelendirme kuruluşları, oyunları gelişim düzeyine

uygunluk ve içerdiği zararlı öğeler bakımından değerlendirir. Bu değerlendirmenin amacı, oyunları yaş sınıflandırmasına göre ayırmak ve kullanıcılar ile ebeveynleri oyunların içeriği hakkında uyarmaktır. Bu kuruluşlara göre çocuk ve ergenler için uygun olmayan çok sayıda oyun bulunmaktadır.

Her ne kadar derecelendirme kuruluşları tarafından gerekli uyarılar yapılmış olsa da oyuncunun yaşı dijital ortamda tespit edilemeyeceği için kontrolü çok zor bir alan doğmuştur. Çünkü “+18 yaş ve üzeri kullanıcılar için uygundur” ibaresine rağmen anasınıf çağlarındaki öğrencilerin dahi “Mortal Kombat”, “GTA V” ve “Playerunknown's Battlegrounds (PubG)” gibi 18 yaş sınırı bulunan oyunları oynadığı bilinmektedir. Ayrıca bu oyunların yaşattığı heyecan ve bağılayıcılık gibi unsurları ile bireyleri uzun süreler ekran başında tuttuğu da söylenebilir. Valve şirketi tarafından üretilmiş “Steam Oyun Platformu”, çevrimiçi oynanan oyunların oyun kayıt sürelerini tutmaktadır. Steam’a göre en fazla oyun kaydı bulunan bireyin toplamda 42 bin saat oyun kaydı olduğu ve bireylerin ortalama oyun kaydının yaklaşık 2 bin saat olduğu görülmüştür.

Dijital oyunlar ve sosyal medyada yer alan şiddet içeriklerinin toplumsal şiddetin artmasında önemli bir role sahip olduğu görülmektedir. Sosyal medya aracılığı ile yayımlanan oyun videolarının da toplumsal şiddetin artmasında etkili olduğu ve konunun araştırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Çocuk ve ergenlerin zamanlarının büyük bölümünü geçirdikleri ve sosyalleştikleri okul iklimi, bu artışın en sık karşılaştığı yerler arasına girmektedir (TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, 2007).

Alanyazında oyun videoları üzerine yapılan araştırmaların hala yetersiz olduğu bilinmektedir (Ramirez, Canizares ve Garcia, 2020). Bu çalışma, oyun videolarındaki fiziksel, psikolojik, ekonomik, sözel, cinsel ve siber şiddet öğelerinin, okul içi şiddete etkisinin tespiti ve alınacak önlemler açısından önemli bir çalışma olacaktır. TBMM Araştırma Komisyonu’na (2007) göre okul içi şiddetin gelecekte toplumsal sorunların temellerinden olduğu düşünüldüğünde, bu konuda yapılacak olan çalışmalara da kaynak olması beklenmektedir.

1.4. Sınırlılıklar

Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda insan faktöründen ve veri toplama araçlarından kaynaklanan sınırlılıklar bu çalışma için de geçerlidir. Ayrıca araştırma kapsamında elde edilen verilere Covid-19 Pandemi sürecinde ulaşıldığı için katılımcıların pandemiden kaynaklanan ruhsal durumları göz önünde bulundurulmalıdır.

1.5. Tanımlar

Dijital Oyun : Belirli bir amacı gerçekleştirmek için kuralları olan yarışma, meydan okuma, puan toplama gibi mekaniklerle ilerleyen ve dijital cihazlar aracılığıyla çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak gerçekleştirilen eğlenceli etkinliklerdir (SODİGEM, t.y.).

Oyun Videosu : Youtube, Youtube, Facebook ve Twitch gibi sosyal medya platformlarında canlı veya kayıtlı yayınlanan, oyun oynama esnasında yayıncının ve oyun ekranının görüntülerinin birlikte yayınlandığı, yayıncının oyun oynarken verdiği tepkilerin ve yorumların yer aldığı videolardır.

Şiddet : Fiziksel güç veya iktidarın kasıtlı bir tehdit veya gerçeklik biçiminde bir başkasına uygulanması sonucunda maruz kalan kişide yaralanma, ölüm ve psikolojik zarara yol açması ya da açma olasılığı bulunmasıdır (“Dünya Sağlık Örgütü”, 2002).

Yeni şiddet : Tehdit, güç ve zor kullanma, kaba davranışlar gösterme, psikolojik zarar verme, gelişim bozuklukları veya yoksunluk gibi sonuçlar doğuran, şiddetin geniş tanımında yer alan unsurların, yeni iletişim araçları ile gerçekleşmesidir (Yengin, 2012).



BÖLÜM 2

KURAMSAL ÇERÇEVE: OYUNLAR, DİJİTAL OYUNLAR, OYUN VİDEOLARI ve YENİ ŞİDDET

2.1.Oyun Kavramı ve Tarihi Gelişimi

2.1.1. Oyun Kavramı. Oyun kavramı paidea, agon, ludus, jeu, gioco, jogo, joc, jocus, game, gaman, Lu'b, oyıg ve oyun gibi isimlerle anılmış küresel bir olgudur. Oyun geçmişten günümüze gelişen toplumlara ayak uydurarak farklı şekillerde tanımlanmıştır. Öyle ki teknoloji gelişip çağlar değiştikçe oyunların ve oyuncakların da değişim gösterdiği görülmüştür. Bu noktada her devirde oyun olgusuna yönelik farklı tanımlar karşımıza çıkmaktadır.

Milattan önce 300'lü yıllarda Aristoteles'e göre oyun, boş zamanın faydalı ve zararsız geçirilmesi içindir (Yengin, 2012). X'e (1251) göre oyun insanların içlerindeki mutluluğu yaşatmak, sıkıntı ve dertlere katlanabilmek için icat ettikleri eğlenceli etkinlikler; Huizinga'ya (1950) göre sıradan hayatın bilinçli bir şekilde dışında duran, ciddi olmayan ama aynı zamanda oynayanı tamamen içine alan özgür bir faaliyet; Berne'e (1964) göre sürekli gelişmekte olan bir dizi iyi belirtilmiş, tahmin edilebilir sonuçlardan oluşan olgu; Avedon ve Sutton'a (1971) göre dengesiz bir sonuç üretmek için bir prosedür ve kurallarla sınırlandırılmış, güçler arasında bir karşıtlığın olduğu gönüllü kontrol sistemlerinin bir uygulaması; Kelley'e (1988) göre elde edilecek bir nesneyi ve ona ulaşmak için izin verilen yolları belirleyen bir dizi kural tarafından oluşturulan bir eğlence biçimi; Dönmez'e (1999) göre de belirli bir amaca yönelik olan ya da olmayan, kurallı kuralsız gerçekleştirilebilen ancak her durumda bireyin isteyerek ve hoşlanarak dahil olduğu fiziksel, bilişsel, dilsel, duygusal ve sosyal gelişimin temeli olan, gerçek hayatın bir parçası olan en etkin öğrenme biçimi; Caillois'e (2001) göre serbest bölümlerden oluşan, şüpheli, verimsiz, kurallara güdümlü yalandan inanılan bir aktivite; Katie ve Zimmerman'a (2004) göre kurallar tarafından belirlenen oyuncuların yapay bir çatışma içinde olduğu sayısallaşan bir sonuçla neticelenen bir durum; Özdemir'e (2006) göre de insanların isteyerek katılım sağladığı, fiziksel, bilişsel, duyuşsal ve sosyal gelişimlerini etkileyen eğlenceli aktivitelerdir.

2.1.2 Oyunların Tarihi Gelişimi. Oyunun, verdiği haz dolayısı ile yüzyıllardır insan hayatının içerisinde olmakla birlikte insanlık tarihi kadar eski bir kavram olduğu söylenebilir. Milattan önceki devirlere ait tarihi eserlerde “oyuncak” denilebilecek materyallere rastlanılmıştır. Örneğin tarihi yaklaşık 12 bin yıl öncesine uzanan, dünyada bilinen en eski yapı olan, Göbeklitepe’de mangala oyununa ait tahta materyalden bir tabla bulunmuştur (Uluişik, 2018). Bunun yanında uzak doğuda ünlenen 4 bin yıllık geçmişe sahip Go oyunu, Antik Mısır’da pişmiş topraktan yapılan tekerlekli küçük at oyuncakları, Antik Yunan’da yapılan olimpiyat oyunları, Roma dönemine ait bilya ve seksek oyunları, ortaçağda başlayan güreş oyunları, 16. ve 17.yüzyılda yapılmaya başlayan bebek evleri, 18.yüzyılda ortaya çıkan diablo ve yoyo oyunları, 19. Yüzyılda sanayi devrimi ile birlikte gelen oyuncak arabalar ve trenler ile 20. Yüzyılın ortalarına kadar süregelen çeşitli oyuncaklar ve oyun türleri insan hayatını eğlenceli hale getirmiştir (Onur, 2019).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren oyun kavramını çok farklı boyutlara taşıyan gelişmeler yaşanmıştır. 1951 yılında televizyon mühendisi Ralph Baer çalıştığı Loral Televizyon şirketine, televizyonda oynanabilecek bir oyun tasarımı söz etmiş ve 1966 yılında ilk video oyunu prototipini hazırlamıştır (Yengin, 2012). Teknoloji geliştikçe, oyun sektörü de o yönde paralel bir gelişme göstermiştir. Televizyonların yaygınlaşması ile televizyonda oyun oynamayı olanaklı hale getiren oyun konsolları, “arcade” olarak tanımlanan oyun makineleri, kişisel bilgisayarların ve internetin hanelere girmeye başlaması ile bilgisayar oyunu, elektronik oyun, video oyunu vb. başlıklar ile ifade edilen dijital oyunlar hayatımıza girmiştir (Yengin, 2012).

Atinalıların oynadığı sek sek ve saklambaç oyunlarından, küresel çapta oynanan “GTA” ve “PubG” oyunlarına doğru gelişen ve değişen oyun sektöründe teknolojinin etkisini her dönemde gösterdiği görülmektedir. Gelecekte de bugünkü oynanan dijital oyunların tarihe karışması ve gelişen teknolojiler ile farklı tarzlarda oyunların üretilmesi beklenmektedir. Yapay zekâ, sanal (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) uygulamaları bu beklentiyi arttıran unsurlar olarak gösterilebilir (İçten ve Bal, 2017).

2.2.Dijital Oyunlar

2.2.1. Dijital Oyun Kavramı. Hollandalı filozof Huizinga 20.yüzyılın başlarında, insanların uygarlık düzeyleri arttıkça oyun için gerekli toplumsal koşulların ortadan kalkacağını ve oyunun eski önemini yitireceğini belirtmiştir (Gül, 2019). İletişim temelli, fizikselliğe ve yaratıcılığa dayalı geleneksel oyunlar için düşünüldüğünde Huizinga'nın haklı olduğu görülse de teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni düzen oyun sektörü için durum çok farklıdır. Bugün oyunların geleneksel ve dijital oyun olarak iki farklı sınıfa ayrıldığı söylenebilir. Binark ve Sütçü (2008), kültür endüstrisi ürünü haline gelen dijital oyunları geleneksel oyunlardan ayırmakta ve dijital oyunları, geleneksel oyunlara göre daha karmaşık, içerisinde çok boyutlu stratejiler barındıran, belirli bir standart olmayan, içerisinde anlık değişen farklı sahneler bulunan, dinamik ve ortaklaşa etkileşimlerin olduğu oyunlar olarak tanımlar. Tüm bu özellikleri ile dijital oyunların teknolojinin doğrudan bir ürünü olduğu söylenebilir.

Teknolojik gelişmelerin her geçen gün hızla değişmesi ve gelişmesi dijital oyun olgusunun tanımını da sürekli değiştirmektedir. Dijital oyun, Yengin'e (2012) göre yeni iletişim ortamının dijitallik, etkileşimlik, sanallık, değişkenlik, modülerlik özelliklerini barındıran ve bu özellikleri oyun oynama edimine dahil eden bireysel iletişim ortamı; Frasca'ya (2001) göre bilgisayar tabanlı olan metinler ya da görseller üzerine kurulmuş, bilgisayar ya da oyun konsolu üzerinde bir veya birden fazla kişinin ağ üzerinden eğlenceli vakit geçirdiği bir yazılım ve SODIGEM'e (2019) göre belirli bir amacı gerçekleştirmek için kuralları olan yarışma, meydan okuma, puan toplama gibi mekaniklerle ilerleyen ve dijital cihazlar aracılığıyla çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak gerçekleştirilen eğlenceli etkinlikler; Liu, Li ve Santhanam'a (2013) göre de eğlenceli ve ilgi çekici olmakla birlikte okullar, şirketler, askeri birimler ve sağlık kuruluşları dahil birçok kuruluşun bireyleri eğitmek, çevrimiçi görevler ve bağlantılar kurmak ve küresel bir iş gücü yaratmak için kullandığı etkinliklerdir. Bu etkinlikler, tanımların birçoğunda sadece yazılım olarak görülse de aslında teknik donanımsal altyapı ve yazılım teknolojilerini içeren, dünyanın en büyük kült fenomeni olarak kabul edilen küresel bir sektördür (Grossman, 1994). Literatürdeki kült tanımları içinde yaygın olarak "saygı duyma, kutsama, kendini bir şeye adama, ululama, yüceltme" anlamları görülür (Yıldız, 2019).

Tablo 1

Dijital Oyun Sektöründe Bazı Temel Eğilimler

	Yakın Dönem	Şimdi
Kullanıcı Kitlesi	Genellikle sürekli oyuncular	Çocuklar, yaşlılar, kadınlar ve sürekli oyuncular
İş Modelleri	Kurulu satış	Kutulu satış, dijital satış, üyelik tabanlı oyunlar, oyun içi reklamlar ve e-ticaret
Ödeme Biçimi	Nakit, kredi kartı	Nakit, kredi kartı, mobil ödeme, kredi kartı entegre mobil cihazlar ve e-cüzdanlar (Paypal vs.)
Platform	PC, konsol	PC, konsol, tablet, akıllı telefon, internet tarayıcısı
Etkileşim	Tek oyunculu, coğrafi olarak sınırlı çoklu-oyuncu	Tüm dünya ile etkileşim

Kaynak. Capital, 2016.

Dijital oyun sektöründeki temel eğilimler göz önüne alındığında, sektörün daha iyi anlaşılması için tarihsel sürecin gözden geçirilmesi yararlı olacaktır. Temelde tarihi sürece yön veren teknolojiler, mikro işlemcilerin kullanımı, ses teknolojilerinin oyunlara entegrasyonu, oyun konsolları, gelişen grafik teknolojileri ve internet ağı teknolojileri olmuştur (Dijital Oyunlar Raporu, 2019). Bu teknolojilerin etkisine dayanarak O'Hagan ve Mangiron (2013) dijital oyunlara ait tarihi gelişim sürecini beş aşamada ele almışlardır.

- 1) 1980'ler öncesi erken gelişim aşaması,
- 2) 1980'lerin ortası ile 1990'ların ortası arası büyüme aşaması,
- 3) 1990'ların sonuna kadar olan gelişme aşaması,
- 4) 2000-2005 dönemi olgunlaşma aşaması,
- 5) 2005'ten günümüze ilerleme aşaması, şeklinde beş aşamadan oluşmaktadır.

2.2.1.1. Erken Gelişim Aşaması. 1980 öncesi erken gelişim aşamasına bakıldığında video oyun kavramı 1947 yılında Thomas Goldsmith ve Estle Ray Mann tarafından tasarlanan "Katot Işın Tüpü Eğlence Devresi" adlı oyun ile başlamış, ardından A.S.Douglas katot ışın tüpünü kullanarak bizim "SOS" olarak bildiğimiz oyun türüne benzer "Tic Tac Toe" oyununu geliştirmiştir (Yengin, 2012). Genel yorum, ilk video oyununun Donner Model 30 analog bilgisayar için geliştirilen "Tennis for Two" isimli Willy Higginbotham tarafından 1958 yılında yapılan oyundur (Brookhaven National Laboratory, 2021). Çok basit düzeydeki oyun tamamen tenise göre hazırlanmıştır (Dijital Oyunlar Raporu, 2019).

1962 yılında Steve Russel ve arkadaşları tarafından Massachussets Teknoloji Enstitüsü'nde (MIT) yapmış oldukları oyun tarzının ise oyun dünyasında devrim niteliğinde olduğu söylenebilir. “Spacewar” isimli oyun ilk etkileşimli elektronik oyun olarak kabul edilir (Yılmaz ve Çağıltay, 2004). Digital Equipment Corporation tarafından uzay araştırmaları için MIT'e bağışlanan, 1 milyon dolar değerindeki bir bilgisayarda yazılan bu oyunun askeri teknolojilerin geliştirilmesi için üretildiği bilinmektedir.

Ardından televizyon mühendisi Ralph Baer 1966 yılında Baer “Chase Game” adlı kendi oyununu üretmiştir (MIT, t.y.). Oyun bir konsol yardımıyla televizyondaki hedefi tüfek ile vurmaktan ibarettir. Baer 1968 yılında elektronik oyunlar hakkındaki girişimleri ile Amerikan Ulusal Teknoloji madalyası ile ödüllendirilir ve “video oyunlarının Thomas Edison’u” lakabı ile anılır (Yengin, 2012).

1972'ye gelindiğinde dijital etkileşimli oyunların herkes tarafından oynanmasını sağlamak için televizyona bağlanabilen ilk oyun “pong” geliştirilmiş ve Nolan Bushnell ve Ted Dabney tarafından kurulan Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin ilk oyun şirketi “Atari inc.” şirketi ile piyasaya sunulmuştur (Yengin, 2012; Bilir, C., Şahiner, A. & Kiani, F., 2016). Bilgisayarlara kıyasla daha fazla hanede televizyonun bulunması atari konsolu satışlarını arttırmış ve dijital oyunlar süratle tüm dünyaya yayılmıştır. Atarinin kullanım kolaylığı ve bir kaset ile çok sayıda oyun oynama imkânı insanlara cazip gelmiştir. Pac-man, donkey-kong gibi efsane denilen oyunlar bu dönemde üretilmiş ve ABD oyun sektörünü %80'ine hakim olmuştur (Bilir vd., 2016).

1982 yılına gelindiğinde kişisel bilgisayarların piyasa fiyatları makul seviyelere ulaşmıştır. Özellikle 600 dolar satış rakamıyla piyasaya giren commodore 64 (C64) kişisel bilgisayarı milyonlarca satmıştır (Yılmaz ve Çağıltay, 2004). Bu sayede hem iş hem eğlenceyi birlikte karşılama ihtiyacı hisseden insanlar kişisel bilgisayarlara yönelmiştir.

Dijital oyun dünyasının ilerlemesi için kişisel bilgisayarların hanelere ulaşması oldukça önemlidir. 1985 yılında C64'ün hızlı yükselişi sırasında Rus Alexey Pazhitnov “Tetris” oyununu hazırlamış ve dünyada satış rekorları kırmıştır.

2.2.1.2. Büyüme Aşaması. 1980'lerin ortası ile 1990'ların ortası arasındaki büyüme aşamasına Süper Mario 3 oyunu ile Nintendo firması hızlı bir giriş yapmış ve Tetris'ten sonra en büyük satış rakamlarına ulaşan oyun olmayı başarmıştır (Yaden, 2021).

1983-84 arasında ABD oyun piyasası ucuz oyun üretimi ile tüketici memnuniyetini sarstığı bir zamanda Nintendo ve Sega isimli Japon oyun şirketleri ön plana çıkmıştır. 1980'lerin sonlarında artık oyun piyasasının en güçlü isimlerinin bu şirketler olduğu söylenebilir.

1989 yılında ilk CD-ROM oyunu "The Manhole" satışa çıkmıştır (Güneş, 2012). Cd-Rom ile oyun konsollarındaki oyunlar da bilgisayar ile oynanma imkânı elde etmiştir. İş amaçlı kullanım ile kişisel bilgisayar edinen bireyler için işin yanında bu eğlence şekli de oldukça popüler olmuş ve ardı ardına 1991 yılında "Street Fighter II", 1992 yılında ilk FPS oyun olan "Wolfenstein 3D" ve 1993'te de "Doom" piyasaya çıkmıştır. 1994 yılında CD-ROM teknolojisinin gelişimiyle SONY firması da oyun sektörüne girmiştir.

2.2.1.3. Gelişme Aşaması. 1990'ların sonuna kadar olan gelişmesi aşamasında SONY firması beşinci nesil oyun konsollarını piyasaya sürmüştür (Dikmen, 2019). Beşinci neslin 3D oyun çağı olduğu söylenebilir. Çünkü önce bilgisayar işlemcilerinin 32 bit ile başlayıp ardından 64 bit ile devam eden işlemci mimarilerinin gücüne erişilmiştir. Bu gelişme de 3D oyunların çalışmasını sağlamaktadır. Bu dönemde Sony Playstation, Sega Saturn ve Nintendo 64 oyun konsolları ile "Tomb Raider" ile "Half-Life" gibi oyunlar oldukça popüler olmuştur.

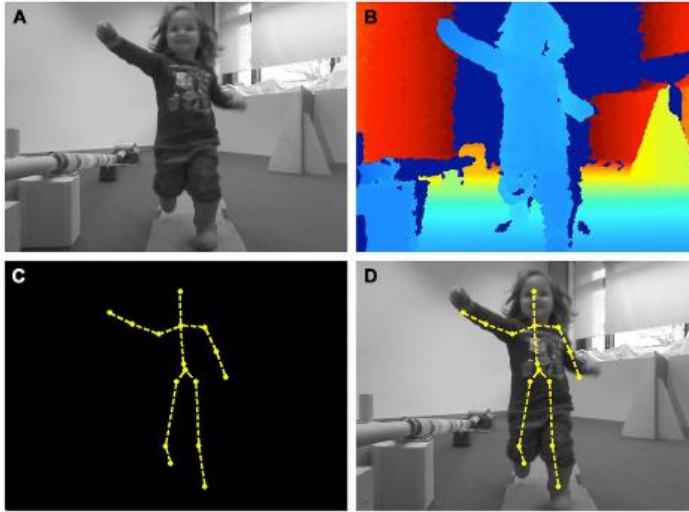
2.2.1.4. Olgunlaşma Aşaması. 2000-2005 dönemi olgunlaşma aşamasında Sony Playstation 2 oyun konsolu dijital oyun dünyasındaki algıyı tekrar değiştirdiği söylenebilir. Artık oyun konsollarından internete girebilme, bluetooth, gelişen grafik özellikleri, DVD film izleme, mikrofon ve kamera entegreleri gibi eklentiler sayesinde oyun dünyası 1985'li yıllarda açılan atari salonlarından internet kafelere taşınmıştır.

Kişisel bilgisayarlarda bilgisayara karşı oynamak, yerini gerçek bir bireye karşı oynamaya bırakmıştır. Bu nedenle internet kafeler ağ bağlantısı sağlaması nedeniyle oyun meraklılarının yeni mekanı haline gelmiştir. Her ne kadar Sony Playstation gibi oyun

konsolları uzaktan bağlantı ile çevrimiçi oyun imkanı sunuyor olsa da internet kafelerin yerini alamamıştır.

1999'da piyasaya sürülen Counter-strike gibi oyunlar önceleri internet kafelerde gerçek bireylerin yönettiği oyun karakterlerine karşı oynanırken, daha sonra uluslararası turnuvalara dönüşmüştür (Tınovalı, 2019). Bu dönemde oldukça popüler olan “Halo”, “GTA”, “Knight Online”, “Warcraft 3”, “Jedi Knight 2: Jedi Outcast”, “Championship Manager”, “Max Payne”, “Quake 3: Arena”, “Need For Speed: Porsche Unleashed”, “Counter-Strike”, “Half-Life II” ve “Commandos” gibi oyunlar milyonlarca kişiye ulaşmıştır.

2.2.1.5. İlerleme Aşaması. 2005'ten günümüze kadar gelen ilerleme aşamasında ise yedinci nesil oyun konsolları sektöre girmiştir (Dikmen, 2019). Nintendo, Sony ve Microsoft firmalarına ait oyun konsolları dönemin popüler oyun konsolları olmuştur. Oyun konsolları üzerinde bu döneme damgasını vuran çevrimiçi, full hd görüntü, bluray medya ve kablosuz kumanda teknolojilerdir. Microsoft ve Nintendo hareket algılama teknolojisine öncülük ederken; Sony Playstation-3 de çevrimiçi (PSN) ağı ile ön plana çıkmıştır.

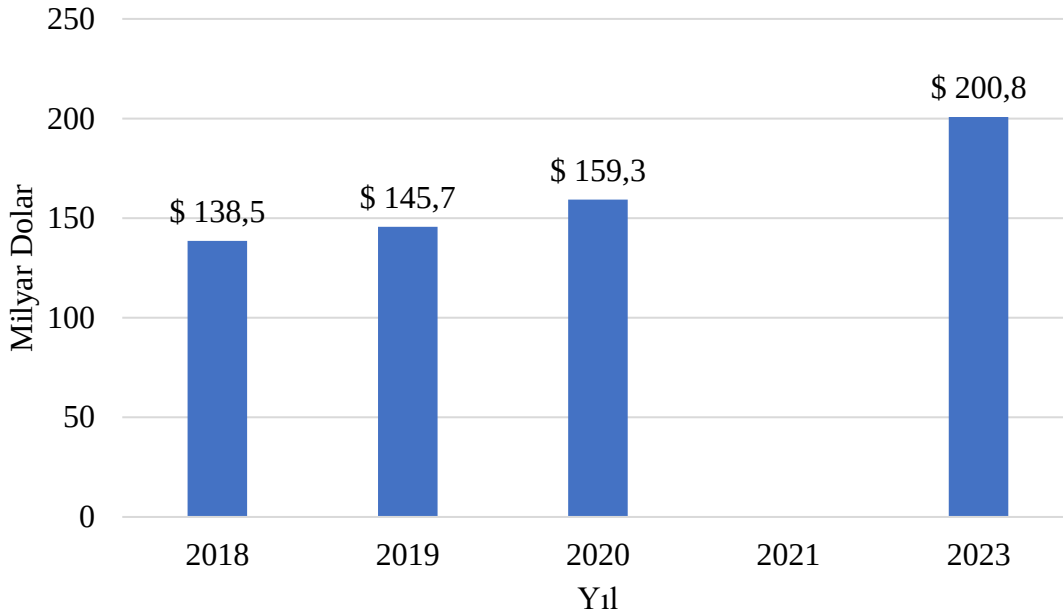


Şekil 1. Hareket Algılama Teknolojisi
Kaynak. Hepach vd., 2015.

2010 yılından sonra oyun dünyasında “Grand Theft Auto”, “Fortnite”, “Dark Souls”, “League of Legends”, “Pokémon Go”, “The Elder Scrolls V: Skyrim”, “Counter-Strike Go” ve “PubG” gibi oyunlar piyasaya sürülmüştür. Bu oyunların çevrimiçi ve çevrimdışı satışları ile milyonlarca birey tarafından oynandığı söylenebilir.

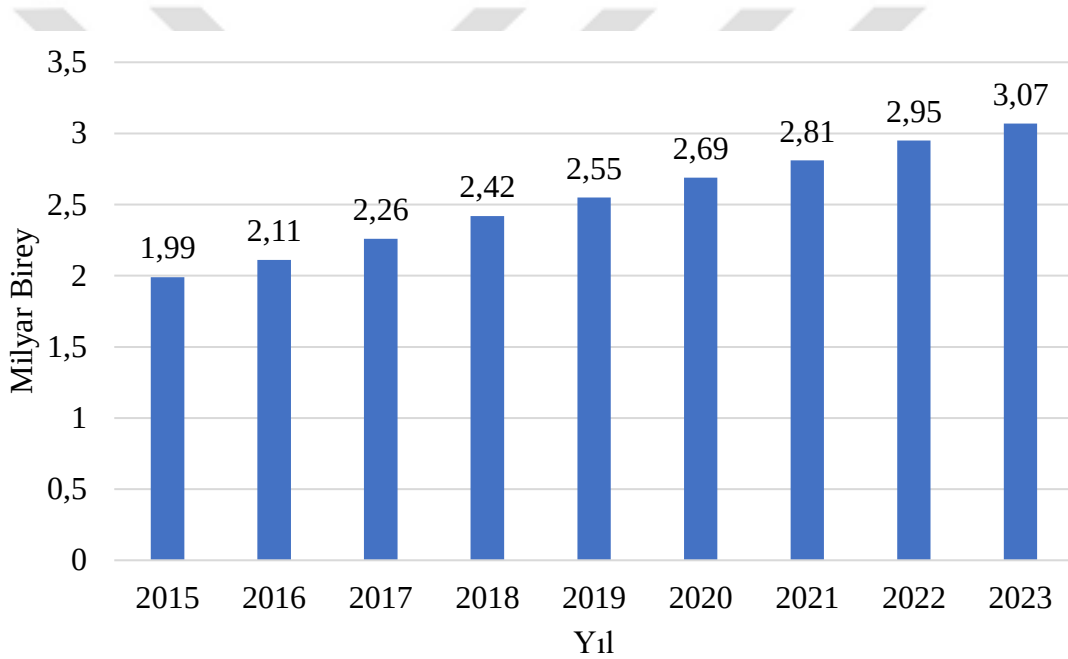
Dijital oyun olgusunun büyük kitlelere ulaşmasındaki belirleyici unsur etkileşimlilik (Mul, 2008). Bu etkileşim alanı oyunculara yepyeni sosyalleşme alanları sağlar (Büyükbakkal ve Cansabuncu, 2020). Sosyalleşme alanları arttıkça beraberinde gelen eğlence arayışları oyuncuları farklı oyun türlerine yöneltir. Bireylerin eğlenme tercihinine göre üretilen farklı senaryolara sahip dijital oyunlar büyük bir eğlence endüstrisi haline gelmiştir. Dijital oyunlar konsol, bilgisayar ve mobil cihazlarda oynanabilme özelliğine sahip olmakla birlikte sinema, televizyon, kitap vb. ürünler ile desteklenerek pazarlanmaktadır. Ortaya çıkan bu pazar neticesinde kullanıcı kitlesi, iş modelleri, ekonomileri, platformları ve etkileşimleri ile küresel çapta büyük oyun şirketlerin kurulmasına sebep olmuştur.

Waldfoegel'e (2018) göre bu dönem 'Dijital Rönesans' olarak tanımlanmaktadır. Onlarca yıllık üretim ve satış verileri ile çok satanlar listelerini analiz eden Walfogel, dijital rönesans döneminde üretilen ürünlerin eski endüstri modelinden daha başarılı olduğunu söyler. Bu başarı pazar verilerine de yansımıştır. Newzoo'nun (2020) raporuna göre 2020 yılında dijital oyun pazarının 159,3 milyar dolar ve 2023 yılında da 200,8 milyar dolar gelir elde etmesi tahmin edilmektedir. Küresel Oyun Sektörü Raporu (2020)'na göre ise 2019 yılında 151,5 milyar dolar olan dijital oyun pazarı verilerinin 2025 yılında 256,9 milyar dolar olacağı tahmin edilmektedir.



Şekil 2. Dijital Oyun Gelirleri (Küresel Bazda Tahmin / Milyar Dolar)
Kaynak. "Newzoo", 2020.

Grossman’a (1994) göre dünyanın en büyük kült fenomeni olan dijital oyunları oynayan birey sayısı, başarısız deneyimler, okul problemleri, meydan okuma, zevk, kazanma isteği, sosyal etkileşim, merak, kendi dünyasını kurma, sosyalleşme, rahatlama, aile ilgisizliği, arkadaşlarına kendini kanıtlama dürtüsü, boş zamanı değerlendirme, eğlence, rekabet, sorumluluktan kaçma, aslında yapamayacağı şeyleri hayal etme, yalnızlık-stres-sıkıntı-kızgınlık gibi duygusal sorunlardan kaçma, gerçeklerden kaçma, aidiyet, tanınma hissi, heyecan, macera ve güçlü olma hissiyatı gibi nedenlerden dolayı gün geçtikçe artmaktadır (Alper, Aytan ve Ünlü, 2015; Kirriemuir, 2002; Griffiths & Hunt, 1995; Sherry, Greenberg, Lucas & Lachlan, 2006; Wan & Chiou, 2006; Olson, 2010; Vahlo, Kaakinen, Holm & Koponen, 2017; Yee, 2006).



Şekil 3. Küresel Oyuncu Tahmini (Milyar Birey)

Kaynak. “Newzoo”, 2020.

Şekil 3 incelendiğinde 2015 yılında 1.9 milyar olan oyuncu sayısı, 2019 yılında 2.5 milyar oyuncuya ulaşmıştır (“Newzoo”, 2020). Şekil 3’te yıllara göre oyuncu sayılarındaki artışın ortalama yıllık %5.9 olduğu görülmektedir. Newzoo’nun (2020) tahminine göre 2021 yılında toplam oyuncu sayısının 2.8 milyar, 2022 yılında 2.9 milyar, 2023 yılında ise 3 milyar bireyin üzerinde olması beklenmektedir.

2.2.2. Dijital Oyunların Özellikleri. Dijital oyunlar karmaşıklık, çok boyutlu stratejiler, anlık değişen sahneler, dinamiklik ve etkileşim gibi farklılıklarla geleneksel oyunlardan ayrılır (Binark ve Sütçü, 2008). Doğu'ya (2006) göre dijital oyunları geleneksel oyunlardan ayıran üç ayırt edici özellik bulunur.

- 1) Dijital oyunlar bilgisayarda işlenmiş görüntüleri kullanırlar,
- 2) Senaryolara sahiptir ve büyük ölçüde anlatılara dayanır,
- 3) Etkileşimlidir.

Bunun yanında dijital oyunlar oyuncunun hayalini sınırlar. Oyunun izin verdiği ölçüde hayal gücü kullanılır. Bu açıdan sınırlı hayali dünyalar içerir. Bu dünyalar popüler konular üzerine inşa edilir. Dijital oyunlar kendine has dünyalar yaratır ve belirli ilerleme seçenekleri ile oyuncuyu uzun süre oyunda tutmayı sağlayacak heyecanlar ve hazlar içerir (Doğu, 2006).

Juul'un çalışmasından (aktaran Yengin, 2012) edinilen bilgilere göre de dijital oyunların altı özelliği vardır. Bunlar kural, değişkenlik, değer, oyuncu, oyuncu bağı ve uyarlanabilirliktir. Kısaca açıklamak gerekirse;

- 1) Kural, oyuncuların oyun içerisindeki hareketlerini sınırlayan, uyulması gereken ilkelerdir. Oyunda kurallar açık ve nettir.
- 2) Değişkenlik, oyunda elde edilen sonuçların ölçülebilir değerler içermesidir.
- 3) Değer, oyunun sonunda ortaya çıkan olumlu veya olumsuz değerleri ifade eder.
- 4) Oyuncu, oyuna yön veren bireydir. Oyun içerisinde belirlenmiş kurallara çerçevesinde hedefe ulaşmaya çalışan kişidir.
- 5) Oyuncu bağı, oyuncunun oyunu kazandığında mutluluk, kaybettiğinde mutsuzluk hissetmesidir. Bu durum beraberinde rekabet ve hırs duygularını getirir.
- 6) Uyarlanabilirlik, oyuncunun oyunda aldığı sonuçla arasındaki bağı ifade eder. Sonuca ulaşmak istediğinizde gerçek yaşamdaki deneyimlerinizi oyuna uyarlayabilirsiniz. Oyun yapımcıları bu uyarlamalar için oyuncuya opsiyon bırakmıştır. Oynanan oyunun sonuçları gerçek yaşamla aynı da olabilir farklı da olabilir. Gerçek yaşamda sonuca giden yola yön verilebilirken dijital oyunlarda sonuca yön yola yön verilemez. Sonuca giden yol oyun yapımcıları tarafından belirlenmiştir. Örnek verilecek olursa, gerçek yaşamda ikiye ayrılan bir yola geldiğinizde sağa veya sola gitmek sizin tercihinizdir, ancak dijital oyunlarda yapımcı hangi yolu açıysa oradan sonuca gidersiniz.

Malone'un (1980) anaokul'dan sekizinci sınıfa kadar olan yaş grupları ile yaptığı bir çalışmanın sonuçlarına göre dijital oyunların yukarıda belirtilen özelliklerine ek olarak meydan okuma, fantezi ve merak özelliklerine ek olarak puanlama, ses, grafik özellikleri, rastgelelik ve cevap hızı gibi özellikleri de olduğu belirtilmiştir.

2.2.3. Dijital Oyun Türleri. Myers'a (1990) göre oyuncu aksiyon oyunu oynarken karşısındaki düşmanla, strateji oyunlarında doğa veya mevcut ortamla ve simülasyon oynarken de karakterle olan ilişkisini yaşar. Oyuncuların oyunlar ile olan bu bağları ve yapımcıların oyuncuları oyunda daha fazla tutma çabaları, farklı oyun türlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Küresel boyutta eğlence sektörünün önde gelen alanlarından olan dijital oyunlar, her bireyin zevkine uygun oyunu oynamalarını sağlamak için, oyun türlerini yıllar içerisinde zenginleştirmiş olduğu söylenebilir. Bakıldığında dijital oyun türleri için çok farklı sınıflandırmalar yapılmıştır.

Tablo 2 Farklı Kaynaklara Göre Dijital Oyunların Türleri

<i>Farklı Kaynaklara Göre Dijital Oyunların Türleri</i>	
Kaynak	Dijital Oyun Türleri
Herz'e (1997) göre	Aksiyon Oyunları
	Dövüş Oyunları
	Spor Oyunları
	Bilmece Oyunları
	Macera Oyunları
	Rol Yapma Oyunları
	Simülasyon Oyunları
	Strateji Oyunları
Poole'e (2000) göre	Vurma Oyunları
	Yarış Oyunları
	Galip Gelme Oyunları
	Spor Oyunları
	Bilmece Oyunları
	Platform Oyunları
	Rol Yapma Oyunları
	Tanrı Oyunları
	Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları

Tablo 2 (Devam)

Fromme ve Meder'e (2001); Ünsal'a (2011) göre

Büyük Çevrimiçi Oyunlar
Küçük Çevrimiçi Oyunlar
Kişisel Gelişimi Destekleyen
Oyunlar

Strateji Oyunları
Simülasyon Oyunları
Serüven ve Macera Oyunları
Canlandırma Oyunları
Yetenek Oyunları

Juul'e (2003) göre

Spor Oyunları
Savaş Oyunları

Soyut Oyunlar
İkonik Oyunlar
Anlamlı Oyunlar
Anlamsız Oyunlar
Aşamalı Oyunlar

Rapeepisarn, Pongphankae, Wong ve Fung'a (2008)
göre

Aksiyon/Macera Oyunları
Dövüş Oyunları
Spor Oyunları
Simülasyon Oyunları,
Strateji Oyunları
Eğitici Oyunlar
Rol Yapma Oyunları

Soydan'a (2011) göre

Tek Oyunculu
Çok Oyunculu

Binark, 2007, aktaran Ulusoy'a (2019) göre

Ağ Oyunları
Aksiyon Oyunları
First Person Shooter
Macera Oyunları
Motor Sporları ve Yarış Oyunları
Rol Yapma/ Canlandırma Oyunları
Simülasyon Oyunları
Spor Oyunları
Strateji Oyunları

Ulusoy'a (2019) göre

Çevrimiçi Oyunlar
Aksiyon/Macera Oyunları
Strateji Oyunları
Spor Oyunları
Simülasyon Oyunları
Eğitici Oyunlar
Rol Yapma Oyunları

SODİGEM'e (2019) göre

Moba
Mmo
Mmorp
Rpg
Fps
Survival
Shooter
Real Time Strategy

Herz (1997) dijital oyun türlerini aksiyon oyunları, dövüş oyunları, spor oyunları, bilmece oyunları, macera oyunları, rol yapma oyunları, simülasyon oyunları ve strateji oyunları olarak sınıflandırmıştır (Hertz, 1997, aktaran Yengin, 2012).

Poole'e (2000) göre dijital oyun türleri vurma oyunları, yarış oyunları, galip gelme oyunları, spor oyunları, bilmece oyunları, platform oyunları, rol yapma oyunları, tanrı oyunları ve gerçek zamanlı strateji oyunları olarak açıklanmıştır (Poole, 2000, aktaran Yengin, 2012).

Bir diğer sınıflandırmada ise dijital oyun türleri büyük ve küçük çevrimiçi oyunlar (oyuncu popülasyonuna göre değişen), kişisel gelişimi destekleyici oyunlar, strateji oyunları, simülasyon oyunları, serüven ve macera oyunları, canlandırma oyunları, yetenek oyunları, spor ve savaş oyunları şeklinde sınıflandırılmıştır (Fromme & Meder, 2001; Ünsal, 2011).

Juul (2003) ise dijital oyun türlerini soyut oyunlar (tetris oyunu), ikonik oyunlar (solitaire), anlamsız oyunlar (pong oyunu-ilkel tenis), anlamlı oyunlar (GTAV, Call Of Duty vs..) ve aşamalı oyunlar (Süper mario) olarak sınıflandırmıştır (Jull, 2003, aktaran Yengin, 2012).

Rapeepisarn, Pongphenkae, Wong ve Fung'un (2008) dijital oyun türleri sınıflandırmasına göre yedi tür dijital oyun bulunmaktadır. Bunlar aksiyon/macera oyunları, dövüş oyunları, spor oyunları, simülasyon oyunları, strateji oyunları, eğitici oyunlar ve rol yapma oyunlarıdır.

Soydan'a (2011) göre dijital oyunlar tek oyunculu ve çok oyunculu olmak üzere iki türde ele alınmalıdır. Tek oyunculu oyunlarda birey oyunda boot denilen yazılımsal oyuncular ile rekabet içerisinde iken; çok oyunculu oyunlarda birey çevrimiçi bağlantılar ile gerçek kişiler ile rekabet içerisinde yer alır.

Binark'a (2007) göre dijital oyun türlerini ağ oyunları, aksiyon oyunları, nişancı oyunları, motor sporları ve yarış oyunları, macera oyunları, canlandırma ve rol yapma oyunları, simülasyon oyunları, strateji ve spor oyunları olarak sınıflamıştır (Binark, 2007, aktaran Ulusoy, 2019).

Ulusoy'a (2019) göre dijital oyun türleri birden fazla kullanıcıyla oynanan çevrimiçi oyunlar, spor oyunları, aksiyon ve macera oyunları, simülasyon oyunları, strateji oyunları, eğitici oyunlar ve rol yapma oyunları olarak sınıflandırılmıştır.

SODİGEM'in (2019) dijital oyun türleri de Ströh (2017) ile benzerlik göstermekte ve multiplayer online battle arena - çok oyunculu çevrimiçi savaş arenası (MOBA), massively multiplayer online - devasa çok oyunculu çevrimiçi oyunlar (MMO), massive

multiplayer online role playing game – devasa çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunu (MMORPG), role playing game – rol yapma oyunu (RPG), first person shooter – birinci şahıs nişancı (FPS), survival-hayatta kalma oyunu, shooter-nişancı ve real time strategy-gerçek zamanlı strateji oyunu olarak sınıflandırılmıştır.

2.2.4. Dijital Oyun Platformları. Newzoo’ya (2020) göre 2023 yılında dijital oyun sektörü pazarının 200 milyar doların üzerinde gelir elde etmesi beklenmektedir. Finansal açıdan bu denli büyük bir pazarda, oyun yapımcılarının en çok üzerinde durduğu husus oyuncuları oyuna bağlı tutmaktır (SODİGEM, 2019). Bu bağı sağlam tutmak için oyun yapımcılarının oyuncunun zevkine uygun, çeşitli dijital oyun platformu alternatifleri sundukları görülmektedir. Bir çok tanımda dijital oyun platformları konsol, bilgisayar ve mobil olmak üzere 3 farklı şekilde sınıflandırılır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016; Galehantomo, 2015; Güvenli İnternet Merkezi, 2019; Masnick, M. & Beadon, L., 2019; Newzoo, 2020; SODİGEM, 2019; The Nielsen Company, 2017). Ancak gelecekte bu sınıflandırmaya AR ve VR platformlarının da ekleneceği söylenebilir.

Dijital oyun platformlarının çeşitlendirilmesi ile farklı zevklere hitap eden oyunlar, günümüzde oyuncu sayılarının artmasını sağlamıştır. 1970’li yıllarda oyun konsollarının içerisine sabitlenmiş oyunlar ile başlayan dijital oyunların gelişimi, oyunların taşınabilir kasetlere ve CD/DVD’lere yüklenmesi ile bireylerin hem daha farklı oyunları tek bir konsolda oynama imkanı elde etmesini sağlamış hem de bireylerin oyun paylaşımlarına imkan vermiştir. Bu sayede oyunların temini de ekonomik olarak daha ucuz hale gelmiştir. Günümüzde ise oyunların temini neredeyse fiziksel ortamlardan çıkmak üzeredir. Artık internetten sanal alışveriş ile oyun temin etmek mümkündür. Var olan oyun konsolları internet bağlantısı özellikleri ile donatılmış şekilde kullanıcıya hizmet verir. Bu bağlantı sayesinde oyun konsolları hala günümüzde ününü korumaktadır.

Oyun konsolları denildiğinde ilk akla gelen Sony Playstation ve Xbox oyun konsolları olsa da tarihi sürece bakıldığında ilk oyun konsollarının kullanımı 1950’li yıllara dek uzanır. Brown Box isimli ilk oyun konsolu 1950’li yıllarda televizyonlardaki görüntü ve ses özelliklerini kullanarak bir tür oyun oynama fikri üzerinden üretilmiştir (McLemore, 2012). 1960’lı yıllarda büyük televizyon şirketleri projeyi yaygınlaştırmak için harekete geçmiş ancak pratik bir kullanım alanı bulamamıştır.

1972 yılında üretilen Magnavox Odyssey ise ticari anlamda beklenen başarıyı elde etmiş ve televizyonda kullanıcıların tennis oynamasını sağlayan “Pong!” oyununu oynatmış ve konsol yüz bin adet satmıştır. Sonraki yıllarda üretilen Fairchild Channel F, Telstar, RCA Studio II, Atari 2600 ve NES oyun konsolları büyük satış rakamlarına ulaşmıştır (Galehantomo, 2015; “Oyun Konsollarının Tarihi”, 2015).

Oyun konsollarının gelişimi 1990’lı yıllara kadar sürerken 1995 yılında Sony tarafından üretilen Playstation oyun konsolu kaset yerine CD teknolojisi ile o kadar popüler olmuştur ki bu alanda o yıllardan itibaren satış rakamlarında daima üst sıralarda yer aldığı söylenebilir. Ardından 2001 yılında çıkan Xbox oyun konsolu da bireyler tarafından beğeni ile karşılanmıştır.

Günümüzde oyun konsollarının geliştirilmesi ve yüksek teknoloji kullanımı hususları göz önüne alındığında Sony Playstation ve Xbox oyun konsollarının bu alanda önde gelen firmalar olduğu söylenebilir.

Oyun konsolları icat edildiği günden bu yana 7 nesil geçirmiştir. 2011 yılından bu yana üretilen oyun konsolları 8. nesil oyun konsolları olarak adlandırılır. 8. Nesil oyun konsollarına bakıldığında Sony Playstation Vita, 4, Vita 2000 ve 4 Pro serileri; Nintendo firmasının ürettiği 3DS, Wii U/3DXL, 2DS, 3DXL/New3DSXL, Switch ve New2DSXL serileri; Microsoft firmasının ürettiği Xbox One, OneS, OneX serileri ile Atari firmasının ürettiği Atari VCS oyun konsolları sayılabilir (Dikmen, 2019).

Hem iş hem eğlence anlayışı taşıyan kullanıcıların, ek bir donanım gerektirmeden oyun oynanarak zaman geçirmelerine imkan vermesinden dolayı 1980 yılından bu yana insanlar konsol ile birlikte bilgisayar kullanmayı da tercih etmişlerdir (Galehantomo, 2015). Bilgisayarlar oyun için kullanılmaya başlandığı günden bu yana oyuncuların “konsol mu bilgisayar mı?” konulu tartışmaları gündemdeki yerini korumaktadır. Gamingscan’ın (2020) yaptığı araştırmaya göre oyun oynamak için konsol tercih edenler ile bilgisayar tercih edenlerin nedenleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

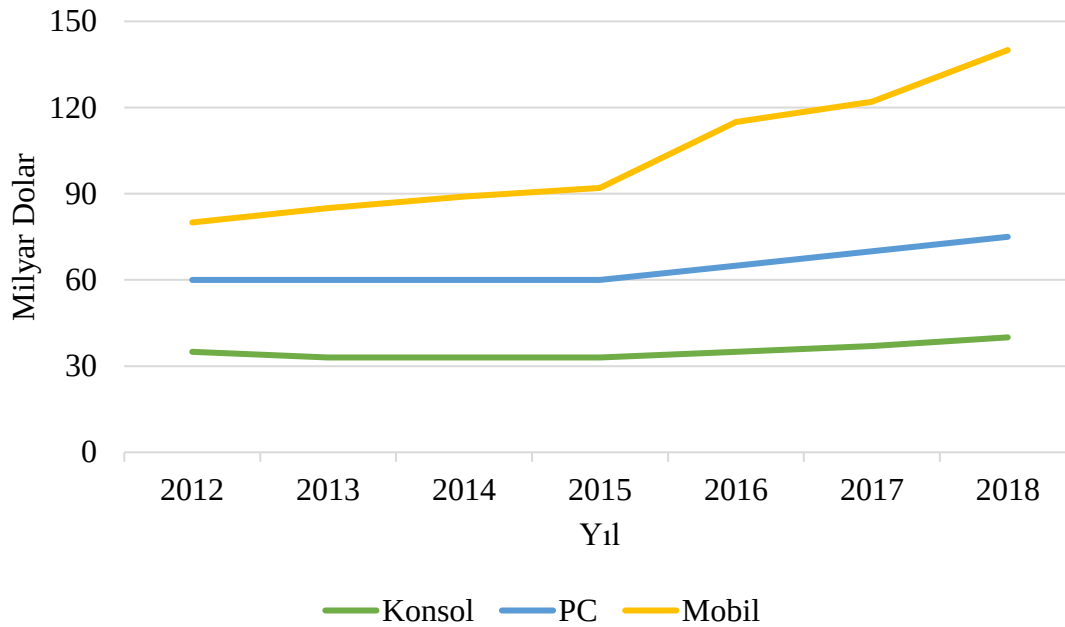
Tablo 3

Konsol ve Bilgisayar Oyun Platformlarının Karşılaştırılması

Platform	Olumlu Yönler	Olumsuz Yönler
Konsol	Daha düşük fiyata sahip Kurulumu kolay Geleceğe uygun	Geriye dönük uyum sorunları Satış esnasındaki indirim Performans bilgisayar kadar iyi değil
Bilgisayar	Üstün performans Daha iyi grafikler Oyun fiyatları düşük Geliştirilmeye açık	Daha pahalı Parça fiyatları yüksek

Kaynak. Gamingscan, 2020.

Kişiselleştirmenin ön planda olduğu günümüz satış politikaları ve bu yönde yapılan reklam faaliyetleri ile oyuncular hangi platformda kendilerini özgür ve rahat hissediyorsa o platformda vakit geçirdikleri söylenebilir. Bu noktada mobil oyun platformları konsol ve bilgisayarlara göre daha öne çıkmaktadır. Bakıldığında mobil oyun platformları yeni denilebilecek oyun platformları olarak görülse de son yıllarda artan satış rakamları oyuncuların özgürlük ve rahat kullanım hususlarına dikkat ettiklerini göstermektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016).



Şekil 4. Platforma Göre Küresel Video Oyun Pazarı (Milyar Dolar)

Kaynak. "Newzoo", 2020.

Küresel mobil oyun pazarı 2019 yılında 68,5 milyar dolar gelir elde etmiş, 2020 yılı tahminlerine göre 76,7 milyar dolar, 2023 yılı tahminlerine göre ise 102,8 milyar dolar gelir elde edecektir. Günümüzde indirilen tüm uygulamaların %33'ü mobil oyunlar

ile ilgili olup GooglePlay ve AppStore alışverişlerindeki tüketici harcamalarının %74'ünü oluşturmaktadır (Newzoo Global Mobil Market Report, 2020).

Bireylerin harcadıkları zamana bakıldığında 2019 yılında cep telefonlarından 558 milyar saat mobil oyunlara zaman harcadığı tespit edilmiş olup, 2020 yılında ise 670 milyar saat zaman harcamaları beklenmektedir. Yapılan araştırmalarda dünyadaki tüm mobil uygulama kullanıcılarının %50'sinin mobil oyunlar oynadığını göstermektedir. Mobil telefonlar için geliştirilme aşamasında olan 5G teknolojisi yaygınlaştığında mobil oyun sektörünün tüm zamanların en yüksek satış rakamlarına ulaşması tahmin edilmektedir (The State Of The Mobile Games Industry In 2020, 2020; Newzoo Global Mobil Market Report, 2020).

Oyun yapımcılarının çeşitliliği arttırmak ve oyuncuları oyunda daha fazla tutmak amacıyla geliştirdikleri donanımsal teknolojiler sonucu ortaya çıkan konsol, bilgisayar ve mobil platformların kendilerine göre avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Kullanıcı, bu platformlardan hangisinin avantajlarından memnun ise ona yönelmektedir.

Galehantomo'nun (2015) yaptığı bir araştırmaya göre mobil ve bilgisayar oyun platformları konsola göre daha fazla tercih edilmektedir. Araştırmada fiyat, esneklik, uyumluluk grafik özellikleri ve platform özellikleri gibi etkenlerin sonucu etkilediği vurgulanmıştır. Galehantomo'nun (2015) araştırmasında elde ettiği bulgular ışığında konsol, bilgisayar ve mobil oyun platformlarının avantaj ve dezavantajları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 4

Dijital Oyun Platformlarının Karşılaştırılması

Platform	Avantajları	Dezavantajları
Konsol	Özel bir denetleyiciye (Joystick) sahip olmak Kablolu ve kablosuz joystick imkanı sunmak İnternet bağlantısına sahip olmak	Tanışabilirliğinin boyutu açısından sıkıntılar yaratması Sürekli elektrik enejisine ihtiyaç duyması Görüntü yansıtıcı (TV) ihtiyacı Oyun fiyatları
Bilgisayar	Bir hata durumunda değiştirilebilen parçalara sahiptir Tüm platformlardan daha iyi grafik özelliklerine sahiptir Yeni oyunları desteklemeyen bilgisayar parçaları yükseltilebilir	Taşınabilirliği zordur Bilgisayarın kullandığı elektrik enerjisi diğerlerine göre fazladır Hasar görmesini önlemek daha karmaşıktır

Tablo 4 (Devam)

Mobil	Yeniden şarj edilebilen bataryaya sahip olması Boyutu itibariyle kolay taşınabilir olması Kolay saklanabilir olması Oyunların nispeten bedava olması	Garfik kalitesinin diğerlerine göre daha zayıf kalması Oyun kalitesi diğer platformdakilere göre daha düşüktür, kolay hata verir
-------	---	---

Kaynak. Galehantomo, 2015.

Alanyazında henüz dijital oyun platformları arasında yer almayan ancak dijital oyun sektörüne 2000 yılında “ARQuak” isimli oyun ile giriş yapan AR uygulamalarının bu alanda gelecek vaad ettiği söylenebilir (“Geleceği Şekillendirecek Teknoloji: Arttırılmış Gerçeklik, 2012). AR kamera, bilgisayar altyapısı, işaretleyici ve gerçek dünya görüntüsü çevre birimlerinin birleştirilmesinden oluşan bir kombinasyondur. AR, bu dört birimin gerçek dünyada 3D olarak konumlandırılması denilebilir (Çakal ve Eymirli, 2012). 2008 yılında AR teknolojisinin bir cep telefonuna entegre edilmesi ve 2009 yılında internet tarayıcılarına girmesiyle birlikte hızlı bir gelişim içerisine giren AR, son yıllarda AR teknoloji gözlük, eldiven ve hareket algılayıcıları gibi desteklemeler ile her alanda olduğu gibi dijital oyun sektöründe de yerini almıştır (“Geleceği Şekillendirecek Teknoloji: Arttırılmış Gerçeklik, 2012). Bir dönem oldukça popüler olan Pokemon Go oyunu, AR teknolojisine örnek verilebilir. Bilindiği üzere bu oyunda ‘pokemon’ denilen oyun karakterleri cep telefonunun arka kamerası kullanılarak gerçek dünyadaki sanal pokemonları yakalamak üzerine kurgulanmış bir oyundur.

Oyun yapımcılarının farklı oyun platformlarını her bireye hitap edebilecek şekilde üretmeye çalıştığı görülmektedir. Günümüzde teknolojik gelişmelerin geldiği noktada önemi artan ‘kişiselleştirme’ kavramı ile oyun donanımı geliştiricilerinin gelecekte çok farklı seçenekler ile oyunculara hizmet vermesi beklenmektedir. Günümüzde AR teknolojisinin var olan oyun platformlarına entegrasyonu görülmektedir. Bu entegrasyonun daha da gelişmesi ile oyuncuların oyunla bütünleşmesi ve oyun hazzının daha da arttırılması ile oyuna bağlılığın yükseltilmesi beklenmektedir.

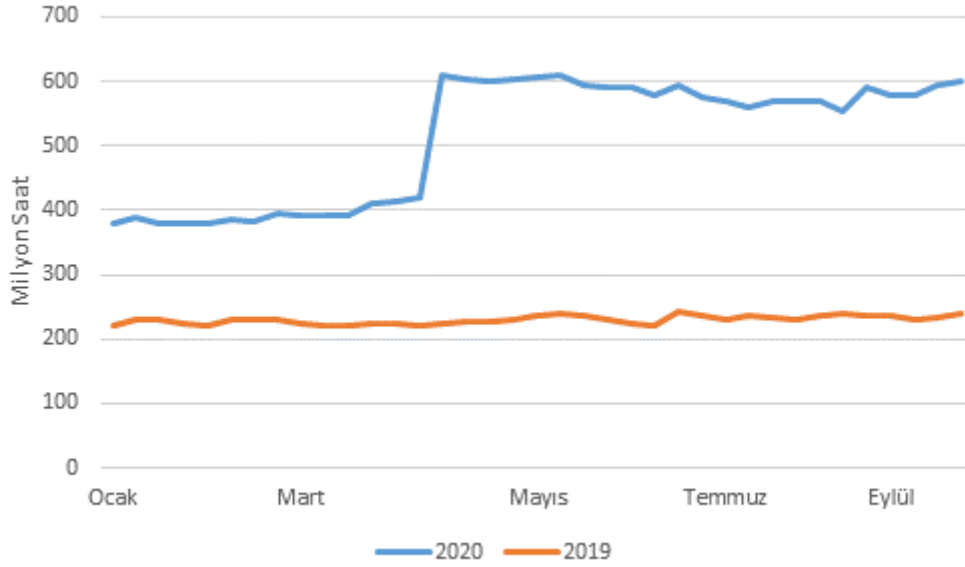
2.3.Oyun Videoları

2.3.1. Oyun Videoları Kavramı. Günümüzde farklı özelliklere sahip, farklı türde, farklı platformlarda ve çok çeşitli şekillerde oynanan dijital oyunlar ve sayıları gittikçe artan oyuncular bulunduğu bilinmektedir. Dijital oyun sektöründeki bu büyümenin en ilginç sonucu oyun yapma ve oynamanın ötesine geçen, tamamen yeni eğlence ve yaratıcı faaliyet biçimlerinin ortaya çıkmasıdır. Oyun videoları bu faaliyet biçimlerinden en popüler olanıdır (The sky is rising 2019, 2019). Oyun videoları, ilgili çevrimiçi medya platformlarını, yarışmaları, reklam verenleri, video oyunlarını ve orijinal oluşturulmuş içeriği çevrimiçi olarak yayınlayan ve yükleyen, halkın izini süren ve reklam veya sponsorluk avantajları alan video oyunu oyuncularının sponsorlarını içeren yeni bir faaliyet olarak tanımlanabilir (Nead, 2017).

Bir oyunun nasıl oynanacağı ile ilgili videolar hali hazırda var olsa da oyun videolarını ön plana çıkaran oyuncu ile izleyici arasında iletişime olanak sağlamasıdır. Oyuncu ekranda farklı ekran görüntüleri kullanarak oyunu oynar. Oyuncunun tercihiye göre ekrana tamamen oyun sahasını da gösterebilir, ekranı bölerek kendisinin ve konuklarının görüntülerini de yansıtabilir. Oyun videolarında oyuncunun oyunu oynarken ortaya koyduğu tepkiler izleyicinin oyunun heyecanını hissetmesi bakımından önemlidir. Bu sebeple oyuncular, izleyici sayısını arttırmak için yüksek çözünürlüklü kamera; kaliteli, dayanıklı ve esnek bir mikrofon; özelleştirilebilir canlı içerik oluşturma denetleyicisi, oyun içeriğine uygun mekan tasarımı ve oyuna uygun kılık kıyafet seçenekleri ile bu heyecanı arttırmak için çeşitli araçlar kullanır. Nitekim “LoL” Dünya şampiyonası ve “Dota” finalleri, NBA basketbol ve Amerikan Ulusal Futbol Ligi (NFL) maçları izlenme oranlarını geçmiş; “LoL” 2016 Dünya Şampiyonası 14,7 milyon izlenme ile bugüne kadar ki en yüksek anlık izlenme ve 43 milyon tekil izleyici sayısına ulaşarak rekor kırmıştır (CNNTürk, 2017).

Oyun videoları izlenme istatistiklerine bakıldığında ise Twitch’in resmi sitesine göre sadece Twitch’te her ay 20 milyar dakikalık oyun videosu izlenmektedir. Yine aynı verilere göre 2019 yılında Twitch’te 660 milyar dakika oyun videosu izlenmişken, 2020 yılında bu izlenme 1,11 trilyon dakikaya çıkmıştır (Twitchtracker, 2020). Ortalama bir Twitch kullanıcısı hergün yaklaşık 95 dakika ile 105 dakika arası oyun videosu izlemektedir (Muchneeded, 2020; Mediakix, t.y.). Aynı zamanda Twitch’in günlük 15 milyon izleyiciye ulaştığı da bilinmektedir (Lewy, 2019). Youtube izlenme verilerine

bakıldığında ise 2019 yılında toplam 50 milyar saatten fazla ve her gün ortalama 200 milyon dakika oyun videosu izlenmiştir (OC&C, 2020).

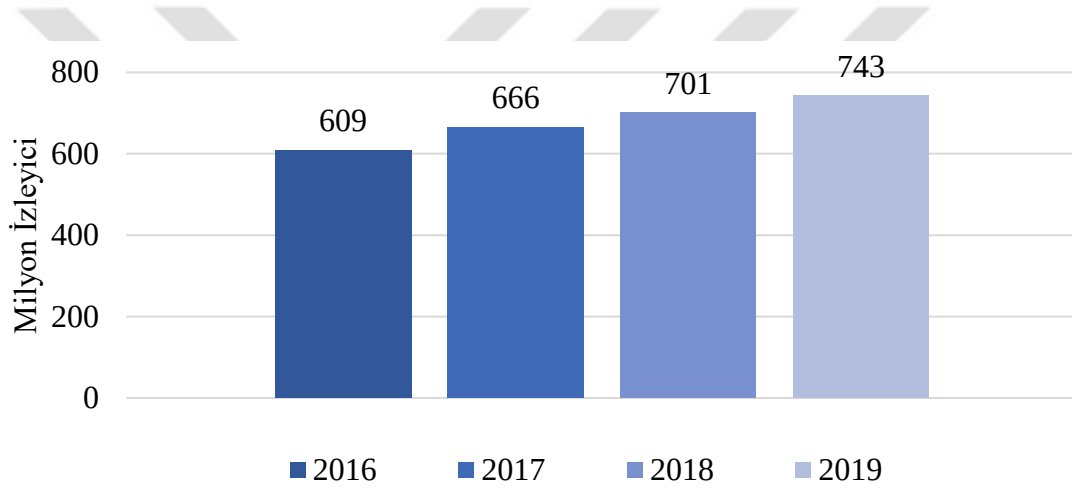


Şekil 5. Küresel Bazda Oyun Videoları Haftalık İzlenme Süreleri (Milyon Saat)
Kaynak. Stream Hactchet, 2020.

Şekil 5'te Twitch, Youtube, Mixer ve Facebook Gaming sosyal medya platformlarında yayınlanan oyun videolarının haftalık izlenme sürelerini göstermektedir. Ocak-Nisan periyoduna bakıldığında bir önceki yıla göre izlenme oranları iki kata yakın bir artış yaşamıştır. Oyun videolarına olan ilgi ve bu alanda yaşanan teknolojik gelişmeler (internet erişimi, internet bağlantı hızı artışı, yayın kalitesi, reklam politikası vb.) bu artışın sebebi olarak gösterilebilir. 2020 yılı nisan ayı civarında aynı yıla göre izlenme sayılarında pozitif yönlü ani bir artış olmuştur. Görülen bu ani artışın dünya genelinde sokağa çıkma yasaklarının arttığı bir döneme gelmesi sebebiyle, bu artışın en büyük kaynağının covid-19 pandemi süreci olduğu söylenebilir. Dünya genelinde yaşanan sokağa çıkma yasakları çerçevesinde bireylerin vakit geçirme ihtiyacını karşılamak için yeni eğlence türüne olan ilginin arttığı görülmüştür.

Oyun videoları hakkında kim izliyor? ne izliyorlar? neden izliyorlar? ve nasıl izliyorlar? sorularına verilecek cevaplar bu alanı daha iyi tanımamıza yardımcı olacaktır.

2.3.1.1. Oyun Videolarını Kim İzliyor? Bir araştırma esnasında yapılan mülakatta oyun videoları izleyicisi “Oynamayı bıraktıktan sonra bile oyunu izlemeye devam etmek, hala oyuna bağlı hissettiğim için oyuna geri dönme olasılığımı artırıyor” demiştir (OC&C, 2020). Oyun videolarını izlemenin farklı nedenleri de olsa her yaş ve meslek grubundan oyun videoları izleyicileri bulunmaktadır. Örneğin Twitch’i izleyen 1000 kişiden yaklaşık 600’ü öğrenci, 200’ü çalışan, 100’ü yarızamanlı çalışan ve 100’ü de işsizdir (Sjöblöm ve Hamari, 2016). 2016 yılında dünya çapında 682 milyon kişi oyun videolarını izlerken, 2019 yılında oyun videoları izleyicilerinin sayısı 944 milyon kişiye yükselmiştir (Statista, 2020). Superdata Research’ün (2020) araştırmasına göre ise 2016 yılında oyun videolarını izleyenlerin sayısı 609 milyon kişi iken 2019 yılında 743 milyon kişi olmuştur.



Şekil 6. Dünya'da Oyun Videoları İçeriklerini Görüntüleyen İzleyici Sayısı 2016-2019 Kaynak. Superdata Research, 2020.

Şekil 6’da göre oyun videosu izleyicilerinin sayısı her yıl pozitif yönlü bir artış grafiği sergilemektedir. Google tarafından yapılan bir araştırmaya göre Youtube oyuncularının %73’ü Youtube’da oyun oynarken başkalarını izlemekten keyif aldıklarını, %48’i oyun oynamaktan çok oyun videolarını izlediklerini, %74’ü de bir oyunda nasıl daha iyi olunacağını öğrenmek için oyun videolarını izlediklerini belirtmişlerdir (Thinkwithgoogle, 2017).

Oyun videosu izlenme oranlarındaki bu artışı anlamak için izleyicilerin farklı demografik yapılarına bakmak yararlı olacaktır. OC&C’ye (2020) göre oyun videosu izleyicilerin %32’si kadın izleyiciler iken %68’i erkek izleyicilerdir. GlobalWebIndex’e (2019) göre oyun videosu izleyen kadınların oranı %35 iken erkeklerin oranı %65’tir. Mediakix’in (t.y.) araştırmasına göre ise Twitch’teki erkek izleyicilerin oranı %81,5’tir.

Buradan oyun videosu içeriklerini izleyenlerde erkek egemen bir topluluğun olduğu sonucuna varılabilir.

OC&C'ye (2020) göre izleyicilerin %32'si 18-24 yaş; %31'i 25-34 yaş; %21'i 35-44 yaş ve %16'sı da 45-54 yaş aralığında iken GlobalWebIndex'e (2019) göre izleyicilerin %41'i 16-24 yaş; %32'si 25-34 yaş; %17'si 35-44 yaş; %7'si 45-54 yaş ve %3'ü 55-64 yaş aralığında ve Mediakix'e (t.y.) göre ise izleyicilerin %55'i 18-49 yaş aralığındadır. Muchneeded'e (2020) göre Twitch'te izleyicilerin ortalama yaşı 21'dir. 16-64 yaş arası her 10 internet kullanıcısından 3'ü oyun videolarını izlerken; 16-24 yaş arasındaki izleyici kitlesinin oranı giderek artmaktadır. Ayrıca 16 yaşın altındaki bazı küçük yaş gruplarındaki çocukların oyun videolarını izledikleri bilinmekte ancak yapılan çalışmalar 16-65 yaş grubunu kapsadığı için bunların oranı bilinmemektedir (OC&C, 2020; GlobalWebIndex, 2019).

2.3.1.2. Oyun Videolarında Ne İzliyorlar? Oyun oynamanın ortaya çıkardığı yeni eğlence şekli olarak tanımlanan oyun videoları o kadar popüler olmuştur ki Youtube'taki en çok aboneye sahip olan ilk 5 kanaldan 2'si oyunlarla ilgilidir. Örneğin Youtube'ta en çok aboneye sahip hesaplar (kanallar) arasında 105 milyon takipçi ile 2.sırada yer alan "PewDiePie" hesabı, oyun içeriği yayınlamak ile popülerliğini kazanmıştır (Iqbal, 2020).

Oyun videolarının içeriklerine bakıldığında temelde iki ana kategoriye ayrıldığı görülmektedir. Bunlardan birincisi canlı yayınlanan videolar, ikincisi ise kayıtlı videolardır (OC&C, 2020).

Tablo 5

Oyun Videolarının İçeriği

Canlı Yayınlanan Videolar	Bireysel Oyun İçeriği E-spor Turnuvaları Canlı Yayınlar
Kayıtlı Videolar	İstek Üzerine Videolar

Kaynak. OC&C, 2020.

Canlı yayın, gösteri, toplantı ve olay gibi durumların TV, radyo veya çevrimiçi ortamlarda diğer bireyler ile anlık paylaşılmasıdır. Çevrimiçi canlı yayın ise aynı durumların çevrimiçi araçlar ile bireylere duyurulmasıdır (Yılmaz, 2017). Web 2.0 araçlarının gelişimi ile bireylerinin çevrimiçi etkileşimleri artmış ve bunun sonucunda da sosyal medya platformları ortaya çıkmaya başlamıştır. Buna en iyi örnek Facebook olarak verilebilir (Yılmaz, 2017). Bireyler arasında artan etkileşim, canlı iletişimi de gerekli

hale getirmiş ve sosyal medyada canlı yayına olanak tanıyan ilk uygulama Meerkat, Apple tarafından kullanıma sunulmuştur (Yılmaz, 2017). Meerkat uygulaması ile kullanıcılar telefonları ile çektikleri görüntüleri takipçileri ile anlık paylaşabiliyorken, daha sonra yapılan eklemeler ile canlı yayın için önceden kullanıcılarına haber verme ve anlık takipçileri görme gibi eklentiler getirilmiştir (Öney, 2015). Meerkat'ın ardından Periscope gibi uygulamalar ile sosyal medyada canlı yayınların yükselişe geçtiği söylenebilir. Bu ve buna benzer uygulamalar mevcut sosyal medya platformlarında eklenti olarak yer almaya başlamıştır. Örneğin periscope, twitter tarafından satın alınmış ve bir eklenti olarak kullanıcılara sunulmuştur. Buna benzer teknolojiler diğer sosyal medya platformlarına da entegre edilmiş ve Twitch, Youtube, Facebook gibi platformlarda etkileşimli canlı yayınlar olanalı hale gelmiştir.

2.3.1.2.1. *Canlı Yayınlanan Videolar.*

2.3.1.2.1.1. *Bireysel Oyun İçeriği.* Bireysel oyun içerikleri, incelemeler, eğitici videolar ve genelde oyun temelli olmak üzere farklı içerik türlerini kapsayan, yayıncı tarafından üretilen içeriklerdir (OC&C, 2020). Bu içerikler genel itibarıyla oyunların nasıl daha iyi oynanabileceği, oyun tanıtımları ve donanım yeterlilikleri üzerine yapılan yayınları kapsamaktadır.

Youtube 2020 yılı 3.çeyreğine ait verilere bakıldığında “Minecraft” (201 milyar görüntülenme), “Roblox” (75milyar görüntülenme), “Garena Free Fire” (72 milyar görüntülenme), “GTA V” (70 milyar görüntülenme) ve “Fortnite” (67 milyar görüntülenme) gibi oyun yayınları en çok izlenen bireysel oyun videosu içerikleri olmuştur (Youtube Official Blog, 2020).

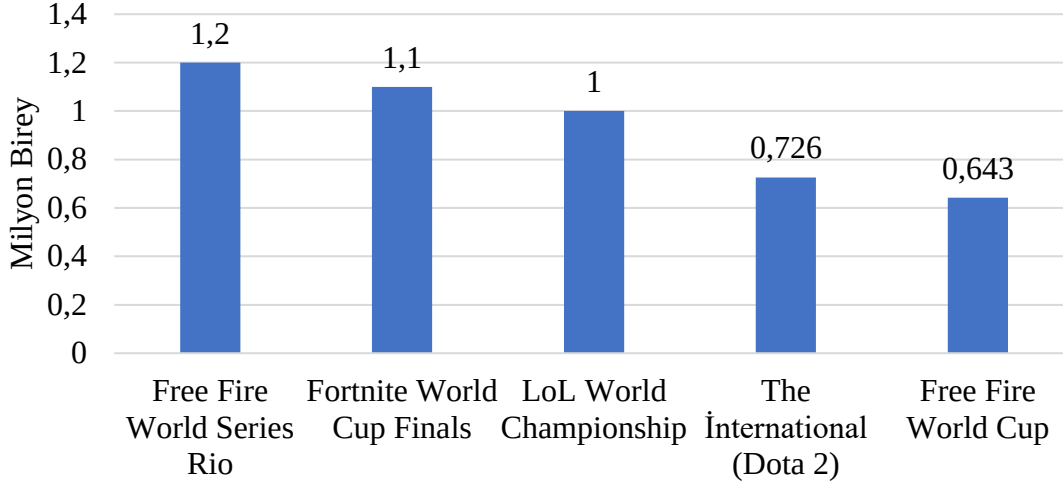
2.3.1.2.1.2. *E-spor ve E-spor Turnuvaları.* Canlı yayınlanan oyun içeriklerinden e-spor, rekabetçi bir atmosferde üst düzey oyunlar oynamayı ve dijital oyunları izlemeyi tanımlamak için kullanılan terimdir (Hamilton, Kerne & Robbins, 2012). E-spor turnuvaları ise profesyonel oyuncular ve takımları içeren oyun yarışmalarının ve etkinliklerinin yer aldığı turnuvalardır (OC&C, 2020).

E-spor turnuvaları denildiğinde konuya yabancı olan bireylerin aklına futbol, basketbol, tenis gibi spor dallarının dijital hali gelse de aslında e-spor bu oyunlardan çok, gerçek zamanlı strateji, nişancı oyunları, çok oyunculu çevrimiçi savaş oyunları ve dövüş

oyunları olmak üzere bir çok oyun türünden oluşur (Edge, 2013). Örneğin “CS:GO” olarak adlandırılan “Counter Strike: Global Offensive” oyunu e-spor turnuvalarında sıkça rastlanan oyunlar arasındadır (“Esports tournaments - Do they really fill stadiums?”, 2020). “CS:GO” oyununda iki takım harita hakimiyeti için silahlı mücadele verir. Amaç terörist olan takımın haritada belirlenen bölgeye zaman ayarlı bir bomba koyması ve patlayana kadar onu savunmasıdır. Bir diğer popüler e-spor turnuva oyunu ise “LoL” olarak bilinen “League of Legends” oyunudur. “LoL”, bir arena gibi tasarlanmış bir haritada iki takımın birbiriyle yarıştığı ve birbirinin üssünü ele geçirmeye çalıştığı gerçek zamanlı bir strateji oyunudur (“Esports tournaments - Do they really fill stadiums?”, 2020). Turnuvada bir harita üzerinde gerçekleştirilir. Oyunun amacı rakibin bölgesini fethetmektir. Yine “LoL” gibi gerçek zamanlı bir strateji oyunu olan “Dota 2” de e-spor turnuvalarında sıkça oynanan oyunlar arasındadır. İki oyunda da amaç benzerdir. “LoL”de amaç bölgeyi ele geçirmek iken “Dota 2”de amaç rakibin üssünü ele geçirmektir. Bu oyunların dışında e-spor turnuvalarında yer alan en popüler oyunlar arasında “Free Fire”, “PubG”, “Fortnite”, “Call of Duty: Modern Warfare”, “Valorant” ve “Rainbow Six:Siege” gibi oyunlar gösterilebilir (“The Loadout”, t.y.).

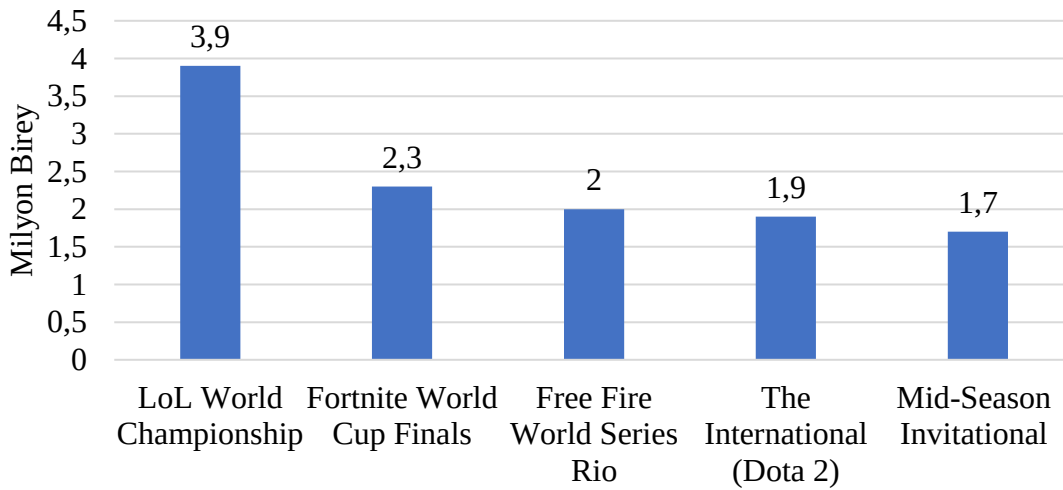
E-spor turnuvalarının profesyonel ve amatör oyuncular, takımlar, yorumcular, sponsorlar, izleyiciler ve hayranlardan oluşan geniş çaplı bir izleyici kitlesi vardır (Kaytoue, Silva, Cerf, Meria ve Raissi, 2012). Cheung ve Huang’a (2011) göre e-spor da seyirciler, meraklılar, ilham verenler, öğrenci pozisyonunda olanlar, tatminsizler, eğlence için izleyenler, asistanlar, yorumcular ve kalabalıklar olmak üzere dokuz ana karakter vardır.

Ülkemizde Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray gibi spor klüplerinin sponsorluğunu yaptığı ve kendi bünyesinde bulunan e-spor takımları mevcuttur. Ayrıca Beinsports gibi spor yayın kuruluşlarında da bu takımlara ait puan durumları ve oyuncu bilgileri gibi haberler geçmekte ve e-spor turnuvaları için bahisler yapılmaktadır. Küresel boyutta milyonları aşan izleyici kitlesine ulaşan bu turnuvaların pazar büyüklüğü 2018 yılında 906 milyon dolar iken 2020 yılında bu rakamın 1,65 milyar dolar’a ulaşması beklenmektedir (Influencer Marketing Hub, 2020).



Şekil 7.2019 Yılı E-Spor Turnuvaları Toplam İzleyici Sayıları
Kaynak. Escharts, 2020.

Şekil 7’de 2019 yılında küresel çapta yayınlanan 5 büyük e-spor turnuvasının toplam izleyici rakamları verilmektedir. Buna göre en çok izleyici sayısına sahip e-spor turnuvası 1,2 milyon izleyici ile “Free Fire” oyununun oynandığı “Free Fire World Series Rio” olmuştur. Ardından 1,1 milyon izleyici ile “Fortnite World Cup Finals” yer almıştır. Aşağıda grafikte de görüleceği üzere en çok izlenme süresine sahip olmasına karşın “LoL” oyunu ise 1 milyon izleyici ile üçüncü sırada yer alırken 726 bin izleyici ile “Dota 2” dördüncü ve yine “Free Fire” oyununa ait “Free Fire Dünya Kupası” beşinci sırada yer almıştır.



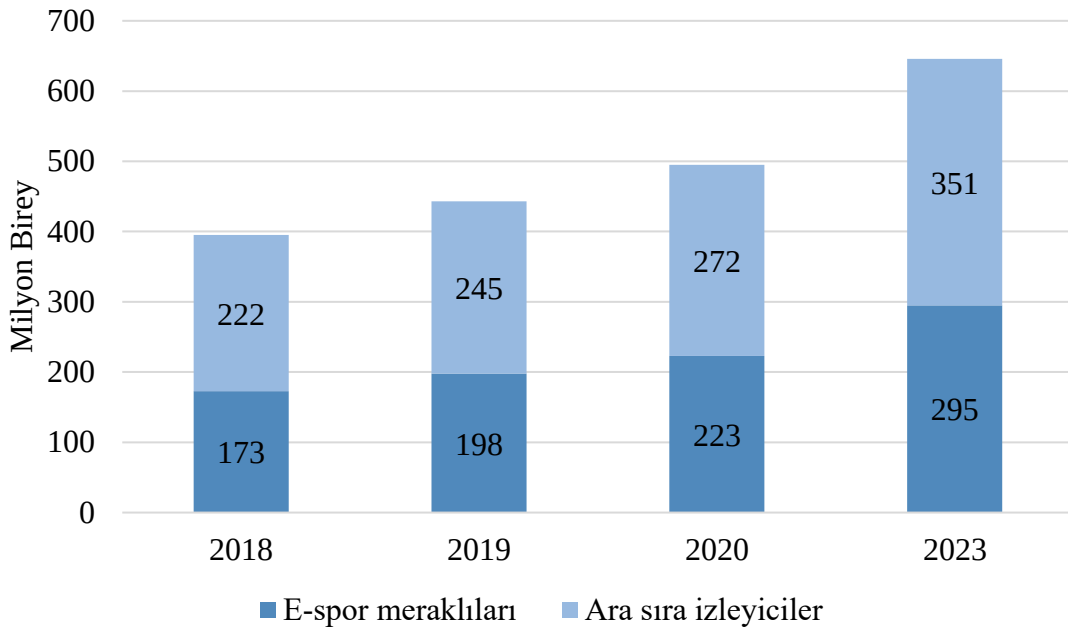
Şekil 8. 2019 Yılı E-Spor Turnuvaları Anlık İzleyici Sayıları
Kaynak. Escharts, 2020.

Şekil 8’de verilen anlık izleyici sayılarına bakıldığında ise “LoL” oyununa ait “LoL World Championship turnuvası” anlık 3,9 milyon izleyici ile birinci sırada yer alırken yine aynı oyuna ait “Mid-Season Invitational turnuvası” ise 1,7 milyon anlık

izleyici ile beşinci sırada; “Fortnite Dünya kupası” finalleri 2,3 milyon anlık izleyici ile ikinci sırada yer alırken “Free Fire World Series Rio 2” milyon anlık izleyici ile üçüncü sırada ve “Dota 2”nin oynandığı The International turnuvası ise 1,9 milyon anlık izleyici ile dördüncü sırada yer almıştır.

Şekil 7 ve şekil 8 karşılaştırıldığında turnuvaların toplam izleyici sayıları ile anlık izleyici sayılarına ait sıralamanın farklı olduğu görülmektedir. Bu farkın e-spor tutkunları ve ara sıra izleyicilerden kaynaklandığı söylenebilir. Ancak “LoL”, “Fortnite” ve “Free Fire” oyunlarına ait hem toplam izleyici hem de anlık izleyici verilerine bakıldığında bu oyunların önümüzdeki turnuvalarda da popülerliğini koruyacağı söylenebilir.

Gerek anlık izleyici sayısı gerekse toplam izleyici sayısı verilerine bakıldığında e-spor turnuvalarının gelecek yıllarda da giderek büyüyen bir sektör olacağı öngörülebilir. Nitekim Statista (2020) verilerine göre 2012 yılında 134 milyon izleyicisi olan e-spor turnuvaları günümüzde 454 milyon izleyiciye ulaşmıştır.

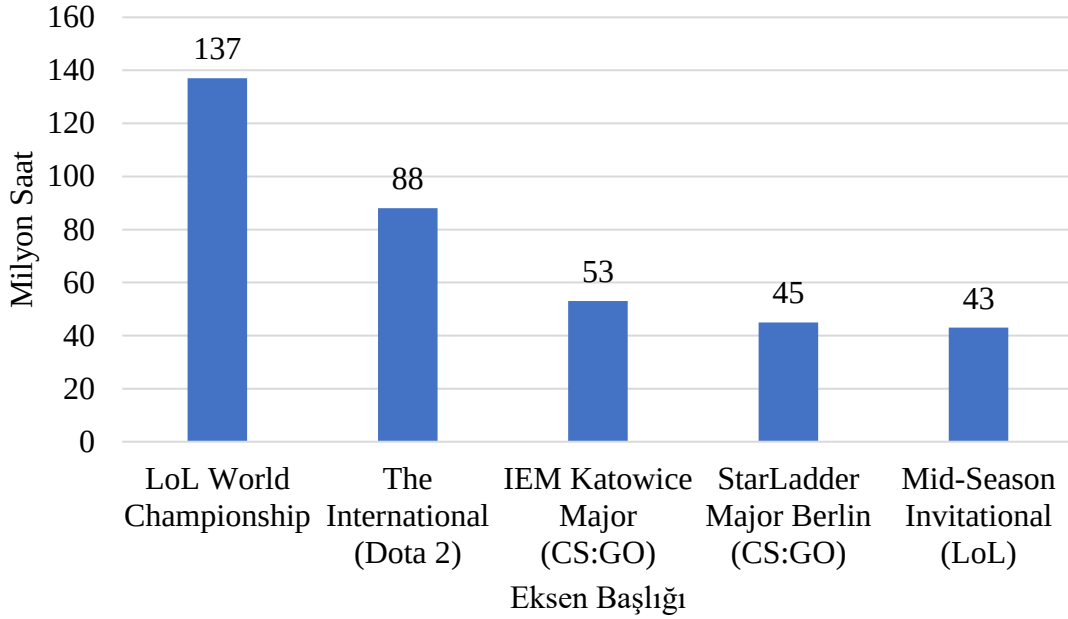


Şekil 9. E-spor Küresel izleyici Artışı
Kaynak. “Newzoo”, 2020.

Şekil 9 küresel anlamda e-spor izleyici rakamlarının artışını vermektedir. Grafikte ara sıra izleyenler ile e-spor tutkunlarının verileri yer almaktadır. Bakıldığında her iki gruba ait verilerin de bir önceki yıla göre artış gösterdiği görülmektedir. 2018 yılında her iki gruba ait toplam izleyici sayısı 395 milyon birey iken bu rakam %12,3 yıllık bazda büyüme ile 2019 yılında 443 milyon bireye çıkmıştır. Newzoo’nun (2020) tahminine göre %11,7 yıllık bazda artış ile 2020 yılının sonuna gelindiğinde toplam izleyici sayısının 495

milyon olması beklenmektedir. Statista'nın (2020) tahminine göre ise 2022 yılında toplam izleyici sayısı 644 milyon birey olacaktır ve yine Newzoo'nun (2020) tahminine göre de 2023 yılında toplam izleyici sayısı 646 milyon birey olacaktır.

E-spor turnuvalarındaki yükselen izleyici kitlesi, aynı oranda izlenme sürelerini de etkilemektedir. İzlenme süreleri dikkate alındığında e-spor turnuvalarında 100 milyon saatin üzerinde izlenen e-spor turnuvaları olduğu görülmektedir.



Şekil 10. 2019 Yılı E-Spor Turnuvaları İzlenme Süreleri
Kaynak. Escharts, 2020.

Şekil 10'da 137 milyon saat izlenme süresi ile "LoL" oyununun oynandığı "LoL World Championship" birinci sırada yer alırken, yine aynı oyuna ait Mid-Season Invitational turnuvası ise 43 milyon saat izlenme ile beşinci sırada; 88 milyon saat izlenme ile ikinci sırada Dota 2 oyununun oynandığı The International turnuvası yer alırken, "CS:GO" oyununun oynandığı iki farklı turnuva IEM Katowice Major 53 milyon saat ile üçüncü sırada ve "StarLadder Major Berlin" 45 milyon saat izlenme ile dördüncü sırada yer almıştır.

Büyük çoğunluğu y ve z kuşaklarından oluşan ve giderek artan izleyici sayıları ile e-sporun, gelecek vaad eden sektörlerden biri olacağı söylenebilir. Jonasson ve Thiborg'a (2010) göre e-sporun geleceği ile ilgili üç senaryo vardır. Bunlar;

- 1) Modern spora alternatif olarak e-spor,
- 2) Sporun bir parçası olarak e-spor,
- 3) Gelecekteki hegemonik spor olarak e-spor.

Bazı kesimlerce e-sporun gerçek bir spor olmadığı yönünde düşüncelerin olduğu söylenebilir (Jonasson ve Thiborg, 2010). Ancak karşılaştırma yapıldığında bir çok noktada benzerliklerin olduğu görülmektedir. Puan sistemi, strateji, rekabet, kurallar, izleyiciler, oyun süresi ve fenomen oyuncular gibi unsurların e-spor da yer aldığı görülmektedir. Buna ek olarak e-spor oyuncularının beceri, parmak dayanıklılığı ve el göz koordinasyonu ile ilgili geliştirici antrenmanları da bulunmaktadır (Kane & Spradley, 2017). Ayrıca e-spor oyuncularının müsabaka esnasında kalori harcadıkları bile görülmüştür (Kane & Spradley, 2017). Son zamanlarda geleneksel spor ile e-spor arasındaki psikolojik benzerlikler ve farklara ilişkin çalışmalar yürütüldüğü bilinmektedir (Himmelstein, Liu ve Shapiro, 2017; Polman, Trotter, Poulus & Borkoles, 2018).

Çeşitli görüş farklılıkları olsa da Kore, Çin, Rusya, Macaristan ve Danimarka gibi ülkelerde e-spor resmi bir spor olarak kabul edilmiştir (Jonasson & Thiborg, 2010). Bu yeni çeşit sporun olimpiyatlarda yer alması gerektiğini savunan görüşler de mevcuttur. Bu konuda Uluslararası Olimpiyat Komitesi Başkanlığı'nın e-sporun şiddet ve ayrımcılık içeren oyunlarının olimpiyat değerleri ile çeliştiğini belirtmesi üzerine olimpiyat oyunlarına bir müddet daha e-sporun dahil edilmeyeceği görüşü yerleşmiş olsa da 2022 Asya Oyunları'nda e-sporun madalya sporu olarak yer alacak olması, e-sporun gelecekte bir olimpiyat spor dalı olacağı yönündeki görüşleri arttırmıştır (Bloom, 2018).

E-sporun, modern sporun güncel şartlarını karşılayamadığı için sporun bir parçası olarak kabul edilmesi ve e-sporun geleceğinin buna göre olması gerektiğini savunan görüşler de mevcuttur. Bu görüşlere göre e-spor bağımsız-özerk organizasyonlara ve anti-doping kurallarına sahip olmamakla birlikte resmi olimpiyat tüzüğüne ve standartlarına uymamaktadır (Jonasson & Thiborg, 2010). Ayrıca e-sporun, toplumsal ve kültürel bozulmalar, sosyal izolasyon, fiziksel hareketsizlik, ekran bağımlılığı ve şiddet gibi alanyazında dijital oyunlar üzerine yapılan çalışmalarının sonuçlarından da görüldüğü üzere olumsuz sonuçlar doğurabileceği ve bunun da sporun temel ilkelerine uymayacağı belirtilmektedir (Salonius-Pasternak & Gelfond, 2005). Buna rağmen gün geçtikçe dijital oyunlara ve e-spora olan ilginin artıyor olması, Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere gibi ülkelerde e-spor turnuvalarının televizyonlarda canlı yayınlanması gibi gelişmeler var olan durumun göz ardı edilmesini engellemektedir.

Özetlemek gerekirse, e-spor resmi standartlara veya koşullara uyarsa, dijital oyunların görünümü daha olumlu olacak ve eğer e-spor etkinliğinin popülerliği artmaya devam ederse, e-spor muhtemelen gelecekte hegemonik sporun bir parçası olarak kabul edilecektir (Jonasson & Thiborg, 2010).

E-sporun geleceği ile ilgili üçüncü senaryo ise gelecekteki hegomonik sporun e-spor olacağı görüşüdür. Bu konuda sanayi devriminden sonraki sürecin yol gösterici olabileceği söylenmektedir (Jonasson & Thiborg, 2010). Batı toplumlarındaki sanayileşme sürecinin hız kazandığı yıllarda makineleşme ve robotik teknolojilerin gelişmesi ile insanlar fiziksel olarak yaptıkları birçok işi makinelere devretmiştir (Faskunger, 2002). Bu davranış toplumsal değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Örneğin, otomobil varken insanlar yürümeyi tercih etmemektedir; düğmeye basınca açılan kapılar varken insanlar kapıları itmemektedir veya uzaktan internet yoluyla çalışabiliyorken işe gidilmemektedir. Bu ve buna benzer toplumsal değişikliklerin spora yönelik anlayışta ve tutumda da yaşanabileceği tahmin edilebilir. Örneğin doğayı kirletmesi ve petrol kaynaklarını azaltması bakımından değerlendirildiğinde otomobil sporlarının gelecekte e-spora dönüşümü gerçekleşebilir (Jonasson & Thiborg, 2010).

Günümüzde bazı bahis sitelerinde futbol, basketbol ve tennis gibi sanal müsabakaların yapıldığı bilinmektedir. Özellikle e-sporun halihazırda sahip olduğu sorunlardan kendisini kurtarabilmesi durumunda uygarlaşan dünyada hegamonik spor olması kaçınılmaz olabilir (Jonasson & Thiborg, 2010).

2.3.1.2.1.3. *Canlı Yayınlar.* Canlı yayınlar esasında 20 yıldır internette mevcut olmakla birlikte son zamanlarda yaşanan teknolojik gelişmeler ve altyapı iyileştirmeleri sayesinde demokratikleşmiş ve herkesin istediği konuda yayın yapmasına olanak sağlamıştır (Smith, Obrist ve Wright, 2013). Yaşanan teknolojik gelişmeler bireylerin internet kullanımını yaygınlaştırmış, dolayısı ile hem yayıncı hem de izleyici sayılarını da arttırmıştır. Youtube'ta en çok izleyiciye ulaşan 100 canlı yayının 60'tan fazlasının son iki yılda gerçekleştirilmiş olması buna örnek verilebilir ("Youtube Live Streaming Statistics", t.y.).

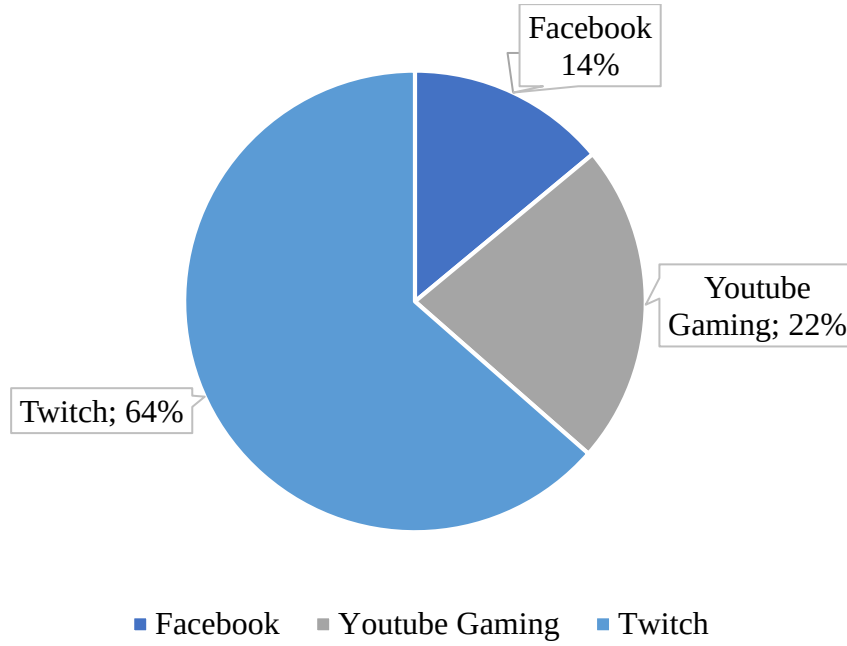
Teknolojik imkanların gelişmiş olması aynı zamanda çeşitliliği de arttırmıştır. Başlarda televizyonlarda kısıtlı konu yelpazesinde sunulan canlı yayınlar internete taşındıktan sonra günümüzde o kadar çeşitlendirilmiştir ki neredeyse her ilgi alanına hitap edebilecek konularda canlı yayınlar mevcuttur. Örneğin teknoloji şirketine ait yeni bir ürünün tanıtımı esnasında, üniversite sınavına hazırlanan bir bireyin soru çözdüğü esnada, ender bulunan bir kuş türünün yuvasında yaşanan günlük olaylar esnasında veya bir kadının makyaj yaptığı esnada bu faaliyetler izleyiciler ile anlık olarak paylaşılabilmektedir ("Apple Event", 2020; "7 Saat Birlikte Çalışıyoruz", 2021;

“Southwest Florida Eagle Cam #1”, t.y.; “Cemre Solmaz Canlı Yayında Makyaj Yapıyor”, 2020). Youtube Canlı Yayın İstatistikleri (2019)’ne göre karavan yaşamı, alışveriş ve yemek tarifi gibi konularda yapılan canlı yayınlara ilgi son yıllarda oldukça artmıştır. Örneğin “yeni tarifler” konulu canlı yayınların izleyici sayıları küresel boyutta %250 artarken, Kanada’da son bir yılda %140 artış göstermiş; ABD’de “alışveriş” konulu canlı yayınların izleyici sayıları da %500 artmıştır. Her ne kadar bu konular oldukça ilgi görüyor olsa da “dijital oyunlar” konusu en çok izlenen canlı yayın konularının başında gelmektedir.

Oyunlara ait canlı yayın içeriklerine bakıldığında 2020 yılı 3.çeyreğine kadar LoL oyunua ait canlı yayınlar 32,5 milyar dakika ve Fortnite oyunua ait canlı yayınlar ise 25,5 milyar dakika izlenmiştir (May, 2020). “Minecraft”, “Garena Free Fire”, “GTA-V” ve “PubG” gibi oyunlara ait canlı yayın içerikleri 2020 yılı 3.çeyreğine kadar Youtube’ta en çok izlenen oyunlar olmuştur (Youtube Official Blog, 2020).

Bireyler tarafından canlı olarak yayınlanan içerikler, genellikle izleyicilerin yayıncı ile veya kendi aralarında etkileşime girebileceği aktif sohbet akışları eşliğinde yapılmaktadır (OC&C, 2020). Oyun yayıncılarının, kanallarında kendilerini izleyiciye gerçek zamanlı olarak oynarken ve yorum yaparken göstermeleri, oyun videolarının çekiciliğini ve izleyici sayısını arttırmıştır (Burroughs ve Rama, 2015). Sosyal medya üzerinden yapılan bu yayınlar için Twitch, Youtube, Facebook ve Mixer en çok kullanılan platformlardır (Pellicone & Ahn, 2017; May, 2020).

Sosyal medya platformlarından yapılan “dijital oyun” konulu canlı yayınlara ait verilere bakıldığında tüm yayın platformlarında 2019’un 3.çeyreğinde 3,89 milyar saatin üzerinde içerik izlenmişken, 2020 yılının 3. çeyreğinde ise toplam 7,46 milyar saatin üzerinde içerik izlenmiştir. Bu da %91,8’lik bir büyümeyi ifade eder (May, 2020). 2020 yılının 3.çeyrek izlenme sürelerine ait verilere bakıldığında Twitch bir önceki çeyreğe göre %14,5 artış ile pazar payının %91,1’ini temsil etmektedir. Bu temsiliyete %14,2 izlenme oranına sahip Mixer’in kapatılmasının ardından izleyicilerin Twitch’e yönelmesinin etkili olduğu görülmektedir. Diğer sosyal medya platformlarına bakıldığında %3,4 pazar payına sahip Facebook Gaming ile %5,5 pazar payına sahip Youtube arasında rekabet yaşandığı söylenebilir (May, 2020).



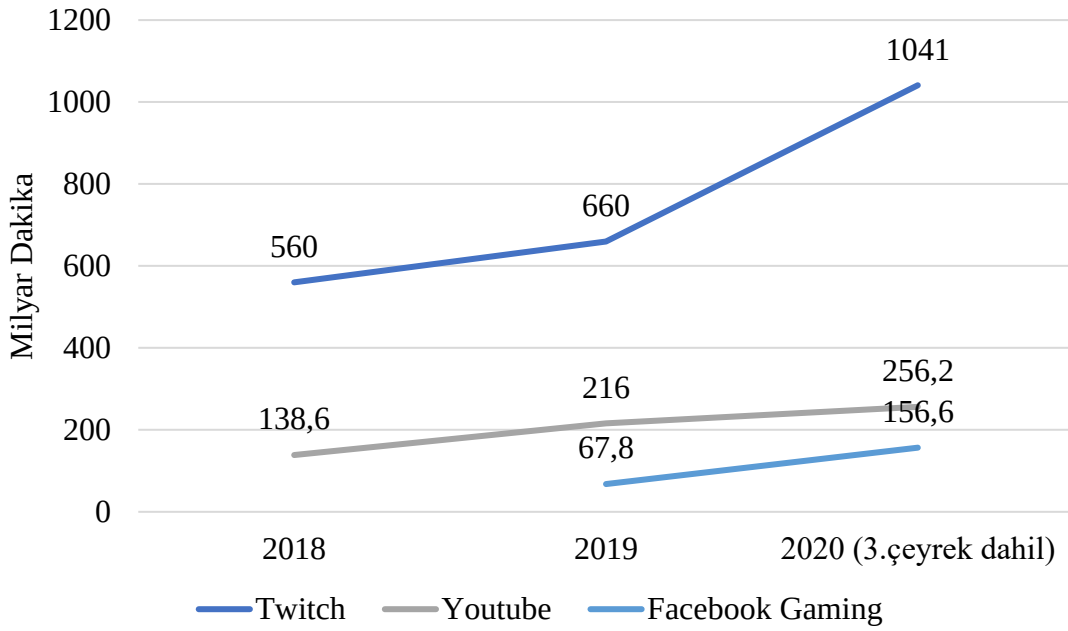
Şekil 11. Twitch, Youtube ve Facebook Toplam İzlenme Süreleri
Kaynak. May, 2020.

Şekil 11 toplam izlenme süreleri bakımından Twitch, Youtube ve Facebook canlı yayın sürelerinin oranını göstermektedir. Twitch %63,6 izlenme oranı ile canlı yayınlarda birinci sırada yer almaktadır. 2012 yılında Twitch’te izlenen canlı yayın içeriklerinin toplam süresi 6 milyar dakika iken, 2019 yılında 660 milyar dakika, 2020 yılında ise toplam süre 1,11 trilyon dakikaya çıkmıştır (Twitchtracker, 2020). Ayrıca 2019 yılında toplam 3,64 milyon farklı kanaldan 25,9 milyar dakika canlı yayın içeriği yayınlanmışken, 2020 yılı aralık ayına kadar 6,7 milyon farklı kanaldan 41,4 milyar dakika canlı yayın içeriği yayınlanmıştır (Twitchtracker, 2020).

%22,5 izlenme oranına sahip Youtube’ta ise 2019 yılında “dijital oyun” konulu 216 milyar dakikalık canlı yayın içeriği izlenmişken, 2020 yılı 3.çeyreğine kadar 256,2 milyar dakika canlı yayın içeriği izlenmiştir (May, 2020). Buna göre henüz 2020 yılı tamamlanmamış olmasına rağmen %18,61’lik bir artış olduğunu göstermektedir. Ayrıca 2019 yılında Youtube’ta 6 milyon farklı kanaldan 3,3 milyar dakika canlı yayın içeriği yayınlanmışken, 2020 yılı 3.çeyreğine kadar 2,8 milyon farklı kanaldan 2,6 milyar dakika canlı yayın içeriği yayınlanmıştır (May, 2020).

Facebook Gaming de 2019 yılında bir önceki yıla göre %238 oranında artış göstermiş ancak genel sıralamada %14 ile en çok izlenen üçüncü sosyal medya platformu olmuştur (“Facebook Gaming sees 238% growth in April, Twitch leads viewership”, 2020). Facebook Gaming’te 2019 yılında toplam 67,8 milyar dakika canlı yayın izlenmişken 2020 yılının 3.çeyreğine kadar toplam 156,6 milyar dakika canlı yayın

izlenmiş ve ilk kez yılın bir çeyreğinde 60 milyar dakikanın üzerine çıkmıştır. Buna göre henüz 2020 yılı tamamlanmamış olmasına rağmen %130,97’lik bir artış olduğunu göstermektedir. Ayrıca 2019 yılında 237 bin farklı kanaldan toplam 699,1 milyon dakika canlı yayın içeriği yayınlanmışken, 2020 yılı 3.çeyreğe kadar 610 bin farklı kanaldan toplam 1,1 milyar saat canlı yayın içeriği yayınlanmıştır.



Şekil 12. Canlı Yayın Platformlarının Yıl Bazında İzlenme Sürelerindeki Artış

Kaynak. May, 2020; May, 2019; Stream Hatchet, 2018. (Facebook Gaming 1 Haziran 2018 tarihinde kullanıma açıldığı için 2018 yılına ait kullanılabılır veri bulunmamaktadır.)

Şekil 12’de de görüldüğü üzere internet üzerinden yayınlanan “dijital oyun” konulu canlı yayınların yükselişte olduğu açıkça görülmektedir. Özellikle 2020 yılındaki ani yükselişin covid-19 koronavirüs pandemisi ile doğrudan ilişkili olduğu düşünülmektedir (May, 2020; Daniele & Hslop, 2020). Örneğin, İtalya Avrupa’da salgının en kötü seyrettiği ülkelerden biri olmakla birlikte oyun videolarına ait canlı yayınların izlenme oranı bu dönemde %66 artmıştır (Daniele & Hslop, 2020). Noam’a (2020) göre bu geçici değil, geçici durumu hızlandırıcıdır. İnternet üzerinden yapılan canlı yayınlar bir çok kesimce olması istenen bir olgu olarak tartışılmakta iken pandemi bu geçişi hızlandırmıştır (Noam, 2020, aktaran Binder, 2020). Petrucci (2020), dünyanın hiçbir zaman canlı yayınları bu kadar ciddiye almadığını ve bu dönemde insanların kamera önünde olma korkusunu yendiğini belirtmiştir (Petrucci, 2020, aktaran Binder, 2020). Petrocelli (2020) salgından bu yana internet üzerinden yapılan canlı yayınların üstel olduğunu ve bir müddet daha bu şekilde devam edeceğini öngörmektedir (Petrocelli,

2020, aktaran Binder, 2020). Binder (2020) ise internet üzerinden yapılan canlı yayınların bu dönemde bireylerin izleme kültürünü değiştirdiğini ve salgından sonra da yeni kültürün etkin olacağını söylemiştir.

2.3.1.2.2. Kayıtlı Videolar.

2.3.1.2.2.1. *İstek Üzerine Videolar.* Oyun videosu izleyenlerin %34'ünün izlediği, genellikle yapımcı/yayıncı tarafından yüklenen, oyunun tanıtımı, ön gösterimi, kullanıcı ayarları, nasıl oynanır? eğitimleri vb. konular hakkında görüntülenen, canlı olmayan içeriklerdir (OC&C, 2020). Oyun konusunda kendini geliştirmek isteyen bireylerin canlı yayınlar yerine bu yayınları tercih ettiği söylenebilir.

OC&C'nin (2020) araştırmasına göre canlı yayınlanan oyun videolarını izleme eğilimi, kayıtlı oyun videolarını izleme eğiliminden önemli ölçüde daha küçüktür. Bu farkın kayıtlı videolarda ileri geri sarabilme, zamandan bağımsız izlenebilme ve önemsiz kısımların montajlanmış olması gibi imkanlardan kaynaklandığı söylenebilir. Aynı çalışmada kayıtlı oyun videoarı için izleyicilerin genellikle Youtube kullanırken, canlı yayınlanan oyun videoları izlemek için Twitch'e yöneldikleri belirtilmiştir. Bir katılımcı konu ile alakalı "kayıtlı oyun videoları için Youtube kullanıyorken, canlı yayınlanan oyun videoları için Twitch'e geçiyorum" yorumunda bulunmuştur.

2.3.1.3. Oyun Videolarını Neden İzliyorlar? Katz (1973) bireylerin medya takip etme sebepleri için 35 ihtiyaç geliştirmiş ve onları Bilişsel (bilgi edinme, anlama), Duygusal (zevk alma, nefret etme), Kişisel Bütünleştirici (güvenilirlik, statü, istikrar), Sosyal Bütünleştirici (aile, arkadaş, topluluk) ve Gerilim Giderme (kaçış, eğlence) olmak üzere 5 ana kategoride sınıflandırmıştır.

McQuail (1987) ise bireylerin medya kullanım ihtiyaçlarını 4 temel sebepte açıklamıştır. Bunlar Bilgi, Öz Kimlik, Sosyal Bütünleştirme-Etkileşim ve Eğlence'dir.

Dholakia vd. (2004) de günümüz sanal dünyasında kullanıcı motivasyonları ve ihtiyaçları için Bilgi Edinme, Bilgi Verme, İtibar Oluşturma, İlişkiler Geliştirme, Eğlence ve Kendini Keşfetme olmak üzere 6 madde sıralamıştır.

Ramirez vd.'nin (2020) yukarıdaki çalışmalara ek olarak Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi'nden (Herzog, 1944) yola çıkarak yaptıkları çalışmada, kullanıcıların neden oyun videolarını izlediklerine dair Gerilim Giderme, Eğlence, Bilgi

Edinme, İletişim ve Aidiyet Duygusuyla Bağlantılı Sosyal İlişkiler olmak üzere 5 neden tespit edilmiştir.

Petrova ve Gross'a (2017) göre oyun videolarını izleyenlerin temelde 4 sebebi bulunmaktadır:

1) Sosyalleşmek ve kendisinden daha büyük bir şeyin parçası olmak

Youtube oyuncularının %56'sı oyun toplulukları ile bağlantı kurabildikleri yerin Youtube olduğunu söylemektedir (Ipsos, 2017). Araştırmadaki bir katılımcı *“oyun için Youtube’da edindiğimiz topluluk hissini seviyorum”* yorumunda bulunurken bir diğer katılımcı da *“yayıncıyı takip etmeyi sevirim ama gerçekten sevdiğim şey onun yorumları ve izleyicinin ona yazıkları”* yorumunda bulunmuştur. Yayıncıların Twitch, Youtube ve Facebook Gaming’te izleyicileri ile etkileşimde bulundukları ve bu sosyalleşmeye önem verdikleri söylenebilir.

2) Kendisini kabul edilmiş hissetmek

Dijital oyunlarda (oyun türüne göre değişmekle birlikte) genellikle oyuncuya ait bir avatar vardır ve oyuncu o avatarı yönlendirerek oyunda ilerler. Oyuncunun demografik bilgileri hakkında herhangi bir ipucu bulunmaz. Oyun videoları izleyicileri için de aynı durumun geçerli olduğu söylenebilir. Takma bir ad ile canlı yayın takip edilir ve yayıncı ile etkileşim kurulur. Araştırmadaki bir katılımcı *“nasıl görüldüğünüz veya kaç yaşında olduğunuz önemli değil, önemli olan olan oyunu oynayabildiğiniz ve bundan keyif aldığınız”* yorumunda bulunmuştur. Oyun videosu izleyicilerinin büyük çoğunluğunun erkek olduğu bilinmekle birlikte (Petrova & Gross, 2017; OC&C, 2020; May, 2020) Ipsos’un (2017) araştırmasına göre kadın Youtube oyuncularının %66’sı ilişki kurabilecekleri insanlardan haber almak istediklerinde Youtube’da oyun videosu izlediklerini belirtmiştir. Bir katılımcı konu ile alakalı *“artık bir erkek kulübü değil”* yorumunda bulunmuştur.

3) Eğlenmek

Youtube oyuncularının %73’ü oyun oynarken başkalarını izlemekten keyfi aldığını belirtmiştir (Ipsos, 2017). Araştırmadaki bir katılımcı konu hakkında *“bir başkasının deneyimine kapılmak hoşuma gidiyor, bazı sahnelerde aynı*

heyecanı yaşıyorum ve kalbim hızla atıyor” yorumunda bulunmuştur. Bir diğer katılımcı ise “her zaman oyun oynamak istemiyorum. Bazen sadece rahatlamak için başka birisinin oyununu izlemek istiyorum” yorumunda bulunmuştur.

4) Yeni beceriler öğrenmek

Her oyuncunun nihai hedefi oyunu bitirmektir. Oyuncuyu oyuna bağlayan şeyin bu olduğu söylenebilir. Ipsos’a (2017) göre Youtube oyuncularının %74’ü bir oyunda nasıl daha iyi olunacağını öğrenmek için oyun videolarını izlediğini belirtmiştir. Bir katılımcı *“Youtube bir şeyleri nasıl yapacağınızı görmenize izin veriyor. El kitabına bakarak bir şeyi anlamak çok zor, ancak Youtube ile aslında başka bir oyuncunun bir şeyi nasıl yaptığını görebilirsiniz. Tek başına bu, bir oyuncu olarak daha iyi olmama yardımcı oluyor”* yorumunda bulunmuştur.

OC&C’nin (2020) 947 oyun videosu izleyicisi ile yaptığı bir araştırmaya göre oyun videolarını izleyenlerin temelde 5 sebebi bulunmaktadır:

1) Oyun ve oyun içeriği

Araştırmaya göre izleyicilerin %49’u oyun ve oyun içerikleri için kayıtlı videoları izlerken %43’ü canlı yayınları tercih etmektedir. Bir katılımcı konu hakkında *“öylece oturup Netflix’te bir TV şovu izler gibi izliyorsun”* yorumunda bulunmuştur.

2) Yeteneklerini ve oyun bilgisini geliştirme

Araştırmaya göre izleyicilerin %40’ı yeteneklerini geliştirmek için kayıtlı videoları tercih ederken %36’sı canlı yayınları tercih etmektedir. Bir katılımcı konu hakkında *“öğretmek için çaba gösteren ve nasıl yapıldığını anlatan yayıncılara saygı duyuyorum”* yorumunda bulunmuştur.

3) Yayıncının kişiliği

Araştırmada, canlı yayınlarda herhangi bir montaj işleminin yapılamamasından dolayı, yayıncının davranış ve tutumlarının izleyici üzerinde etki bıraktığı görülmüştür. İzleyicilerin %23’ü yayıncının kişiliği sebebiyle kayıtlı videoları izlerken, %35’i canlı yayınları tercih etmektedir. Bir katılımcı konu hakkında *“O çok komik, tam bir şakacı. Yayınlarından bu*

kişiyi gerçekten tanıyorsun. Onu bir arkadaş olarak tanıdığımı hissediyorum” yorumunda bulunmuştur.

4) Yayıncının yeteneği

İzleyiciler başka bir oyuncunun yeteneklerini görmek ve oyunun gerçekte nasıl oynanması gerektiğini izlemek istemektedirler. Başarılı bir oyuncunun oyunu izlemek izyiciyi oyun konusunda hem eğitir hem de eğlendirir. İzleyicilerin %9’u yayıncı yeteneklerini kayıtlı videolardan izlerken, %22’si de oyuncunun anlık reflekslerini, başarı ve başarısızlıklarını montajlanmadan görmek için canlı yayınları izlemektedir. Bir katılımcı yayıncı ile ilgili *“Oyunun en iyisidir, başka hiç kimse onun kadar iyi değil”* yorumunda bulunmuştur.

5) Benzer düşünen bir kitleyle bağlantı kurmak

Araştırmaya göre benzer düşünen bir kitle ile iletişime geçmek için öğrencilerin %4’ü kayıtlı videoları izlerken, %13’ü canlı yayınları izlemeyi tercih etmektedir. Kayıtlı videolarda genellikle video altına yapılan yorumlar ile iletişime geçilirken, canlı yayınlarda hem yayıncı ile anlık iletişim hem de yayını o anda izleyenlerin yaptıkları yorumlar üzerinden iletişim kurulabilmektedir. Araştırmadaki bir katılımcı konu ile alakalı *“Günümüzdeki futbol gibi düşünün. Kalabalıksınız. Bir şey olduğunda birlikte neşeleniyorsunuz”* yorumunda bulunmuştur.

Lu vd.’nin (2018) araştırma sonuçlarına göre izleyicilerin, oyuna çok zaman harcamak yerine oyun videolarından oyun becerilerini ve stratejilerini öğrenmek, diğer oyuncular ile tanışmak ve oyun topluluklarına katılmak için oyun videosu izledikleri tespit edilmiştir.

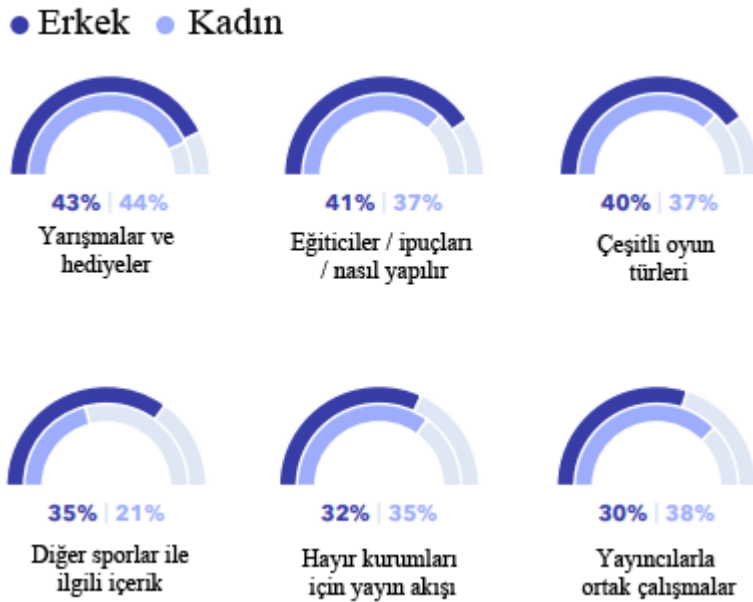
Hershey’e (2019) göre oyun videosu izleyenleri günümüz futbol, basketbol vb. profesyonel spor dalları izleyicileri gibi görmek gerekmektedir. İzleyiciler oynamaktan keyif aldıkları oyunların, yüksek düzey bir oyuncu veya oyuncular tarafından nasıl oynandığını görmek, kendi taktik ve stratejilerini değiştirmek ve geliştirmek istemektedirler. Ayrıca izleyicilerin bu içerikleri izlemesinin bir diğer sebebi de yayıncının kişiliğidir (Hershey, 2019).

Hamilton, Garretson ve Kerne’nin (2014) araştırmasında da oyun içeriğine duyulan ilgi, aynı oyuna ilgi duyanların topluluk oluşturması, sosyallik, şaka ve mizah ile

neşeli zaman geçirme ve kendini geliştirme oyun videosu izleme nedenleri olarak tespit edilmiştir.

Petrova ve Gross'un (2017) araştırmasında Youtube oyuncularının %48'inin oyun videolarını izlemeye oyun oynamaktan daha fazla vakit harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır. OC&C'nin (2020) araştırmasına göre dijital oyunları oynayanların penetrasyon oranı önemli ölçüde yüksek olmasına rağmen, oyun videolarını izleyenlerin %37'si dijital oyunları oynamamaktadır. Oyun oynamadığı halde oyun videosu izleyenlerin büyük çoğunluğu oyun videolarındaki etkileşimlerden zevk aldıklarını söylemişlerdir. Cheung ve Huang'ın (2011) yaptığı araştırma sonuçlarına göre ise bireylerin kendi başlarına oynamak yerine oyun oynayan profesyonel oyuncuları izlemeyi tercih ettiğini göstermiştir.

Yukarıdaki araştırmalarda oyun videosu izleme sebepleri, büyük oranda benzer şekillerde açıklanmaktadır. Bakıldığında benzer nedenler arasında yayıncının kişiliği, sosyalleşme, oyun konusunda kendini geliştirme ve eğlence gibi sebepler sayılırken, farklı nedenler arasında ise aidiyet hissi ve yayıncı yeteneği sayılabilir. Dijital oyunların bireylerin sosyalleşmesi üzerinde olumsuz etki yarattığı düşünülse de oyun videolarının bu konuda bireylere katkıda bulunduğu söylenebilir.



Şekil 13. İzleyiciler ne ister?

Kaynak. Globalwebindex, 2020.

Globalwebindex'in (2020) araştırmasında ise "Canlı yayın platformlarında canlı yayıncılardan hangi içeriği daha fazla görmek istersiniz?" sorusuna verilen cevaplar şekil 13'te özetlenmiştir. İzleyicilerin yayınlarda görmek istedikleri, bir bakıma neden

izledikleri ile alakalı bilgiler verebilir. Örneğin izleyicilerin %87'si müsabakalar ve hediyeler görmek, %78'i oyun konusunda eğitici videolar, stratejiler ve taktikler görmek, %77'si farklı oyunları keşfetmek, %56'sı farklı e-sporlar ile ilgili içerikleri görmek, %67'si hayır kurumları için yapılan yayınları görmek ve %68'i de yayıncıların yayınlarına konuk olup onlarla birlikte çalışmak istediklerini belirtmişlerdir.

2.3.1.4. Oyun Videolarını Nasıl İzliyorlar? Oyun videolarının yayınlandığı sosyal medya platformlarını, canlı yayınlanan oyun videoları için bir sohbet kanalı gibi; kayıtlı yayınlanan oyun videoları için bir video kanalı gibi düşünmek yanlış olmaz (Hamilton, Garretson & Kerne, 2014). Her oyun akışına “kanal” adı verilir ve tek bir yayıncı, bir yayıncı grubu, bir kuruluş veya bir kanal toplayıcı tarafından yürütülür (Nakandala, Ciampaglia, Su & Ahn, 2016). Canlı ve kayıtlı olmak üzere iki tür yayın çeşidi vardır. Canlı yayında yayıncı, canlı içerik oluşturma denetleyicisi, mikrofon ve kamera aracılığı ile yayın yaparken aynı zamanda yayın, öğrencilere de açıktır ve izleyiciler, yayıncı ve diğer izleyiciler ile sohbet yoluyla iletişim kurarlar (Hamilton, Garretson & Kerne, 2014). Kayıtlı yayında ise yayıncı gerek gördüğü noktalarda montaj işlemlerini yapıp yayını sisteme kaydeder. Yayıncı yayın esnasında birden çok ekran görüntüsü kullanabilir. Ekran görüntülerinden biri oyun alanını gösterirken, diğer ekran görüntüsü de kamera yardımı ile yayıncıyı gösterebilir. Yayıncı istediği takdirde konuk yayıncılar için de ekran görüntüsü ekleyebilir. Genellikle kamera ile gösterilen yayıncının görüntüsü (konuk yayıncılar için de geçerli) ekranın belirli bir köşesinde küçük bir alandadır. Yayıncı daha çok oyun alanını göstermeye çalışır. Yayınlanan yayınlarda genellikle oyun oynama etkinliği yer alsa da bazı yayınlarda yayıncı oyun temalı sohbet yayınları da açabilir (Hamilton, Garretson & Kerne, 2014).

Yapılan bu farklı yayınların farklı izleyici kitleleri oluşmuştur. OC&C'nin (2020) araştırmasına göre izleyicilerin %42'si başka bir iş ile uğraşırken arka planda, %26'sı oyun oynamaya ara verdiğinde, %16'sı başkalarıyla birlikteyken, %15'i yayıncı ile aynı anda aynı oyunu oynarken ve %13'ü de sadece oyun sohbeti yayındayken oyun videolarını izlemektedir. İzleyiciler pasif, eşzamanlı ve aktif olmak üzere üç farklı modelde yayınları izlemektedir.

Pasif izleyiciler en yaygın izleyici modelidir. İzleyiciler başka bir işle meşgul iken arka planda oyun videolarını seyrederek. Bu geleneksel televizyon izleyiciliği modeline

benzemektedir. Bu modelde izlenen oyun videosunun canlı yayın veya kayıtlı video olması çok önemli değildir.

En yaygın ikinci izleyici modeli de eşzamanlı izleyici modelidir. Bu modelde izleyici hem oyunu oynar hem de yayıncıyı takip eder. Genellikle iki ekran kullanır, birinde oyunu oynarken diğerinde yayıncıyı takip eder. Eşzamanlı izleyici pasif ve aktif izleyici modelleri arasında geçiş modeli olarak da görülebilir. Çünkü izleyiciler oyunu oynarken pasif izleyici moduna geçebilir veya oyun hakkında bir şey öğrenmek için dikkatini yayına verdiğinde aktif izleyici modunda bulunabilir.

Son olarak aktif izleyici modelinde izleyici, yayıncı ve diğer izleyiciler ile çok daha fazla etkileşime girer, sohbet akışına katılır ve tüm dikkati yayındadır (OC&C, 2020).

2.3.2. Oyun Videolarının Özellikleri. Lu vd.'ne (2018) göre izleyiciyi bu videolara çeken dört temel özellik bulunmaktadır. Bunlar Yayıncının Kişiliği ve Becerileri, Atmosfer, Yenilik ve Orijinallik'tir.

6) Yayıncının Kişiliği ve Becerileri

Lu vd.'nin (2018) araştırmasına göre yayıncının konuksever, iyi huylu, kibar, dürüst, özgün, kibar, empatik, sabırlı, minnettar, tarafsız, çalışkan ve pozitif dahil olmak üzere, yayıncıların birçok olumlu özelliği ön plandadır. Bunların yanında yayıncının ses tonu, mizah yeteneği, sosyal ilişkileri ve sorunlarla başa çıkabilme (troller vb durumlar) becerilerinin de önemli olduğu belirtilmiştir.

7) Atmosfer

Araştırma sonuçları yayın esnasında içeriğe uygun bir müzik, görsel tatmin yaratacak şekilde tasarlanmış arka plan süslemeleri, ortam aydınlatması, yayıncının baskı unsuru olmaksızın rahatlatıcı tavırları, arkadaşların tatmin edici yorumları olmak üzere iyi bir atmosfer yaratmanın izleyicileri daha fazla yayında tuttuğunu ve izleyicilerin yayınlara daha fazla etkileşim kurduğunu göstermiştir.

8) Yenilik

İzleyicilerin daha önce deneyimlemedikleri şeylerle, gitmedikleri yerlerde, erişemedikleri bilgilerle ve beklenmedik sonuçlarla daha fazla ilgilendikleri ve bu nedenle abartılı içeriklere sahip yayınları daha fazla izledikleri görülmüştür.

9) Orijinallik

Yayınlarda her ne kadar akışa dair planlamalar yapılıyor olsa da izleyicilerin yapaylık sezdiği yayınlardan çok hoşlanmadığı, daha çok hayata dair ve hayata yakın yayınlardan hoşlandıkları görülmüştür.

2.3.3. Oyun Videolarının Türleri. Genel olarak oyun videoları yayınları canlı yayınlananlar ile kayıtlı olanlar üzerinden aksiyon, savaş ve MMORPG oyun türlerinde yoğunlaşmış olsa da konuşma şovları, günlük yaşam, eğitimler ve e-spor türlerinde de oyun videosu yayınları yapılmaktadır (OC&C, 2020).

Twitch'in 2020 yılı aralık ayı verilerine göre tüm izlenenler arasında konuşma şovları en çok izlenen tür olmakla birlikte sıralama "Fortnite", "LoL", "World of Warcraft", "Minecraft", "Cyberpunk 2077", "Call of Duty:Warzone", "CS:GO" ve "GTA-V" oyun türleri şeklinde devam etmiştir (Escharts, 2020). Twitch'teki en iyi ilk 10 oyun sıralamalarına bakıldığında izleyici ve yayıncı sayılarında eşitsiz bir dağılım olduğu, yayınlanan ilk 10 oyun videosunun tüm izleyicilerin %95'ini kendisine çektiği görülmektedir (Deng, Cuadrado, Tyson & Uhlig, 2015).

Youtube oyun videoları yayınlarına bakıldığında 2020 yılı dünya genelinde en çok izlenen oyun türleri "Minecraft" (201 milyar görüntülenme), "Roblox" (75 milyar görüntülenme), "Garena Free Fire" (72 milyar görüntülenme), "GTA V" (70 milyar görüntülenme) ve "Fortnite" (67 milyar görüntülenme) olmuştur (Wyatt, 2020). Youtube'ta 2020 yılında en çok izlenen canlı yayın oyun videolarında ise "Minecraft" birinci sırada olmakla birlikte sıralama "Garena Free Fire", "Fortnite", "GTA-V" ve "PubG Mobil" olarak devam etmiştir (Wyatt, 2020).

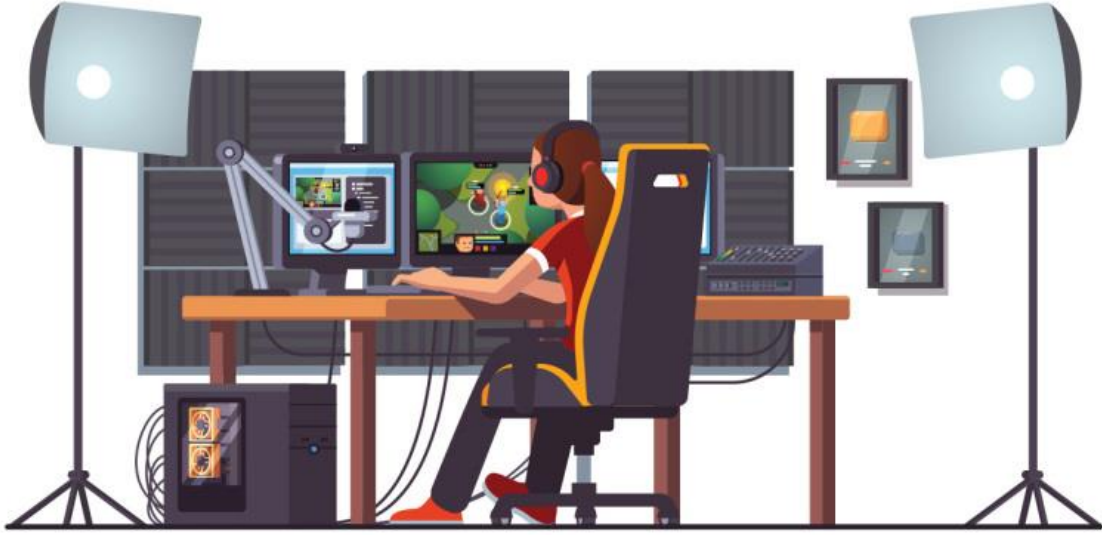
Bigo Live yayın platformu verilerine göre ise en çok izlenen oyun türleri sıralamasında Fortnite birinci sırada olmakla birlikte Call of Duty: Infinite Warfare", "Call of Duty Mobile", "Valorant", "PubG Mobile" ve "Free Fire" olarak yer almıştır ("Bigolive", t.y.).

Gosugamers (t.y.) yayın platformu verilerine göre de en çok izlenen ve turnuvalara katılan oyun videoları türleri sıralamasında birinci sırada "Dota 2" yer alırken sıralama "CS:GO", "LoL", "Overwatch" ve "Starcraft" oyun türleri olarak yer almıştır.

Görüldüğü üzere her yayın platformunun en çok izlenen oyun videolarında farklılıklar vardır. Örneğin Twitch'te yer alan konuşma şovları türü diğer platformlarda üst sıralarda yer almamakta; Youtube'ta en üst sırada yer alan "Minecraft" diğer listelerde

ya yer almamakta ya da alt sıralarda bulunmakta; diğer platformlarda görülmeyen “Dota 2” oyun videosu türünün Gosugamers yayın platformunda birinci sırada yer alması gibi farklılıklar göze çarpmaktadır.

2.3.4. Oyun Videosu Yayıncıları.



Şekil 14. Oyun Videosu Yayıncı Temsili
Kaynak. “Shutterstock”, t.y.

Oyun videolarında en önemli unsurun yayıncılar olduğu söylenebilir. Baykul’a (2019) göre yayınlarda yayıncı, oyunlardan öndedir. Yayıncı, genellikle 18-30 yaş aralığında, yılda 50 bin dolardan az kazanan ve sıklıkla apolitik kişilerdir (Quantcast, 2016, aktaran Johnson, Carrigan & Brock, 2019). Bu kişiler farklı tarzlarda oyuncular olduğundan kendi aralarında farklı sınıflandırmalara ayrılır. Örneğin GameDesigning’e (2021) göre yayıncılar hardcore gamer, casual gamer, mobil gamer, online gamer, observer ve armchair general olarak sınıflandırılırken; Annex’e (2010) göre casual gamer, hardcore gamer, newbie, pro gamer, import gamer, retro gamer ve girl gamer; Westwood ve Griffiths’e (2010) göre story-driven solo gamers, social gamers, solo limited gamers, hardcore online gamers, solo control/identity gamers ve casual gamers olarak sınıflandırılır. Rogers’a (2012) göre ve yayıncılar arasında sıklıkla kullanılan bir sınıflandırma yapılmak istenirse newbie/noob, casual gamer, core gamer ve hardcore gamer olarak 4 ayrı sınıfa ayrılabilceği söylenebilir.

1) Newbie/Noob

Yayıncılar arasında her iki isimle de anılabilir. Newbie, belirli bir işte yeni olan ve özellikle bilgisayar kullanma konusunda az tecrübesi olan kişiler olarak tanımlanırken; Noob ise çevrimiçi oyunlarla ilgili etkinliklere katılan ancak yeterli bilgiye sahip olmayan ve kötü performans gösteren kişi olarak tanımlanır (“Newbie”, t.y.; “Noob”, t.y.). Bu oyuncular acemi ve deneyimsiz oyuncular olarak tanımlanabilir (Rogers, 2012). Bu oyuncuların yayınlarına genellikle yakın çevresinin katıldığı ve az sayıda kişiden oluşan topluluklar oluşturduğu söylenebilir.

2) Casual Gamer

Bu oyuncular oyuna az miktarda zaman ayıran, oyun deneyimleri az olan ve tasarımı basit oyunları oynayan yayıncılardır (Rogers, 2012). Bu oyuncuların yayınlarının seyrek ve kısa olduğu söylenebilir. Genellikle candy crush saga, agar.io ve firmwille gibi oyunları oynadıkları söylenebilir.

3) Core Gamer

Oyunlara ilişkin kapsamlı oyun deneyimine ve heyecanına sahip oyuncular olup, oyunlara çok uzun zaman ayırmayan ancak sıradan oyunculardan daha karmaşık oyunları oynamayı tercih eden oyunculardır (Iwata, 2011, aktaran Rogers, 2012). Bu oyuncular genellikle aksiyon, macera, dövüş, uçuş, çok oyunculu büyük turnuvalar, gerçek zamanlı strateji, rol yapma, nişancı ve spor oyunlarını tercih eder ve haftada 5 saat veya daha fazla oyun oynar (Riley, 2013). Bu yayıncılar kısmen düzenli aralıklarla yayın açar ve büyük izleyici kitleleri olabilir.

4) Hardcore Gamer

Zamanının büyük bir bölümünü oyunda geçiren, oyunları yalnızca bir eğlence aracı olarak görmeyen, oyun bağımlısı olarak tanımlanabilecek düzeyde oyunlarla ilgili olan; uzman seviyesinde turnuvalara katılan ve oynayan (Rogers, 2012), oyun ile ilgili forum ve bloglarda oyunlara ait tartışmalara katılan, neredeyse hergün antrenman yapan ve bir oyunu defalarca bitirebilen, oyun oynarken ekonomik kazanç elde edebilen (GameDesigning, 2021) oyuncu türü olarak tanımlanabilir. Hardcore oyuncuların yayınlarını çok büyük izleyici kitleleri oluşturur. Uluslararası turnuvaları canlı yayınlanır ve milyonlarca birey eş zamanlı olarak yayını takip eder.

İzleyicilerin izleme amaçlarının yayıncı tercihinde etkili olduğu söylenebilir. Buradan hareketle her yayıncının kendine has izleyici kitlesi bulunur. Core ve hardcore yayıncılar izleyicilerini anlaşımlı oldukları, newbie/noob ve casual yayıncılar ise en rahat yayın yapabildikleri platformlarda yayınlarını yapar. Bu noktada yayın platformları izleyicilere en iyi yayını ulaştırmada önemli hale gelir.

2.3.5. Oyun Videolarının Yayın Platformları. Oyun videolarına dair yayınlar gerçekleştirebilmek için farklı özelliklerde çok çeşitli platformlar bulunmaktadır. Bu bölümde küresel boyutta en çok kullanılan oyun videosu akış platformları ile kapatılan akış platformları listelenecek, ardından oyun videosu akış platformları arasında en çok izlenen Twitch ve Youtube akış platformları detaylı olarak incelenecektir.

Tablo 6 Akış Platformları

<i>Akış Platformları</i>				
Sıra	Yayın Platformu	Desteklenen Cihazlar	Sosyal Ağ	Bölge
1	Twitch	PC, MAC, Playstation, Xbox, iOS, Android	Twitter, Facebook, Youtube, Instagram	Uluslararası
2	Youtube	PC, MAC, Playstation, Android, iOS		Uluslararası
3	Facebook	PC, MAC, Android, iOS	Twitter, Facebook, Youtube, Instagram	Uluslararası
4	Smashcast	PC	Twitter, Facebook, VK, Instagram	Uluslararası
5	Steamtv	PC		Uluslararası
6	Nonolive	iOS, Android	Facebook, Youtube	Uluslararası
7	Trovo	PC, Android, iOS		Uluslararası
8	Dlive	PC, iOS, Android	Facebook, Youtube, Twitter	Uluslararası
9	Twitter	PC	Twitter, Facebook, Youtube, Instagram	Uluslararası
10	Tik Tok	iOS, Android		Uluslararası
11	Kafein		Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok	Uluslararası
12	Periscope	Android, iOS		Uluslararası
13	Garena Live	PC, iOS, Android		Tayvan, Tayland, Vietnam
14	浪play		Youtube, Facebook	Tayvan

Tablo 6 (Devam)

15	Nimotv	PC, Android, iOS	Facebook, Twitter, Youtube	SEA, Brezilya
16	Яндекс Эфир	PC		Rusya
17	Openrec	PC		Japonya
18	Mildom			Japonya
19	Abematv	PC		Japonya
20	Niconico	PC		Japonya
21	17 Media	Android, iOS	Twitter, Facebook, Youtube, Instagram,	Japonya
22	Mirrativ	Android, iOS	Twitter	Japonya
23	Mixchannel	PC, Android, iOS		Japonya
24	Line Live	PC, Android, iOS	Twitter	Japonya
25	Loco	Android, iOS	Facebook, Twitter, Instagram	Hindistan
26	Voot		Facebook, Twitter	Hindistan
27	Rheo	Android	Facebook, Twitter	Hindistan
28	Afreeca TV	PC, iOS, Adroid	Twitter, Facebook, Youtube, Instagram	Güney Kore
29	Kakaotv	PC		Güney Kore
30	Navertv	PC, TV		Güney Kore
31	V Live	PC, Android, iOS		Güney Kore
32	Bigo Live	PC	Twitter, Facebook, Youtube, Instagram,	Güney Kore
33	Douyu	PC, iOS, Android		Çin
34	Zhanqi	PC, Android, iOS		Çin
35	Huomao	PC, Android, iOS	Twitter, Facebook	Çin
36	Huya	PC, iOS, Android		Çin
37	Yy	PC, Android, iOS		Çin
38	Longzhu	PC, iOS		Çin
39	Egame	PC		Çin
40	Cc163	PC, iOS, Android		Çin
41	Huajiao	PC		Çin
42	Bilibili	PC		Çin
43	Booyah	PC, iOS, Android	Facebook, Instagram	Brezilya
44	VK.Com	PC, MAC, Android, iOS	VK, Twitter, Instagram	Bağımsız Devletler Topluluğu
45	Goodgame	PC, MAC, iOS, Android	Twitter, VK, Youtube, Instagram	Bağımsız Devletler Topluluğu
46	OK.Ru	PC, MAC, Android, iOS		Bağımsız Devletler Topluluğu

Tablo 6 (Devam)

47	Cyberhero	PC		Bağımsız Devletler Topluluğu
48	WASD.Tv	PC, MAC, Android, iOS	VK, Facebook, Youtube, Instagram,	Bağımsız Devletler Topluluğu
49	MLG.Tv	PC	Twitter, Facebook, Youtube, Instagram	Avrupa, Kuzey Amerika

Kaynak. Escharts, 2020.

Tablo 6 canlı veya kayıtlı yayın yapan akış platformlarını listelemektedir. Listede görüldüğü üzere her yayın platformunun kendi teknolojik alt yapısına ve yayın politikasına göre kullandığı sosyal medya bağlantıları vardır. Bununla birlikte her yayın platformu donanımsal bakımdan yayınların en iyi şekilde yapılabilmesi ve izlenebilmesi için farklı cihazlarda desteklenmektedir. Tabloya göre uluslararası yayın yapan 11 adet yayın platformu bulunmaktadır. Bu platformlar aynı zamanda en çok izlenen yayın platformlarıdır. Özellikle Twitch, Youtube, Facebook ve Mixer (22 Temmuz 2020 tarihinde kapatılmıştır) yayın platformları bu alanda en çok izlenen 4 yayın platformudur (May, 2020). Bölgesel bazda bakıldığında Çin (10 adet) ve Japonya (8 adet) diğer ülkelere göre en fazla yayın platformuna sahip ülkelerdir. Bu kısımda dikkati çeken nokta, uluslararası boyutta yayın yapan platformların sosyal ağ bağlantılarının, özellikle Çin ve Japonya'ya kıyasla oldukça çeşitli olmasıdır.

Tablo 7

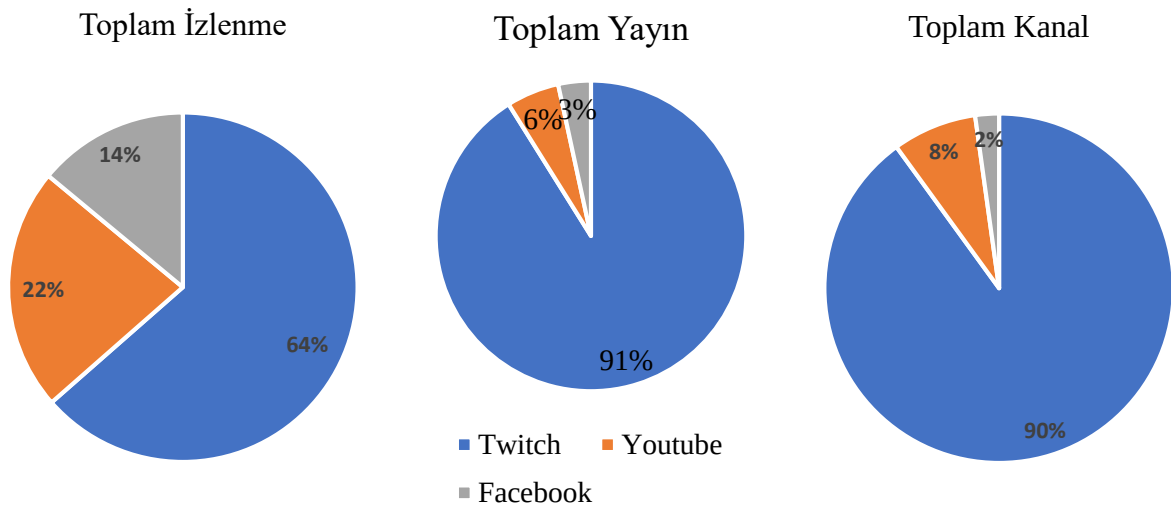
Kapatılan Akış Platformları

Sıra	Yayın Platformu	Destelenen Cihazlar	Sosyal Ağ	Bölge
1	Mixer	PC, MAC, Xbox	Facebook, Twitter, Youtube, Instagram	Uluslararası
2	stream.me	PC		Uluslararası
3	Play2Live	PC		Uluslararası
4	StreamCraft	PC	Twitter, Facebook	Uluslararası
5	Azubu	PC		Uluslararası
6	Hitbox	PC		Uluslararası
7	KingKong	PC		Tayvan
8	PandaTV	PC, Android		Çin
9	Quanmin	PC		Çin
10	CubeTV	PC, iOS, Android	Facebook, Twitter, Instagram	

Kaynak. Escharts, 2020.

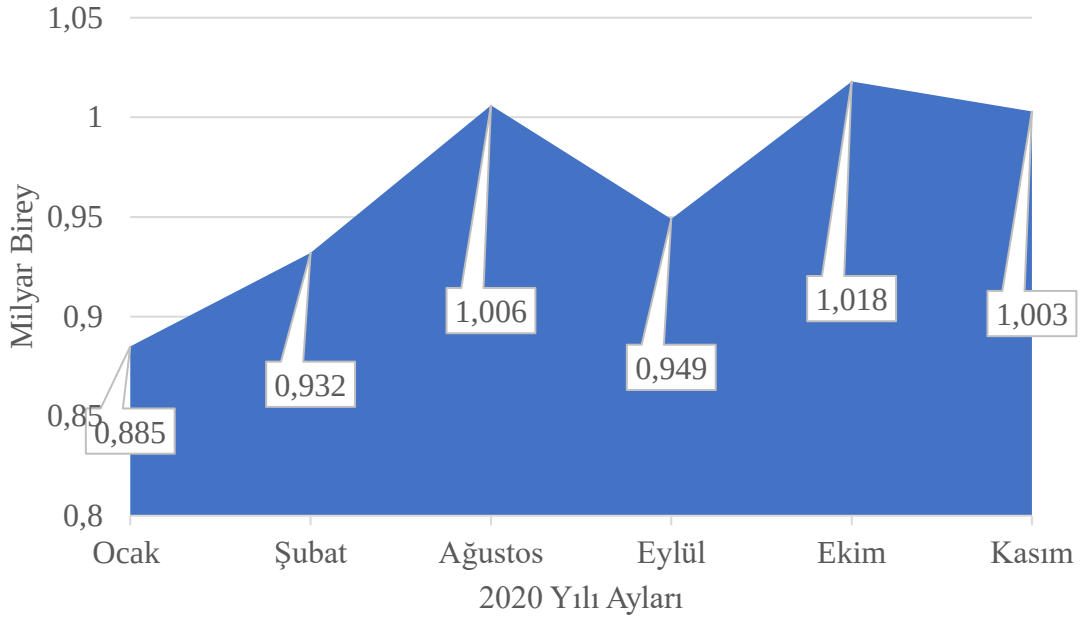
Oyun videoları her ne kadar yeni bir eğlence türü olarak görülse de beklenen ilgiyi görmeyen bazı yayın platformları da çeşitli sebeplerle kapatılmıştır. Tablo 7’de kapatılan akış platformları listelenmiştir. Burada en çok dikkat çeken Microsoft firmasının büyük beklentiler ile kurduğu ancak Twitch karşısında rekabet edemeyen ve beklenen ilgiyi göremeyen Mixer olmuştur (Ansari, 2020). Öyle ki Mixer, 2020 yılı ikinci çeyrek verilerine göre 64 milyon 603 bin saat yayın yapmış ve 187 milyon 613 bin saat izlenmiştir (Streamlabs & Stream Hatchet Q2 2020 Live Streaming Industry Report, 2020).

2.3.5.1. Twitch Sosyal Medya Platformu ve Yayıncıları. Twitch, hesap açma yoluyla kayıt altına alınan oyuncuların, oyun oynama anını canlı yada kayıtlı olarak yayınlatabildikleri ve bu yayınların izleyiciler tarafından izlenebildiği (Hamilton, Garretson & Kerne, 2014); canlı görüntüleyen sayısı, toplam izlenme zamanı, toplam canlı yayın kanalı, toplam izleyici sayısı ve toplam yayıncı sayıları bakımından tüm zamanların en yüksek seviyelerine ulaşmış olan, bu alanda lider konumdaki yayın platformudur (May, 2020). Twitch, hem amatör hem de profesyonel içeriğin canlı akışı için tasarlanmıştır ve çeşitli içerik türlerini barındırmasına rağmen, yayıncıların canlı oyun çekimlerini yorum ve topluluk etkileşimleriyle birleştirdiği, video oyun akışlarıyla ünlü sosyal medya platformudur (Ask, Spilker & Hansen, 2019). Twitch, espor turnuvaları gibi yarışmalara ev sahipliği yapmakla birlikte oyun tanıtımları ve topluluk oluşturmak için yayıncılar ile iş birliği yapan, bu sayede milyonlarca izleyiciyi kendisine çeken yeni bir fenomendir (Consalvo, 2017).



Şekil 15. En Çok İzlenen Yayın Platformları 2020 yılı 3.Çeyrek İstatistikleri
Kaynak. Streamlabs & Stream Hatchet Q3 2020 Live Streaming Industry Report, 2020.

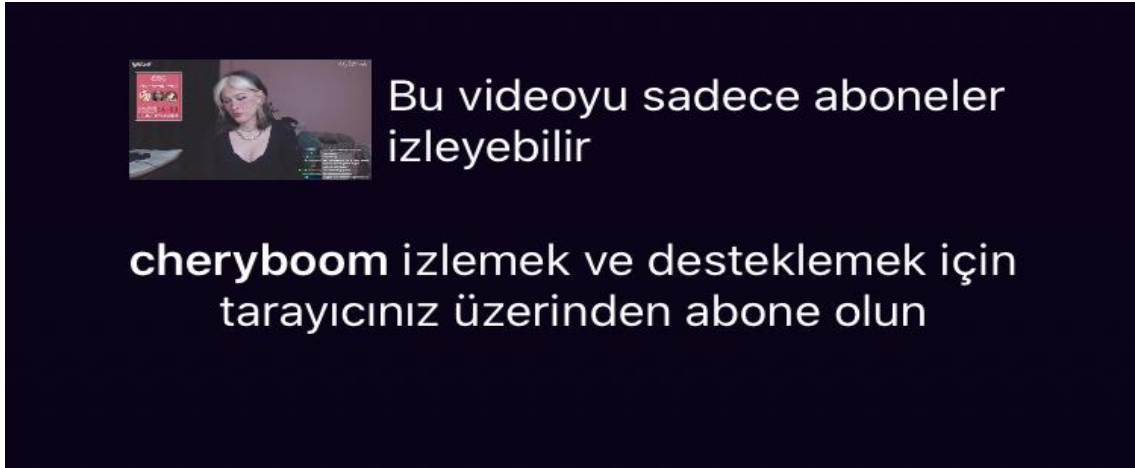
2007 yılında kurulan JustinTV'nin oyun ile ilgili olan bölümlerinin izlenme oranlarındaki yükselişi fark eden kanal kurucuları 2011 yılında Twitch TV'yi kurmuştur (Yavaşçalı ve Tiryakioğlu, 2019). 2014 yılında 970 milyon dolar karşılığında Amazon şirketi tarafından satın alınmış olan Twitch (Zhao, Chen & Wang, 2018), aynı yıl 55 milyon izleyici sayısına ulaştıktan bir yıl sonra 100 milyondan fazla izleyici sayısına ulaşmıştır (Yavaşçalı ve Tiryakioğlu, 2019). Günümüzde aylık bir milyardan üzerinde birey tarafından ziyaret edilmektedir (Bkz. Şekil 16).



Şekil 16. Twitch'e 2020 Yılında Toplam Ziyaret
Kaynak. Similarweb, 2020.

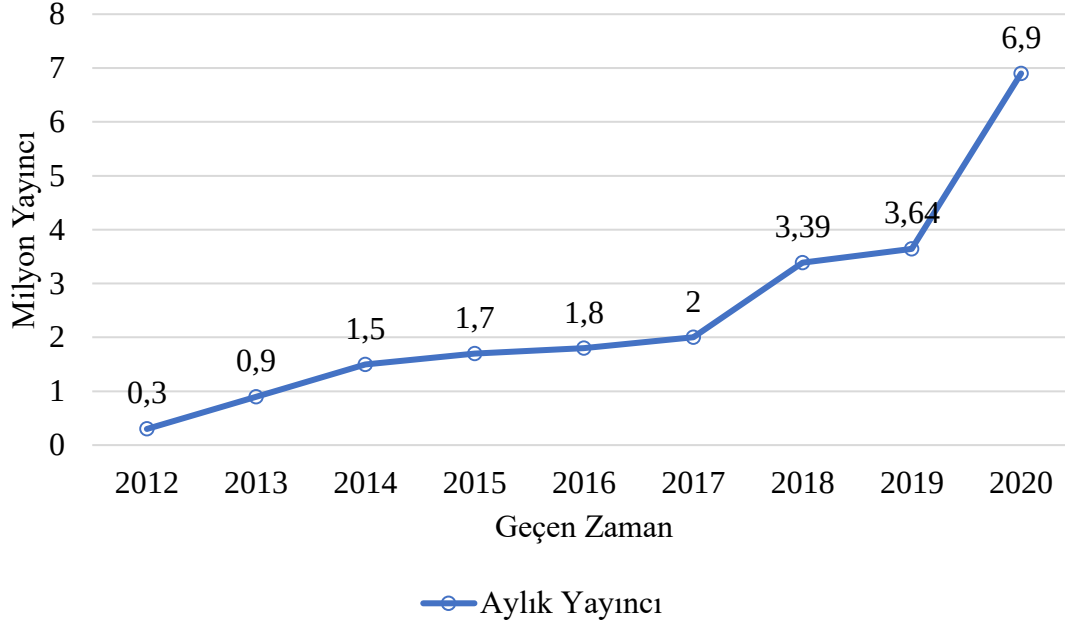
Twitch, bir oyunda kendisini başarılı bulan bireylerin taktiklerini, stratejilerini, tekniklerini veya kendi kişiliklerini başkalarıyla paylaşmak isteyen herkesin, bir Twitch hesabı açarak kendi canlı yayınlarını başlatıp, başkalarının bu yayınları takip etmesine olanak verir (Nematzadeh, Ciampaglia, Ahn & Flammini, 2016). Yayıncı bu yayınları canlı ya da kayıtlı yayınlar ve izleyiciler (takipçiler) canlı olan yayınlara sohbet penceresi ile yorumlarıyla katılabilir, yayıncının izin verdiği zamanlarda yayına bağlanabilir (Yavaşçalı ve Tiryakioğlu, 2019). Her ne kadar ücretsiz bir platform olsa da yayıncı yaptığı yayınlarda izleyicilerinden ücret karşılığı abonelik ya da bağış talep edebilir ve yayınlarında finansal kazanç elde edebilir (Yavaşçalı ve Tiryakioğlu, 2019). Yayıncı için önemli olan izleyicilerin abone olmasıdır. Abone sayısı belirli bir sayının üzerine çıkınca Twitch yayıncıya ortaklık sunar (Yavaşçalı ve Tiryakioğlu, 2019). İzleyici isterse yayıncının kanalına abone olur, isterse Twitch Prime hesabı satın alarak abonelik isteyen

tüm kanallara ücretsiz katılabilir (“Nasıl Abone Olunur?”, 2021). Her abonelik ücretinin %50’si yayıncının %50’si Twitch’in olur (Yavaşçalı ve Tiryakioğlu, 2019). Bağışlarda ise durum farklıdır. Yapılan her bağış doğrudan yayıncının hesabına aktarılır. Bu uygulamada Twitch herhangi bir paylaşıma girmez. Ancak yayıncı için yine de abone olma durumu daha önemlidir (Yavaşçalı ve Tiryakioğlu, 2019). Bu sebeple bazı yayıncılar izleyicilerini abone olmaya teşvik etmek için sohbet penceresini veya yayına katılmayı sadece abone olanlara açar (Bkz. Görsel 1).



Görsel 1. Abone Olmaya Teşvik Eden Bir Yayıncı

Twitch’te canlı yayın yapabilmek için bir yayın yazılımına ihtiyaç vardır ve bu noktada Twitch, yayıncıların ihtiyaçları doğrultusunda çeşitli yayın yazılımlarının kullanımına izin verir (Üngören, 2020). Yayıncılar hazırladıkları içeriği bu yazılımlar yoluyla yayına aktarır. Bazı yayıncılar kaliteli bir yayın olması için yazılımları en iyi şekilde kullanır. Kayıtlı yayın yükleyecek ise montaj işlemlerini yapar ve bu işlere epey zaman ayırmak durumundadır. Bu noktada yayıncıların tam zamanlı ve yarı zamanlı olarak ikiye ayrıldığı söylenebilir. Tam zamanlı yayıncılar bu işi birinci mesleği ve gelir kaynağı (Üngören, 2020) gibi yürütür. Kaliteli bir yayın için planlar oluşturur ve görece pahalı ekipmanlar kullanır, yüksek çözünürlüklü yayınlar için en iyi yazılımları kullanır, e-spor turnuvalarına katılır, profesyonel yarışmalarda yer alır ve sahip olduğu tüm sosyal ağ hesaplarından yayın ile ilgili bilgilendirmeler ve reklamlar yayınlar. Yarı zamanlı yayıncılar ise daha çok oyun oynamayı seven iyi oyunculardan oluşur ve tam zamanlı oyunculara göre oyun saatleri daha esnektir.



Şekil 17. Twitch Aylık Yayıncı Sayısının Yıllara Göre Değişimi
Kaynak. TwitchTracker, 2020.

Twitch'i oyun videoları konusunda lider konuma getiren teknolojik altyapının dışında yetenekli yayıncılar olduğu söylenebilir. Öyle ki platformlar arasında yayıncı transferleri bile yapılmaktadır (Stephen, 2020). Örnek olarak woxic kullanıcı adıyla bilinen Özgür Eker'in 1,3 milyon dolar karşılığında cloud9 takımına transferi (Hürriyet, 2020, 20 Eylül) verilebilir. Aylık yayıncı sayısına bakıldığında 2012 yılından bu yana pozitif yönlü bir artışın olduğu görülmektedir. Özellikle son bir yılda aylık yayıncı sayısında %89'luk bir artış gerçekleşmiş ve 2019 yılında 3,64 milyon olan aylık yayıncı sayısı 2020 yılında 6,9 milyon yayıncıya çıkmıştır. SocialBlade araştırmasına göre ise Twitch yayıncı sayısı 8,9 milyondur ("SocialBlade tracks user statistics for Youtube, Twitch, Instagram, and Twitter!", t.y.). Bu yayıncılar arasında 16 milyonu aşan abone sayısına sahip yayıncılar olduğu görülmektedir (Twitchtracker, 2020).

Tablo 8

En Başarılı Küresel Twitch Yayıncıları

Sıra	Yayıncı	Takipçi	İzlenen Saat	Görüntülenme	Oynanan Toplam Oyun
1	Ninja	16,5 milyon	2,13 milyon	514 milyon	40
2	Tfue	9,80 milyon	3,15 milyon	257 milyon	33
3	shroud	8,73 milyon	10 milyon	425 milyon	231
4	Rubius	7,59 milyon	5,23 milyon	363 milyon	196
5	xQcOW	7,27 milyon	22,2 milyon	246 milyon	673
6	Myth	7,12 milyon	2,36 milyon	135 milyon	74
7	sodapoppin	7,04 milyon	4,84 milyon	347 milyon	1206
8	pokimane	6,88 milyon	2,43 milyon	149 milyon	91
9	auronplay	6,46 milyon	6,59 milyon	83,6 milyon	48
10	TimTheTatman	5,94 milyon	3,69 milyon	223 milyon	85

Kaynak. TwitchTracker, 2020.

Tablo 8’de küresel boyutta en başarılı yayıncılar takipçi sayılarına göre listelenmiştir. Görüldüğü üzere bu yayıncılara ait takipçi sayıları, izlenen süre ve görüntülenme sayıları milyonlar ile ifade edilmektedir. Tabloya göre en başarılı yayıncı Ninja, 16,5 milyon takipçi ve diğer izleyenler tarafından oynadığı toplam 40 oyun için 1269 canlı yayın yapmış, 2,13 milyon saat izlenmiş ve yayınları 514 milyon kez görüntülenmiştir (TwitchTracker, 2020).

Tablo 9

En Başarılı Türk Twitch Yayıncıları

Sıra	Yayıncı	Takipçi	İzlenen Saat	Görüntülenme	Oynanan Toplam Oyun
1	wtcN	2,12 milyon	1,13 milyon	94,3 milyon	191
2	Elraenn	1,82 milyon	3,17 milyon	44,7 milyon	155
3	UNLOSTV	1,74 milyon	526 bin	43,5 milyon	53
4	KendineMuzisyen	1,71 milyon	2,21 milyon	60,9 milyon	242
5	Jahrein	1,52 milyon	1,32 milyon	75,9 milyon	331
6	Mithrain	1,39 milyon	866 bin	78,7 milyon	92
7	Rammus53	1,16 milyon	303 bin	32,8 milyon	235
8	Pqueen	966 bin	1,16 milyon	22,4 milyon	264
9	ZEON	958 bin	317 bin	51,3 milyon	170
10	Elwind	810 bin	385 bin	40,6 milyon	49

Kaynak. TwitchTracker, 2020.

Tablo 9’da Twitch’te en başarılı olan Türk yayıncılar takipçi sayılarına göre listelenmiştir. Tabloya göre en başarılı Türk yayıncı wtcN, 2,12 milyon takipçi ve diğer

izleyenler tarafından oynadığı toplam 191 oyun için 1084 canlı yayın yapmış, 1,13 milyon saat izlenmiş ve yayınları 94,3 milyon kez görüntülenmiştir (TwitchTracker, 2020).

Tablo 10

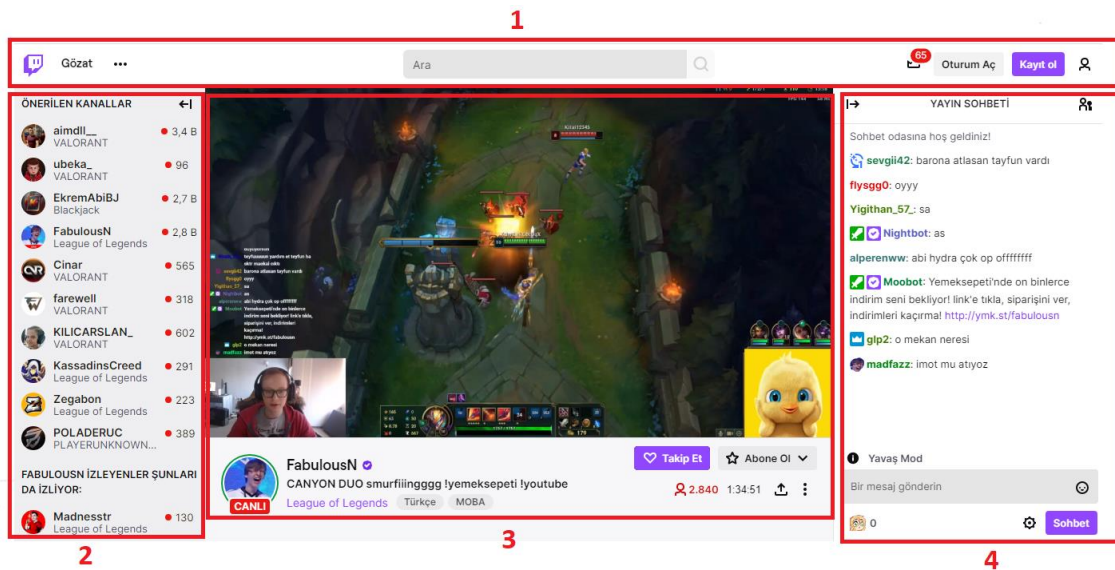
Ninja ve wtcN Twitch Yayınlarının Karşılaştırılması

Kategori	Yayıncı Bilgileri	
	Ninja	wtcN
Takipçi	16,5 milyon	2,12 milyon
İzlenen Saat	2,13 milyon	1,13 milyon
Görüntülenme	514 milyon	94,3 milyon
Canlı Yayın Sayısı	1269	1084
Oynanan Toplam Oyun	40	191

Kaynak. TwitchTracker, 2020.

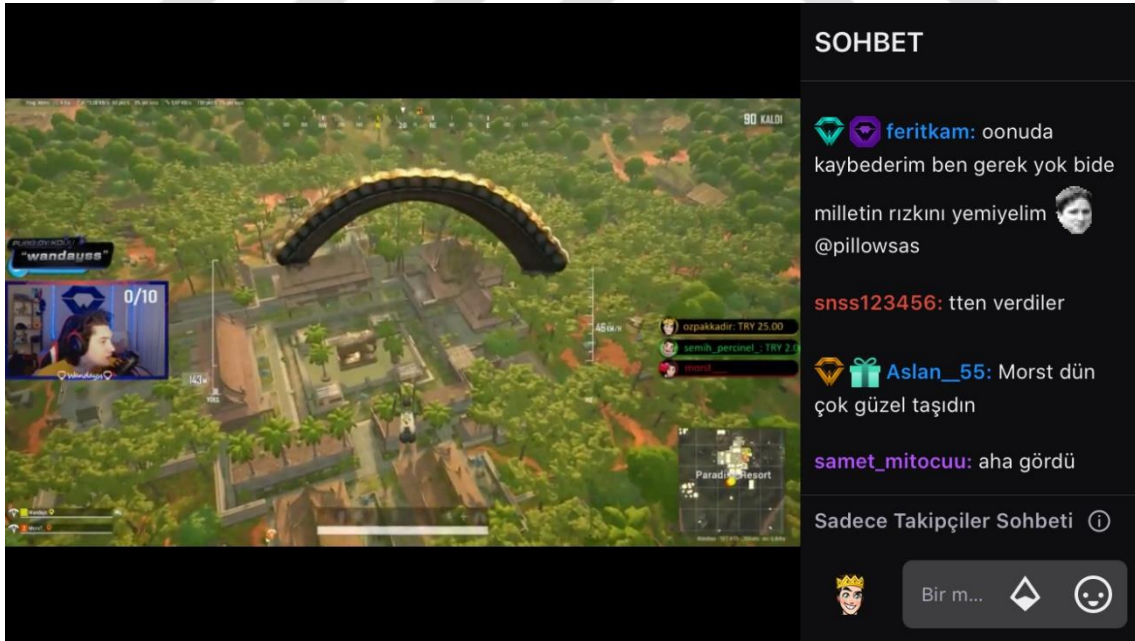
Tablo 10’da küresel boyutta en başarılı yayıncı (Ninja) ile bölgesel boyutta en başarılı Türk yayıncı (wtcN)’a ait veriler birlikte sunulmuştur. Tabloya göre Ninja’nın takipçi ve görüntülenme sayıları wtcN’den oldukça yüksektir. Bunun en büyük nedeni olarak, yayıncının oyunlardaki yetenekleri ve karakterinin yanında, Ninja’nın İngilizce wtcN’in ise Türkçe yayın yapıyor olması söylenebilir. İzlenen saat verilerine ve canlı yayın sayılarına bakıldığında, takipçi sayısına oranla wtcN’in başarılı olduğu görülmektedir. Buradan da Türkiye’deki izleyicilerin oyun videolarına ilgisinin yüksek olduğu söylenebilir. WtcN’in oynanan oyun sayılarında da önde olduğu görülmektedir. Bu kısımda oyun tanıtımlarının ve sponsor oyun üreticilerinin etkisi olduğu söylenebilir.

Twitch windows ve macintosh işletim sistemli bilgisayarlar, playstation, xbox, ios ve android işletim sistemli mobil cihazlarda izlenebilmektedir.



Görsel 2. Twitch’in Bilgisayardaki Ekran Görüntüsü

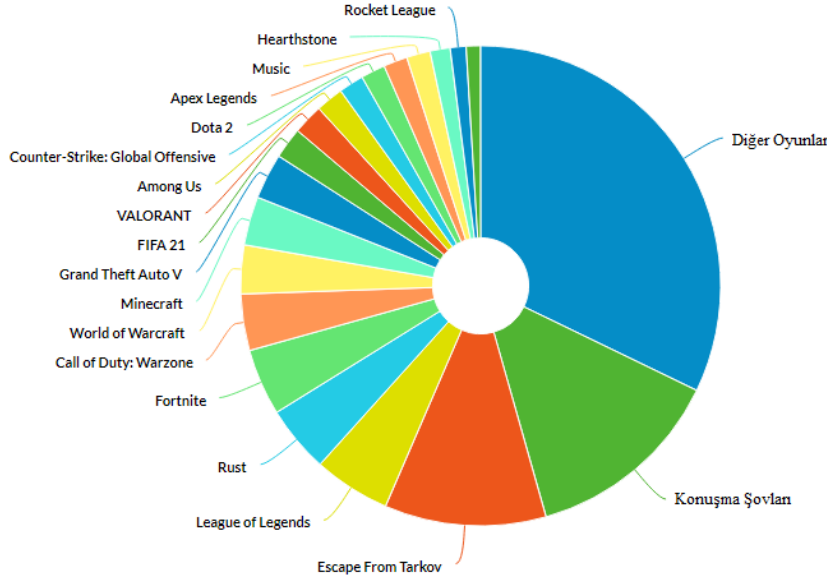
Görsel 2’de Twitch’in ekran görüntüsünde yer alan bölümler yer almaktadır. En üst kısımda yer alan 1 nolu bölümün sol kısmında “gözet” butonu bulunur ve tıkladığınızda o anda Twitch içerisinde popüler olan yayın kategorileri ve yayıncılar yer alır. 1 nolu bölümün ortasında Twitch içerisinde oyun ya da yayıncı araması yapabileceğiniz arama motoru bulunur. Oyun araması yaptığınızda, o oyuna ait yayın yapan yayıncılar en çok izlenenden diğerlerine doğru sıralanır. 1 nolu bölümün sağ tarafında ise kullanıcı adı ve şifreniz ile giriş yapabileceğiniz “oturum aç” butonu ve kayıt olabileceğiniz “kayıt” butonu yer alır. 2 nolu bölümde “önerilen kanallar” bölümü yer alır ve izleyici bir yayını takip ettiği sırada diğer popüler yayıncıları da görebilir. Ayrıca bu bölümde Twitch size daha önce bilmediğiniz yayıncıları da önerebilir. İzleyici dilediği taktirde diğer yayıncının yayına geçebilir. 3 nolu bölüm yayının en önemli bölümüdür. Bu bölümde yayıncı hem kendi görüntüsünü hem de oyun alanının görüntüsünü yayınlar. İzleyici bu sayede hem oyunun oynanış teknikleri, taktikleri ve stratejileri gibi yetenekleri izler hem de yayıncının tepkilerini görür. Bu bölümün alt kısmında yayıncıya ait teknik donanımlar, e-spor başarıları ve sosyal ağ bağlantıları gibi bilgiler de yayınlanır. 4 nolu bölümde “yayın sohbeti” kısmı yer alır ve burada izleyici yorumlarına yer verilir.



Görsel 3. Twitch’in Mobil Ekran Görüntüsü

Twitch’in mobil ekran görüntüsünde de bölümler bilgisayardaki görüntüsü ile benzerdir. Mobil ekran görüntüsünde yayıncının teknik donanımları, e-spor başarıları ve sosyal ağ bağlantıları gibi bilgileri yer almaz. Benzer şekilde “önerilen kanallar” kısmı da mobil ekran görüntüsünde yer almamaktadır (Bkz. Görsel 3).

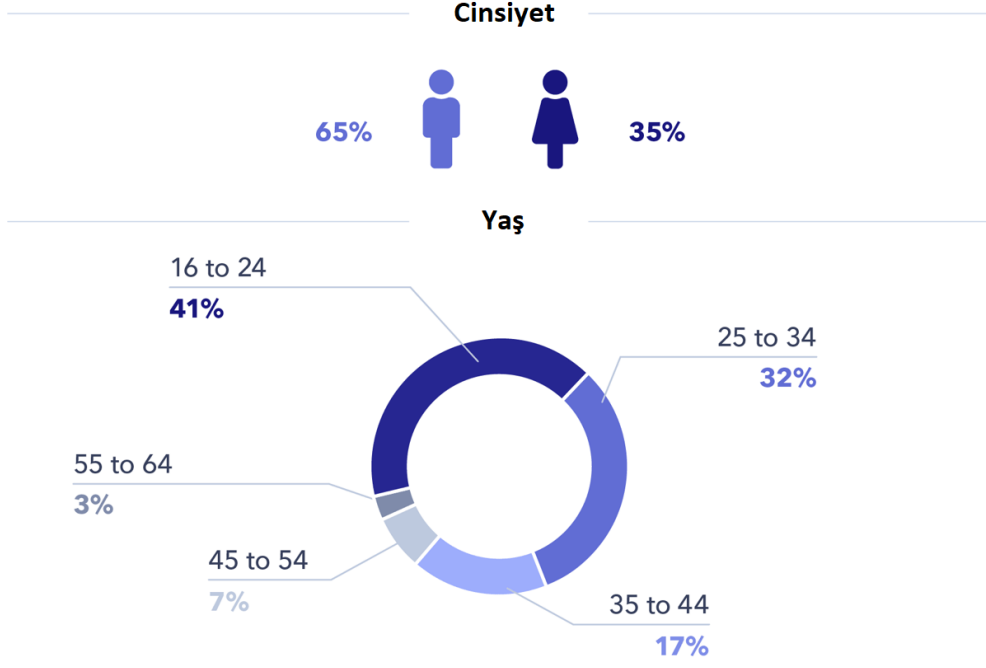
Twitch üzerinde yayıncılar tarafından farklı sayılarda farklı tür oyunlar oynandığı görülmektedir. Kimi yayıncılar yayınları boyunca 1 oyun oynamışken kimi yayıncılar ise 1000'in üzerinde oyun oynamıştır.



Şekil 18. Twitch'te En Çok Görüntülenen Oyunlar
Kaynak: TwitchTracker, 2020.

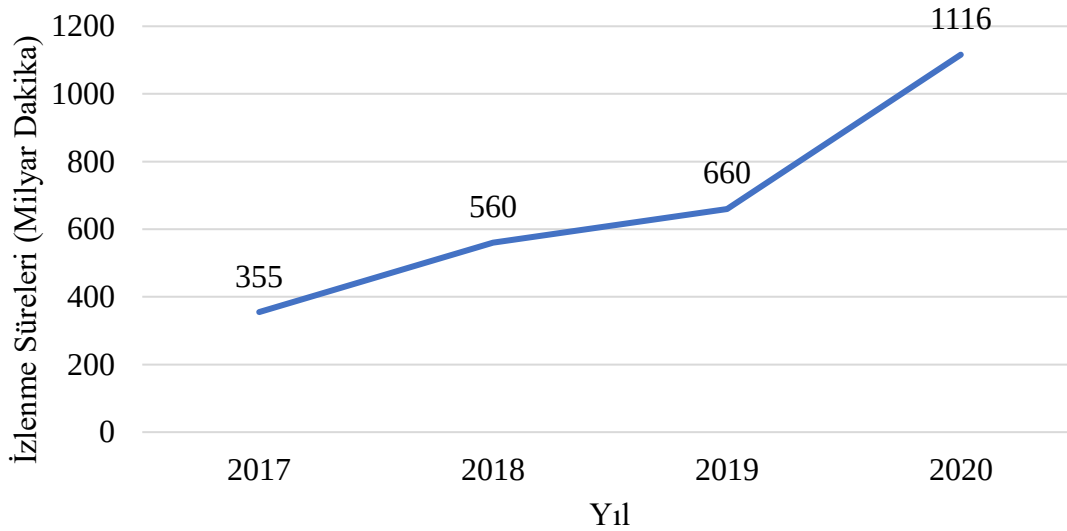
Şekil 18'de Twitch üzerinde en çok görüntülenen türler ve oyunlar yer almaktadır. Diğer oyunlar ve konuşma şovları dışında en çok izlenen oyun "Escape From Tarkov" oyunu olmuştur. Bu oyun, oyun derecelendirme kuruluşları olan ESRB ve PEGI tarafından değerlendirilmemiştir. Ancak oyunun resmi sitesinde +18 yaş sınırı vardır ve oyun yetişkinlere hitap eder (<https://www.escapefromtarkov.com/>). Bu şekilde ele alındığında yukarıda yer alan "Call of Duty:Warzone", "GTA" ve "Dota 2" oyunları da +18 yaş sınırında olan oyunlardır ve izlenme oranlarının yüksek olduğu söylenebilir.

Oyunların hangi yaş grubuna ait olduğu oldukça önemlidir. Nitekim Twitch kullanıcı istatistiklerine bakıldığında %41'inin 16-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Ayrıca yapılan araştırma sonuçları 16 yaş altındaki bireyleri kapsamayacak şekilde 16-64 yaş arasındaki bireylere ait bilgileri vermektedir (OC&C, 2020; GlobalWebIndex, 2019). Twitch'i 16 yaş altındaki bireylerin de izlediği bilinmektedir ancak sayıları hakkında kesin bir bilgi bulunmamaktadır.



Şekil 19. Twitch'in Demografik Yapısı
Kaynak. Globalwebindex, 2019.

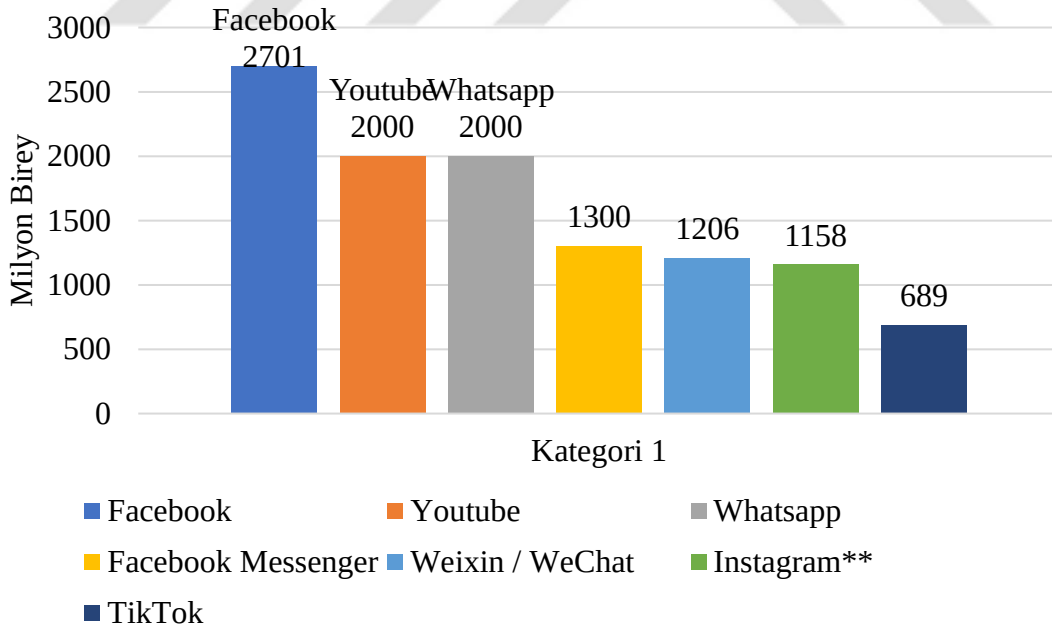
Globalwebindex (2019) tarafından yaşları 16-64 arası olan 15 bin 853 Twitch kullanıcısı ile yaptığı araştırma sonuçlarına göre Twitch'te erkek egemen bir yapı olduğu, Twitch'i en çok kullanan 16-24 (%41) yaş grubu bireyler olduğu, tüm yaş grupları dikkate alındığında 16-34 yaş arası orta yaş altı bireylerin ağırlıkta olduğu (%73) ve en az kullanan grubun ise 55-64 yaş arası bireyler olduğu görülmektedir.



Şekil 20. Twitch Yıl Bazında İzlenme Süreleri (Milyar Dk.)
Kaynak. TwitchTracker, 2020.

Şekil 20’deki yıl bazında izlenme süreleri dikkate alındığında, Twitch’in gittikçe artan izlenme sürelerine sahip olduğu görülmekle birlikte küresel anlamda arama motorlarından gelen trafik yüzdelerinden %7,1’ini meşgul eder ve sıralamada otuz üçüncü internet sitesi olarak yer alır (Alexa, 2020). Aynı zamanda küresel video akış trafiğinin %3,5’ini meşgul ettiği bilinmektedir (Sandvine Global Internet Phenomena Report, 2018) ve 2019 yılında internette video içeriği üreten, aralarında Youtube’un birinci, Netflix’in ikinci olduğu, en büyük dokuzuncu platform olarak yer almıştır (The Global Internet Phenomena Report COVID-19 Spotlight, 2020).

2.3.5.2. Youtube Sosyal Medya Platformu ve Yayıncıları. Youtube, en basit tanımıyla kayıtlı kullanıcılarının videolar yüklediği ve diğer ziyaretçilerin bu videoları izleyebildiği “video” odaklı bir sosyal ağıdır (Koçoğlu, 2018). Başka bir ifade ile Youtube, kullanıcıların yüksek düzeyde teknik bilgi sahibi olmadan video yükleyebileceği, yayınlatabileceği ve yayınlanmış videoları izleyebileceği çok basit bir web sitesi arayüzüdür (Burgess & Green’den aktaran Holland, 2016). 2005 yılında kurulduğunda içeriğe odaklanmış bir yapı olan Youtube, sonrasında dünya çapında çevrimiçi video ve çağdaş yeni medya alanlarında öncü ve lider olmuştur (Burgess, 2011).

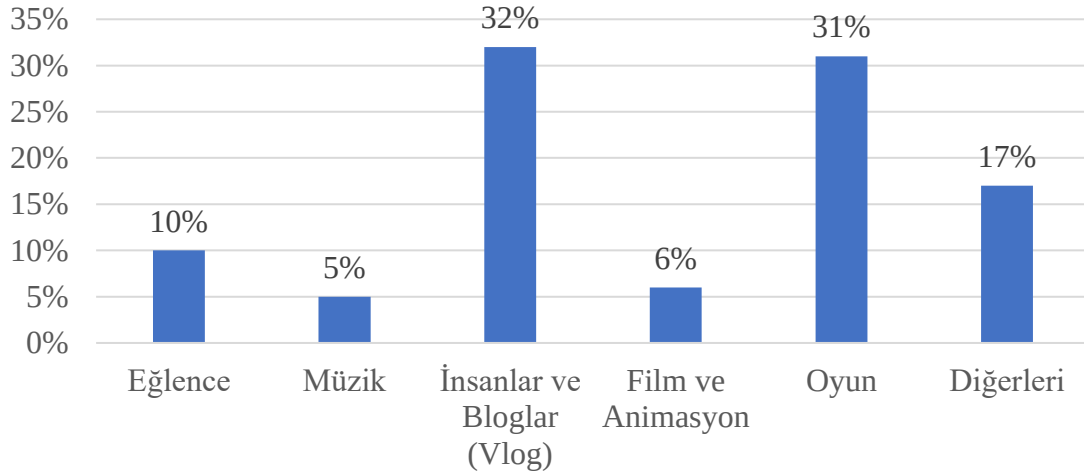


Şekil 21. Ekim 2020 İtibarıyla Aktif Kullanıcı Sayısına Göre Dünya Çapında En Popüler Sosyal Ağlar (Milyon Birey)
Kaynak. Statista, 2021.

Şekil 21’de görüldüğü üzere en çok kullanılan sosyal medya platformları içerisinde Youtube, Facebook’tan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Youtube,

günümüzde bireylerin günde ortalama 40 dakika vakit geçirdiği, günlük aktif kullanıcı sayısı 30 milyon bireye ulaşan, her ay 1,9 milyar birey tarafından ziyaret edilen, 91 ülkede 80 farklı dilde yayın yapan, dakikada 300 saate yakın video yüklenen, Google’da en çok taratılan ikinci mecra olan ve böyle giderse 2022 yılında internet kullanan bireylerin %82’sinin en az bir kez girmesi beklenen bir sosyal medya platformu olmuştur (Yıldız, 2019). Her yaş grubu tarafından ziyaret edilen ve erkek (%62) egemen bir izleyici kitlesine sahip olan Youtube’un (Yıldız, 2019) tüm yaş grupları içerisinde 15-25 yaş grubu bireyler tarafından (%81) daha çok kullanıldığı bilinmektedir (Cooper, 2019).

Youtube’un yaratıcı içerik üreticilerini kendisine dahil etmesi ile farklı yayın tarzlarında yayınlar yapmaya başlaması sayesinde özellikle gençlerin ilgisini kendisine çektiği söylenebilir (Clement, 2020). PewDiePie isimli yayıncının 108 milyon aboneye ulaşması ve yayınlarının milyarca kez izlenmesi buna örnek gösterilebilir. Bunun yanında 50 milyara yakın görüntülenme alan yayıncılar olduğu da bilinmektedir (Statista, 2021). Youtube yayıncıları farklı alanlarda yayınlar yapar ve izleyiciler hangi alana ilgi duyuyorlarsa o yayıncıyı ücretsiz izleyebilirler.



Şekil 22. Aralık 2018 İtibarıyla Dünya Geneline Toplam Youtube Video İçeriğinin Kategoriye Göre Dağılımı

Kaynak. “Distribution of total youtube video content worldwide as of December 2018, by category”, 2021.

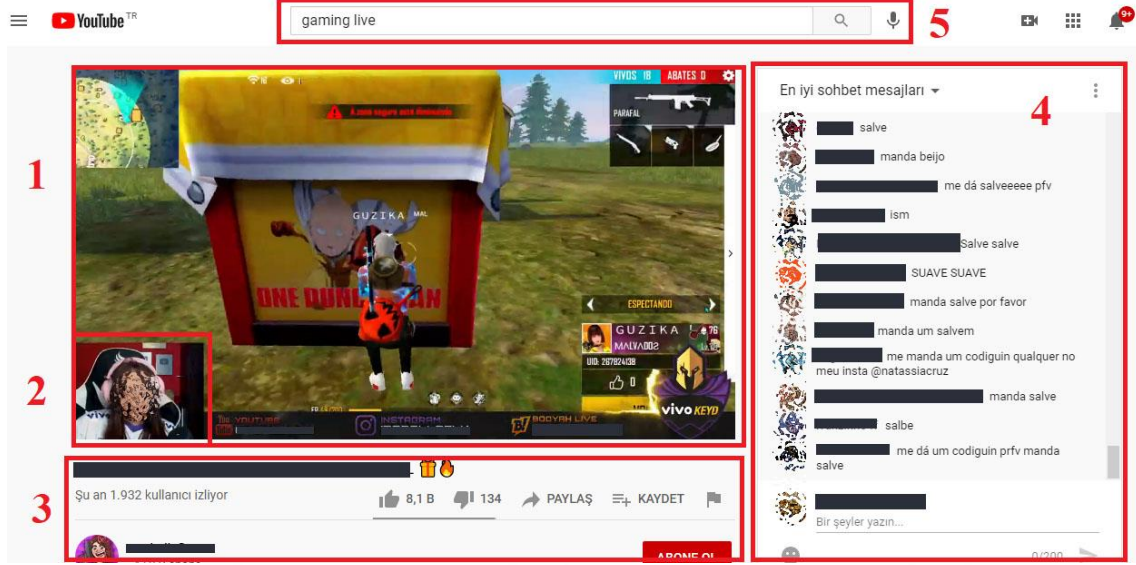
Şekil 22’de Youtube yayıncılarının ürettiği Youtube video içeriklerinin kategorilere göre dağılımı verilmiştir. Bakıldığında ilk sırada video ve günlük (blog) kavramlarının birleşimlerinden oluşan (Özdel, 2018) “Vlog” içeriklerinin yer aldığı (%32) görülmektedir. Vlog’ların ardından Youtube’da en çok içeriğin yer aldığı kategori oyunlara ait (%31) video içerikleridir. Öyle ki Youtube’a giren erkek izleyicilerin (tüm izleyicilerin %62’si) en çok izledikleri Youtube içeriklerinde oyun videoları ilk sırada yer

almaktadır (Yıldız, 2019). Oyun videolarına olan ilginin Youtube tarafından fark edilmesi ile 2015 yılında “Youtube Gaming” adında oyun severler için ayrı bir platform sunulmuştur (Koçoğlu, 2018).

Youtube Gaming, oyun videosu izleyicileri tarafından gördüğü ilgi ile 2017 yılında %343 oranında büyümüştür (“YouTube Gaming grew its streamer base by 343% in 2017, Twitch by 197%”, 2018). 2018 yılına gelindiğinde ise Youtube Gaming’te 50 milyar saat oyun içeriğinin izlendiği ve günde 200 milyondan fazla oyun videoları izleyicisinin oturum açtığı görülmüştür (Thinkwithgoogle, 2021). Ancak 30 Mayıs 2020 tarihinde Youtube bir değişikliğe giderek Youtube Gaming platformunu kapatmış ve “Gaming” adında Youtube içerisinde bir bölüm açarak oyun severleri oraya yönlendirmiştir (Robertson, 2019). 2020 yılına gelindiğinde 100 milyar saat oyun videosu içeriği izlenmiş olup, bu aynı zamanda 2018 yılındaki görüntülenmenin 2 katıdır, Youtube’ta hiç olmadığı kadar oyun videosu izlendiği görülmüştür (Park, 2020).

2020 yılı 3.çeyrek verilerine göre oyun videoları içeriklerinde Youtube, tüm platformlarda %22 toplam izlenme, %6 toplam yayın ve %8 toplam kanal sayısı ile ikinci sırada yer almıştır (Streamlabs & Stream Hatchet Q3 2020 Live Streaming Industry Report, 2020).

Daha çok izleyiciye ulaşabilmek adına iletişim teknolojilerini geliştiren Youtube bilgisayar, tablet, telefon, oyun konsolu (Xbox one x, Xbox one s, Xbox one, Xbox 360, Wii u, Nintendo switch, Playstation 5, Playstation 4 pro, Playstation 4, Playstation 3), Akıllı TV’ler (Amazon fire tv sürümleri, Android tv’ler, Funai, Hisense, Lg, Panasonic, Philips, Pioneer, Samsung, Sharp, Skyworth, Sony, Tcl, Toshiba, Tpv, Vestel, Vizio), medya aktarım cihazları (Amazon Fire TV, Android TV aktarım cihazları, Apple TV, Chromecast, Roku, TiVo) ve birçok kablolu yayın ve uydu sağlayıcıları tarafından izlenebilmektedir (“Youtube Yardım”, t.y.). Bu cihazlardaki arayüzü oldukça sade tutmaya çalışan Youtube’un izleyiciler tarafından rahatça kullanıldığı söylenebilir.



Görsel 4. Youtube Gaming'in Bilgisayardaki Ekran Görüntüsü

Görsel 4'te Youtube canlı oyun akışına ait bilgisayardaki ekran görüntüsü yer almaktadır. Twitch'e göre daha sade bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. 1 nolu bölüm yayına ait en önemli bölümdür ve bu bölümde oyun akışı izleyiciler ile paylaşılır. Bu bölüm izleyicinin oyunun nasıl oynandığını, taktikleri, stratejileri ve planlamaları gördüğü alandır. 2 nolu bölüm yayıncının oyun esnasında yaşadığı duygusal durumu ve tepkilerini izleyicileri ile paylaştığı kendi görüntüsüdür. 3 nolu bölüm yayıncının yayınına ait beğeni, paylaşım ve kaydetme butonlarının yer aldığı izleyici tepkilerinin gösterildiği bölümdür. 4 nolu bölümde “yayın sohbeti” kısmı yer alır ve burada izleyici yorumlarına yer verilir. 5 nolu bölümde ise farklı yayıncıları isimleri ile taratabileceğiniz arama motoru yer alır.



Görsel 5. Youtube Gaming Mobil Ekran Görüntüsü

Görsel 5’te Youtube canlı oyun akışına ait mobil cihazlardaki ekran görüntüsü yer almaktadır. Oyun alanına ait görüntü ekranının tamamına yayılmıştır. Bunun dışında yayıncının kendi görüntüsünü yansıttığı 1 nolu bölüm ile hemen üzerinde yapılan bağışları gösteren yazı alanı ve izleyici yorumlarına yer verilen 2 nolu bölüm de ekran içerisinde yer almaktadır.

Her ne kadar Youtube’taki videolara ücretsiz erişim imkanı olsa da Twitch’te olduğu gibi Youtube’ta da yayıncıların ekonomik gelir elde etmesi mümkündür. Youtube’t yayıncıların ekonomik gelir elde etmesi için beş farklı yol vardır (“Youtube Yardım”, t.y.):

1) Reklamcılık geliri

Yayıncı, yayınları için farklı reklam biçimlerinde reklam alabilir. Bu farklılık ekrandaki yerleşim yerine (Görüntülü reklam, yer paylaşımli reklam, atlanabilir reklam, atlanamayan reklam vb.), platforma (Masaüstü bilgisayar, mobil aygıtlar, TV vb.) ve boyutlara (300*600, 468*60, 728*90 vb.) göre değişmektedir.

2) Kanal üyelikleri

Abonelik olarak da bilinen üyelikler ile izleyiciler ücret karşılığında kanala abone olur ve yayın esnasında bir takım ayrıcalıklara sahip olurlar. Bu ayrıcalıklar rozetler, emojiler ve yayına katılma gibi özellikleri içerir.

3) Ürün rafı

Takipçilerinize, en fazla 12 adet olmak üzere, resmi markalı ürünleri sergileyip onların incelemesini ve satın almasını sağlayabilirsiniz.

4) Süper sohbet ve süper etiket

Takipçiler, yayın esnasında sohbet penceresinin en üstünde yer almak için süper sohbet satın alabilir. Aynı şey etiketler için de geçerlidir. En üstte kalma süresi satın alma işleminin bedeli oranında artar.

5) Premium geliri

İzleyiciler belirli bir ücret karşılığında premium üyelik satın alabilirler. Bu sayede reklamsız ve çevrimdışı video izleme avantajlarına sahip olabilirler.

Yayıncılar ne kadar ekonomik gelir elde etmek isterlerse o kadar fazla izlenmeleri gerekir (“Youtube Yardım”, t.y.). Bunu sağlamak için zengin içeriklerin yanında sağlıklı bir akışın da gerçekleşmesi gerektiği söylenebilir.

Youtube’ta sağlıklı bir canlı yayın için web kamerası, canlı içerik oluşturma denetleyicisi, mobil aygıt ve canlı yayın yazılımına ihtiyaç duyulmaktadır. Akışın sağlıklı yürütmesi için Youtube tarafından yayıncılara Open Broadcaster Software, Stage Ten, Streamlabs OBS, Xsplit Broadcaster, Xsplit Gamecaster ve Wirecast onaylı yazılımları sunulur (“Youtube Yardım”, t.y.). Bu yazılımlar ve donanımlar ile zengin içerikli yayın akışları sağlanabilmektedir.

Youtube içeriklerine bakıldığında 40 milyondan fazla oyun kanalı (Wyatt, 2020) ve 2020 yılının 3.çeyreğinde 2,83 milyon benzersiz oyun yayıncısı (kanalı) olduğu bilinmektedir (Statista, 2021). Youtube’ta da Twitch’teki gibi tam zamanlı ve yarı zamanlı yayıncılar bulunur. Tam zamanlı yayıncılara bakıldığında dünya çapında Youtube’ta en çok abonesi olan 5 yayıncıdan 2’sinin oyunla ilgili olduğu (“Think With Google”, t.y.) ve ekonomik olarak yüksek gelirler elde ettiği söylenebilir.

Tablo 11

Youtube’taki En Başarılı Oyun Yayıncıları

Sıra	Yayıncı	Abone Sayısı	Paylaşım	Görüntülenme
1	PewDiePie	108 Milyon	4277	26,8 Milyar
2	MrBeast	50,9 Milyon	700	8,69 Milyar
3	Juegagerman	42,7 Milyon		12,1 Milyar
4	Fernanfloo	40,1 Milyon	538	8,84 Milyar
5	ElrubiusOMG	39,5 Milyon	832	9,05 Milyar

Kaynak. Amra ve Elma, 2021.

Tablo 11’de Youtube’taki en başarılı oyun yayıncıları listelenmiştir. PewdiePie isimli yayıncının üç alanda da (abone, paylaşım ve görüntülenme sayıları) birinci sırada

yer aldığı görülmektedir. Twitch yayıncıları ile karşılaştırıldığında Youtube yayıncılarının abone, paylaşım ve görüntülenme sayıları bakımından daha yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir. Örneğin Twitch'te birinci sırada yer alan Ninja isimli yayıncının 16,5 milyon abonesi ve 514 milyon görüntülenmesi varken, Youtube'ta birinci sırada yer alan PewDiePie isimli yayıncının 108 milyon abonesi ve 26,8 milyar görüntülenmesi vardır. Bu farkın yayına başlama tarihleri, yayın içeriği, erişim vb. birçok nedenden dolayı olduğu söylenebilir.

Tablo 12

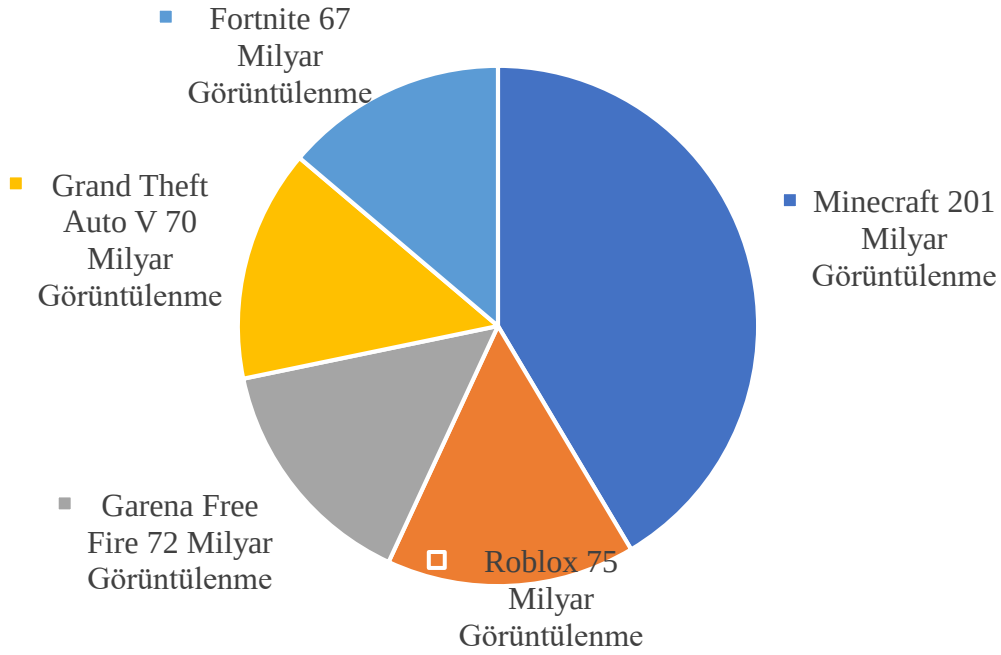
Youtube'taki En Başarılı Türk Oyun Yayıncıları

Sıra	Yayıncı	Abone Sayısı	Yükleme	Görüntülenme
1	Enes Batur	14,4 Milyon	1,901	7,8 Milyar
2	Skgames	7,74 Milyon	7	292,6 Milyon
3	Zuuks Games	3,71 Milyon	52	60,3 Milyon
4	Furkan Yaman	3,53 Milyon	655	910,7 Milyon
5	SeseGel	3,46 Milyon	2,012	1,7 Milyar

Kaynak.”Top 100 Youtubers in turkey sorted by subscribers”, t.y.

Türkiye'deki duruma bakıldığında tablo 12'de Enes Batur isimli oyun yayıncısı 14,4 milyon abone sayısı ve 7,8 milyar görüntülenme ile en başarılı yayıncı olarak birinci sırada yer alırken, 7,74 milyon abone ve 292,6 milyon görüntülenme ile Skgames ise ikinci sırada yer almaktadır (SocialBlade, 2021). Skgames ve Zuuks Games kanallarından sadece oyun yayını yapılırken; Enes Batur, Furkan Yaman ve SeseGel kanallarından oyuncuların da görüntülerinin kullanıldığı yayınlar yapılmaktadır.

Tablo 11 ve tablo 12'de uluslararası ve ulusal oyun yayıncılarından en başarılı olanlar listelenmiştir. Yayıncıların başarılarında birçok faktörün etkili olduğu bilinse de en önemli faktörlerden birinin yayınlarda oynanan oyunlar olduğu söylenebilir. Yayıncıların 2020 yılında yayınlarında en çok oynadıkları oyunlar şekil 20'de verilmiştir.



Şekil 23. 2020 Yılında Youtube’ta En Çok İzlenen Oyunlar
Kaynak. Wyatt, 2020.

Şekil 23’e bakıldığında 201 milyar görüntülenme ile en çok izlenen oyun “Minecraft” oyunu olmuştur. “Minecraft”, ESRB tarafından 10+ ve PEGI tarafından 7+ yaş sınırı ile belirlenmiş; oyuncuların küp benzeri materyaller ile yeni yapılar inşa ettikleri ve zaman zaman canavarlara karşı mücadele içerisinde oldukları; hayvanları ateşe vermek, hayvanlara çeşitli silahlarla zarar vermek (“ESRB”, t.y.) gibi gerçekçi olmayan, fantastik şiddet içeren (“PEGI”, t.y.) bir oyundur. İkinci sırada yer alan “Roblox”, ESRB tarafından 10+ ve PEGI tarafından 7+ yaş sınırı ile belirlenmiş, diğer oyuncular tarafından veya oyuncunun kendisi tarafından tasarlanmış, bu sayede sınırsız sayıda oyunu barındırabilen çevrimiçi bir oyundur (Topuz, 2019). “Roblox”ta hafif şiddet denilebilecek (“PEGI”, t.y.) ve çocukları korkutabilecek sahnelerin yer aldığı fantastik şiddet öğeleri bulunmaktadır (“ESRB”, t.y.). “Garena Free Fire” 72 milyar izlenme ile üçüncü sırada yer alırken bu oyun ESRB ve PEGI tarafından derecelendirilmemiş ancak +18 yaş sınırı olabilecek düzeyde şiddet öğelerine sahip olduğu belirtilmiştir (“Commonsensemedia”, t.y.). Oyun son kalan diğer oyuncuyu öldürmek amaçlı olup, oyunda şiddet gerçekçi olarak kan ve ölümler ile birlikte seksi hemşire, seksi kız öğrenci gibi cinsel şiddet öğeleri de içermektedir. Ayrıca oyunda çevrimiçi iletişim ve sanal alışveriş gibi özellikler de bulunmaktadır (“Commonsensemedia”, t.y.). Dördüncü sırada 70 milyar görüntülenme ile “GTA V” yer alır. “GTA V”, dolandırıcılar, hırsızlar, suç dünyası liderleri vb. şahıslara karşı hayatta kalma mücadelesinin konu edindiği gerçek zamanlı etkileşim ve çevrimiçi oynanabilme özelliğine sahip; ESRB tarafından 17+, PEGI tarafından 18+ ve Common

Sense Media tarafından da +18 yaş sınırı ile belirlenmiş; kan, yetişkin mizahı, çıplaklık, seks sahnelerinin yer aldığı cinsel içerik, delici ve ateşli silah kullanımı ile uyuşturucu ve alkol kullanımı (“ESRB”, t.y.) gibi yoğun şiddet öğelerinin yer aldığı bir oyundur (“PEGI”, t.y.). Beşinci sırada yer alan fortnite ise oyuncuların bir adada kalelerini inşa ettikleri, kaynaklar biriktirdikleri, silahlar ile canavarlara karşı savaştığı bir aksiyon oyunudur (“ESRB”, t.y.). “Fortnite” ESRB tarafından Teen, PEGI tarafından 12+ ve Commons Sense Media tarafından da 13+ yaş sınırı ile belirlenmiş; kan olmamak kaydıyla silah kullanımı (“Commonsensemedia”, t.y.) ve ölümlerin yer aldığı hafif şiddet öğelerine sahip çevrimiçi turnuvaları bulunan bir oyundur (“PEGI”, t.y.).

En çok izlenen oyun videoları dikkate alındığında, izlenen oyunların her birinde belirli düzeylerde şiddet unsurları olduğu görülmektedir. Oyunlarda yer alan şiddet unsurlarına ek olarak yayıncıların da şiddet unsurları eklediği bilinmektedir. Oyun videolarına bu açıdan bakıldığında şiddet unsurlarının katlanarak çoğalmış olduğu söylenebilir. Bu noktada şiddetin evrildiği ve “yeni şiddet”in doğduğu söylenebilir.

2.4.Oyun Videoları ve Yeni Şiddet

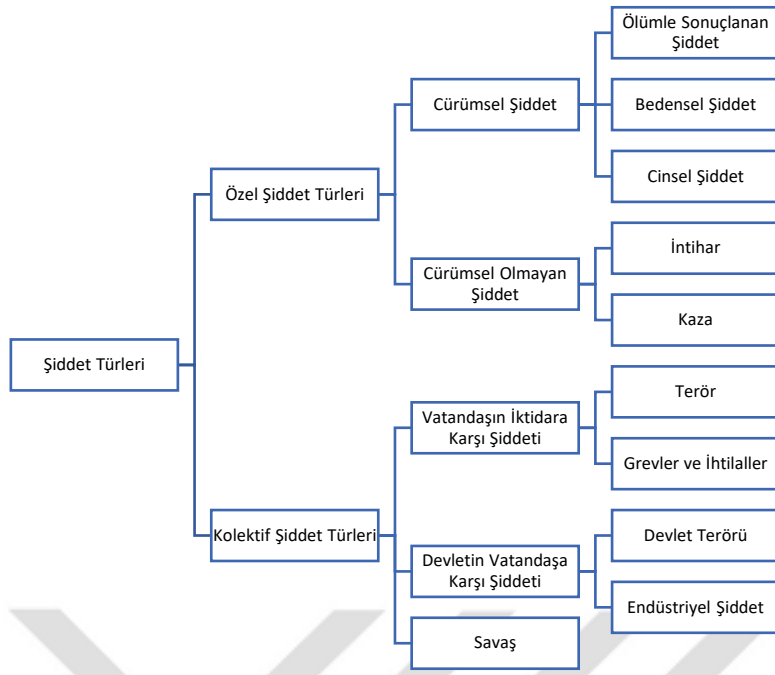
2.4.1. Şiddet Kavramı. Bir davranışın kendisini, nereden geldiğini, nereye doğru evrileceğini ve sahip olduğu enerjiyi o davranışın bilinç altı dinamiklerini tanıyarak anlayabiliriz (Fromm, 1995). Bu sebeple şiddetin ne anlama geldiğinin farklı boyutları ile tartışılması önemli görülmektedir.

Bakıldığında varoluşundan bu yana insanların farklı şekillerde bilerek veya bilmeyerek, korku yaratmak, ikna etmek, uyarmak, yıldırma, boyun eğdirmek vb. nedenlerle kişilerin veya kurumların otorite yaratmak için kullandığı bir olgudur şiddet (Erdal, 2012). Şiddet, huzur bozan, sınırları aşan kaba bir güç olarak görülebilir (Michaud, 1991). Bu gücün kullanılması ile güçsüzlerin huzurunun bozulduğu ve onlara zarar veren sonuçların yaşandığı söylenebilir (Erdal, 2012). Bu sonuçlar arasında fiziksel zarar görmek, hırpalanmak, hakarete uğramak, onuruyla oynamak, hak gaspına uğramak veya istemeden birşey yapmaya zorlanmak gibi olumsuzluklar görülebilir (Erten ve Erdal, 1996). Bu olumsuz sonuçlar, şiddeti kullanan ile mağdur arasındaki sosyal ilişkiler ile belirlenir (Ergil, 2001). Sosyal ilişkileri kullanarak yaşayan ve temel çıkarlar için iş birliği yapan bireyler toplumu oluşturur (“Toplum”, t.y.) ve her toplumun normlarına dayalı şiddet sorunları vardır (Erdal, 2012). Bu sebeple norm sayısı kadar şiddetin olduğu (Michaud, 1991) ve her birinin toplumlar için ciddi sorunlar olduğu söylenebilir (Güleç,

Topaloğlu, Ünsal ve Altıntaş, 2012). Nitekim alanyazın tarandığında çok farklı şiddet tanımlarına rastlamak mümkündür.

Terimin kökenine bakıldığında latince bir kelime olan violentia'dan geldiği görülür. Violentia acımasız, kaba birey manasına gelir ve kısaca güç olarak tanımlanır (Michaud, 1991). Fransızca'da geçen violence kelimesi de şiddet manasına gelir ve bireye baskı uygulamak suretiyle zorlama, şiddet uygulama, saldırma, karşı konulamaz güç gösterme, fiziksel veya psikolojik zarar verme davranışlarını kapsar (Kocacık, 2001; Michaud, 1991). İngilizce'de violence kelimesi ise özgürlüğün zorla kısıtlanması, güç ve sertlik anlamlarına gelir (Redhouse, 2006). Türkçe'de ise şiddet, Arapça'dan dilimize geçmiş, sertlik, peklik ve sıkılık anlamlarına gelir (Dursun, 2011). Cinayet, olumsuz fiziksel eylemler (vurma, itme, acı çektirme vb.), savaş, terörizm, sindirme, baskı yapma, tehdit, olumsuz sözlü eylemler (küfür, hakaret, aşağılama vb.) gibi tüm davranışların şiddet olduğu söylenebilir (Güleç ve ark., 2012). Polat'a (2004) göre kuralların çiğnendiği davranışlar özelindeki tüm davranışlar şiddet olarak görülebilir. Bir başka tanıma göre ise şiddet, güç ve baskı ile bireyin beden ve ruhen zararlar görmesine neden olan (Aksüt, Kaya ve Kuzu, 2006), özellikle beden bütünlüğünü zedeleyen tüm davranışlardır (Aral, 1997). Bu tanımlardan hareketle şiddet kısaca bireylerin diğerlerine beslediği düşmanlık veya öfkenin yıkıcı ve yoğun bir şekilde dışa vurumu (Budak, 2003) ile birlikte bedensel bütünlüğe karşı yapılan bir eylem olarak tanımlanırken (Ünsal, 1996); daha geniş anlamıyla kişinin kendine, bir başkasına veya gruba yönelik tehdit, zor kullanma veya fiziksel gücün kasıtlı kullanımıyla fiziksel veya psikolojik zarar, gelişim bozuklukları veya yoksunluk ile sonuçlanan olumsuz durumların sebebi olarak tanımlanmaktadır (Dünya Sağlık Örgütü-WHO, 2020).

2.4.2. Şiddet Türleri. Şiddeti toplumda algılandığı şekliyle sadece fiziksel zarar olarak görmek sınırlı bir tanım olacaktır (Çubukçu ve Dönmez, 2012). Şiddet çok yönlüdür ve farklı sınıflandırılabilir (Ekşi ve Yaman, 2010). Şiddet, fiziksel, kültürel, cinsel, ekonomik ve duygusal türleri ile çok boyutlu bir olgudur (Belkıs, Duru ve Buluş, 2006). Keleş ve Ünsal'a (1996) göre şiddet, psikolojik, ahlaki ve siyasi olarak ele alınmalıyken; Jean-Claude Chesnais'e (1981) göre ise şiddet özel ve kolektif olmak üzere iki ana başlık altında ele alınmalıdır (Özerkmen ve Gölbaşı, 2010).



Şekil 24. Jean-Claude Chesnais'e Göre Şiddetin Türleri

Kaynak. Jean-Claude Chesnais, 1981, aktaran Özerkmen ve Gölbaşı, 2010.

Şekil 24'te gösterilen şiddet türleri sınıflandırması uluslararası polis örgütü İnterpol tarafından da kullanılmaktadır (Özerkmen ve Gölbaşı, 2010). Bu sınıflandırma Özel ve kolektif olmak üzere iki ana başlık altında sınıflandırılan şiddet türlerini göstermektedir. Özel şiddet türlerinde "cürüm (suç)" ün önemli bir etken olduğu görülmektedir. Nitekim sınıflandırma cürüm üzerinden yapılmıştır. Kolektif şiddet türlerinde ise daha çok siyasi ve politik etkenlerin göze çarptığı söylenebilir.

Fromm'a (1995) göre de şiddetin altı türü bulunmaktadır. Buna göre:

1. Oyuncu Şiddeti : Şiddet türleri arasında nefretten doğmayan, yıkıcı amaçları bulunmayan sadece gösteri amacı güden (Fromm, 1995) en normal şiddet türüdür (Erdal, 2012). Oyuncu, izleyenlere yeteneklerini göstermek için şiddeti kullanır. Bu şiddet türü Romalılarda arenada veya Zen Budistleri'nde kılıç gösterilerinde görülen türde, asıl amacın bedensel bütünlüğe zarar vermekten ziyade izleyenleri mutlu etmek olduğu dönemin oyuncularına ait şiddettir. Oyun esnasında bedensel bütünlüğe zarar verecek bir eylem olursa, izleyiciler şiddetten ziyade oyuncunun yanlış yerde durduğu düşüncesine sahiptir.
2. Tepkisel Şiddet : En çok rastlanan şiddet türü olduğu söylenebilir. Tepkisel şiddette birey bilinçli yada bilinçsiz bir korku temelinde yaşamını, malını,

onurunu veya özgürlüğünü korumak için şiddeti kullanır. Tepkisel şiddette amaç yıkım değil, akla yatkın sebeplerle korumadır. Bir örnekle anlatılmak istenirse, haksız bir savaşa hazırlanan devletin, savaşmak istemeyen vatandaşlarına ciddi bir saldırı tehlikesi altında olduklarını ve savaşmazlarsa canları, malları, özgürlüklerini, onur ve haysiyetlerini kaybedeceklerini söyleyerek, vatandaşlarını savaşa ikna etmesidir. Bir diğer örnek de istedikleri yapılmadığında şiddet davranışı gösteren hayvanlar, çocuklar veya ergenler olabilir. Buradaki şiddetin amacı yıkım değil, yaşamaktır.

3. Kıskançlıktan Doğan Şiddet : Bireyler arasında kıskançlık huzursuzluk yaratmaktadır. Bireyin sahip olamadığı şeyler karşısındaki bireyde varsa bu durum, bireyde kıskançlık ve nefret duygularını büyütebilir. Örnek olarak, Kabil'in ayırım yapıldığını düşündüğü kardeşinin hayatına son vermesi verilebilir.
4. Öç Alıcı Şiddet : Tepkisel şiddete benzer ancak hastalığa ondan bir adım daha yakın olan şiddet türü olduğu söylenebilir. Tepkisel şiddette savunma güdüsü vardır ancak bu şiddet türünde bu güdü kaybolmuştur. Birey bir şekilde yıkılmışsa, kendisine olan saygısını onarmak için mutlaka öç alma duygusu hisseder.
5. İnancın Yıkılmasından Doğan Şiddet : Çocuk doğduğu andan itibaren ailesi tarafından korunmuş sahip çıkmıştır. Zor anlarında ailesinin yanında olduğunu görmüş ve onlara olan inancını korumuştur. Bu inanç bazen tanrıya olan inanç da olabilir. Ancak çocuk bazı sebeplerden dolayı ailesinin kendisine yalan söylediği durumları yaşayabilir veya çok sevdiği bir hayvanın ölümünden tanrıyı sorumlu tutabilir. Burada önemli olan düş kırıklığının sivriliği ve yoğunludur. Bu sivrilik ve yoğunluk ne kadar yüksek boyutlardaysa birey hayattan o derece nefret edebilir. Bu da yaşamda şiddetin yansımaları olarak görülebilir.
6. Ödünleyici Şiddet: Güçsüzlükten doğan, onu ödünleyen şiddet türü olarak tanımlanabilir. Birey bir şeyi yaratamıyorsa yok etmek istemektedir.

Şiddet, toplumların yaşam tarzının değişimi ile birlikte güç sahiplerinin güçsüz bireylere uyguladığı basit şiddetten çıkmış, sistemin uyguladığı yeni formlara dönüşmüştür (Oskay, 1996; Yengin, 2012). Bu bağlamda daha yakın tarihte yapılan şiddet türleri sınıflandırmasına göre ise şiddet beş türe ayrılmaktadır (Polat, 2016). Polat'a (2016) göre de şiddetin beş türü bulunmaktadır. Buna göre:

1. Fiziksel Şiddet : Şiddet denildiğinde ilk akla gelen ve en çok görülen şiddet türüdür. Şiddete maruz kalan bireyin, eylem sonucunda sağlığının bozulması veya bedende yaralanma ya da lezyonlar oluşması olarak tanımlanabilir (Neugebauer, 2000). Bu şiddet türünde eylem aletli veya aletsiz saldırılar şeklinde olabilir.
2. Cinsel Şiddet : Bu şiddet türünde mağdura saldırgan tarafından sadece cinsel olarak bir eylemde bulunması anlaşılmamalı, saldırganın onu kontrol altına almak, utandırmak, zorla yaptırmak, zarar vermek veya boyun eğmesini sağlamak gibi eylemleri olabileceği de bilinmelidir. Dünya Sağlık Örgütü'ne (2002) göre cinsel şiddet, cinsel eylemler, cinsel sözler, cinsel yaklaşma, bir kişiyi cinsel anlamda ticari amaçlı kullanma ve cinsel anlamda her türlü zorlama gibi durumları kapsar.
3. Duygusal Şiddet : Fiziksel şiddet gibi duygusal şiddet de en çok görülen şiddet türlerinden bir tanesidir. Ancak fiziksel şiddet türünden farklı olarak duygusal şiddet türünde fiziksel bir sonuçtan ziyade duyguların istismarından söz edilebilir. Bu istismar kişiyi kalabalık içerisinde aşağılamak, alay etmek, küçük düşürmek veya kişinin duygusal ihtiyaçlarını önemsememek şeklinde olabilir (Araç & Şulam, 2015).
4. Ekonomik Şiddet : Bireyin ekonomik özgürlüğünün bir şekilde elinden alınması ile oluşan şiddet türüdür.
5. Siber (Dijital) Şiddet: Alanyazında siber zorbalık, sanal zorbalık, teknolojik zorbalık, çevrimiçi şiddet vb. farklı kullanımları olan siber şiddet (Kanbur ve Kanbur, 2018), şiddet eylemlerinin elektronik ortamdaki şekli olarak tanımlanabilir (Campbell, 2005). Daha geniş bir tanımla modern iletişim teknolojilerini kullanarak (Privitera ve Campbell, 2009) bir hedefe yönelik zarar verici, uygun olmayan, olumsuz, istenmeyen ve agresif yapıdaki davranış ve eylemlerdir (Piotrowski, 2012, aktaran Kanbur ve Kanbur, 2018). Saldırgan çevrimiçi ortamlarda mağdura tekrarlı, müstehcen mesajlar veya görsel materyaller ile iftira içeren mesajlar vb. gönderebilir, çevrimiçi sanal oyunlarda veya sosyal medyada mağdurun onurunu zedeleyecek görsel veya yazılı materyalleri izinsiz paylaşabilir, çevrimiçi sanal oyunlarda hesap ele geçirme gibi kanunsuz işlemler yapabilir veya cep telefonlarından rahatsız edici mesajlar atabilir.

Şiddet yukarıda sayılan farklı türlere sahip olmakla birlikte, bireyin ve toplumun yaşamını olumsuz etkileyen ciddi ve tehlikeli bir olgudur (Bulut, 2006). Bu olgu insanlık tarihi boyunca bireyleri etkilemiş ve karmaşık yapılar ortaya koymuştur. Bu sebeple net bir sınıflandırmanın yapılması kolay olmamaktadır (Ekşi ve Yaman, 2010).

2.4.3. Yeni Şiddet Kavramı ve Türleri. Yeni nesil bireyler, yeni nesil bilgisayarlar ve yeni nesil internetin üç ayağını oluşturduğu ve yüzyılımızın önden gelen fenomenlerinden biri olan dijitalleşme (Polat, 2017), Z kuşağı bireylerinin bilinç, kültür, algılama, davranış, alışkanlık ve tutumlar gibi birçok karakteristiklerine doğrudan etki ettiği gibi şiddetin biçim değiştirmesini (Yengin, 2012) de etkilemiştir. Oskay'ın (1996) da belirttiği gibi artık sadece baskın bireylerin uyguladığı bir şiddetten değil, sistemin uyguladığı bir şiddetten de söz edilebilir. Söz konusu şiddet özellikle bilişim toplumunda kendine yer açmaktadır (Yengin, 2012). İletişim araçlarının, bilişim teknolojileri temelinde gelişiyor olması bu alandaki olguların güncellenmesini gerektirmiştir. Eski şiddet toplumdaki yerini korurken, yeni şiddet ile şiddetin alanı genişlemektedir. Yeni şiddet tehdit, güç ve zor kullanma, kaba davranışlar gösterme, psikolojik zarar verme, gelişim bozuklukları veya yoksunluk gibi sonuçlar doğuran, şiddetin geniş tanımında yer alan unsurların, yeni iletişim araçları ile gerçekleşmesidir (Yengin, 2012).

Tablo 13

Şiddetin Dijital Dönüşümü

Şiddet Türü	Eski Şiddet	Dijital Dönüşüm	Yeni Şiddet
Kodlu Şiddet		Dijitallik Etkileşimlilik Sanallık Değişkenlik	
Araçsal Şiddet			
Fiziksel Şiddet			

Kaynak. Yengin, 2012.

Tablo 13’te kodlu, araçsal ve fiziksel şiddet türlerinin, şiddetin dijital dönüşümü ile yeni şiddete dönüşümü gösterilmektedir. Toplumda sıkça rastlanan eski şiddetin günlük hayatımızda gerçekte karşılaştığımız şiddet olduğu, ancak dijital dönüşüm sonrası yeni şiddete dönüşen şiddetin ise sanal olduğu görülmektedir.

Kodlu şiddet türünde, “dikkat ölüm tehlikesi” yazılı kuru kafalı uyarı levhaları ile gerçek hayatta sembolik bir şiddet mesajı verilmekte iken, dijital dönüşüm sonrası Warcraft 3 oyununda resmedilen kuru kafa ise kodlu bir şiddet mesajı vermektedir. Kodlu şiddet mesajları temelde eski şiddet öğelerini kullanıyor olsa da (Bayrak, 2017) dijitalleşme sonrası ortaya çıkan şiddet mesajının daha yoğun görünebileceği söylenebilir. Bahsi geçen kodlu şiddet sözel, pornografik, sembolik ve görsel olarak alt başlıklara ayrılır. Bu alt başlıklar çerçevesinde şiddet öğeleri kodlanarak yeni şiddette yerini alır. Örneğin “Warcraft” oyunundaki kuru kafa kodlu şiddetin görsel alt başlığı olduğu gibi küfürler sözel, cinsel durumlar veya hareketler pornografik kodlu şiddetin alt başlıklarıdır (Yengin, 2012).



Görsel 6. Kodlu Şiddetin Dijital Dönüşümü

Kuru kafa temalı iki şiddet unsurunun resmediliş biçiminde olduğu gibi “girilmez” uyarısında da eski ve yeni şiddetin resmediliş biçimi, şiddetin dijital dönüşüm sonrasında daha yoğunlaştırılmış bir şekilde gerçekleştiğini göstermektedir. Gerçek ortamda yer alan uyarı levhasında bağırma davranışını el hareketi ile destekleyen şiddet unsurları olmasına rağmen, sanal ortamdaki uyarıda (blood isimli oyundan alınmıştır) kanlar içerisindeki bir el işareti yer almakta ve şiddetin yoğunluğunu arttırmaktadır.

Araçsal şiddet türüne bakıldığında eski şiddette gerçek ortamdaki bir savaş fotoğrafı yer alırken, dijital dönüşüm sonrası yeni şiddette “Call Of Duty” oyununa ait bir savaş sahnesi yer almaktadır. Her iki görselde de şiddet silah vb. araçlarla desteklenmekte ve araçsal şiddet gerçekleşmektedir. Araçsal şiddette ateşli silahların yanısıra bıçak, ok,

mızrak, meşale, kemer, zincir, levye, sopa, kırbaç, yangın tüpü vb. bir çok araç şiddet için kullanılabilir.



Görsel 7. Call Of Duty Oyununda Yer Alan Araçsal Şiddete Örnek

Görsel 7’de “Call Of Duty” oyununda bir sahne yer almaktadır. Sahnede karakterin vurulduğu anda akan kanların ekrana sıçramış olduğu görülmektedir. Burada da dijital dönüşüm sonrası şiddetin yoğunlaştırılarak verildiği söylenebilir.

Tablo 13’te fiziksel şiddetin eski hali bir toplantıda yaşanan kavga ve arbede fotoğrafı olarak yer almıştır. Fiziksel şiddetin eski halinde yer alan dövme, itip kalkma, çevreye veya eşyaya zarar verme, işkence ve yaralanma gibi unsurlar dijital dönüşüm sonrası yeni şiddette “Smack Down”, “Mortal Kombat”, “Street Fighter”, “Call Of Duty” vb. oyunlarda yer almaktadır. Fiziksel şiddetin sanal ortamlarda en fazla tercih edilen yeni şiddet türü olduğu söylenebilir. Gerçek bir kavga yaşanıyormuş gibi kavga hareketleri bu oyunlarda yer almaktadır. Öyle ki yüze alınan darbelerde ekranın kanla kaplandığı durumlar bile oyunlarda yer alabilmektedir.

Eski şiddetin, dijital çağın araçları ile yeni şiddete evrildiği görülmektedir. Bu evrilmenin en önemli kısmının dijital dönüşüm olduğu söylenebilir. Dijital dönüşüm, yeni şiddet bileşenleri olarak anılmakla birlikte, dijitallik, etkileşimlilik, sanallık ve değişkenlik olmak üzere dört farklı bileşenden oluşur (Yengin, 2012).

2.4.4. Yeni Şiddetin Bileşenleri. Yengin'e (2012) göre dijital çağ ile birlikte ortaya çıkan yeni iletişim ortamlarının tanımlarından yola çıkarak, yeni şiddetin bileşenleri dijitallik, etkileşimlilik, sanallık ve değişkenlik şeklinde belirlenebilir.

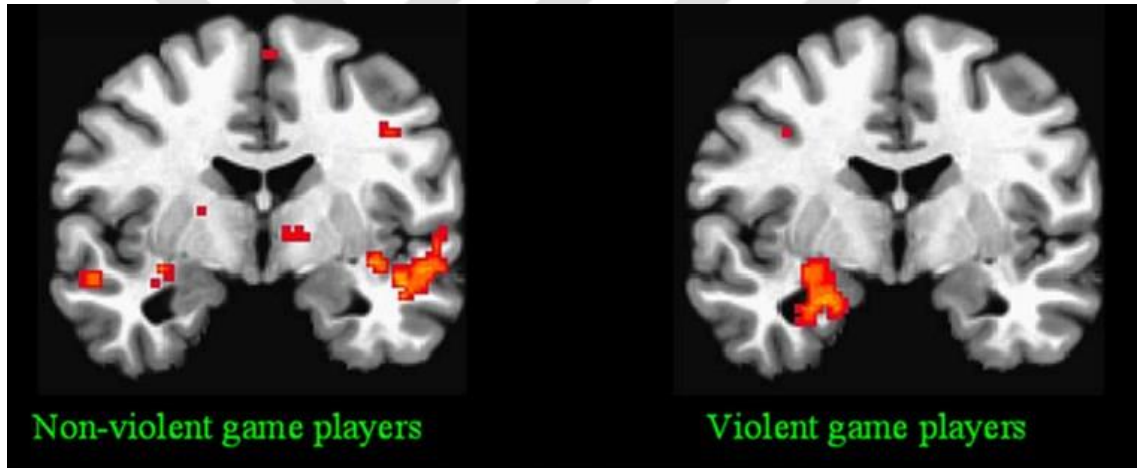
2.4.4.1. Dijitallik. Dijital kelimesi temelde sayısal anlamına gelir ("Dijital", t.y.). Veriler 0 ve 1 ikili kodlarında işlenir ve bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilir. Analog olarak yer alan nesneler ikili kodlar ile dijital ortama taşınır (Yengin, 2012). Böylelikle dijitalleşme gerçekleşir. Analog verilerin dijitalleşmesi ile daha geniş kitlelere ulaşım sağlanmıştır (Tocci, Widmer & Moss, 2007). Bu sayede yeni iletişim araçlarına bakıldığında tümünde dijitallik söz konusudur (Kırık, 2017). Eski şiddetten yeni şiddete dönüşümde en önemli bileşenin dijitallik olduğu söylenebilir. Dijitalleşme ile yeni şiddet kendisine alan açmakta ve genişlemektedir (Yengin, 2012).

2.4.4.2. Etkileşimlilik. Jonassen'e (1988) göre iki organizma birbiri ile iletişime geçebiliyorsa orada etkileşim vardır. Dijitalleşen iletişim araçları sayesinde bu etkileşimin arttığı söylenebilir. Analog durumdaki gibi bireyler artık sadece izleyici değil, kullanıcı durumuna geçmiştir (Lister, 2009). Artık bireyler iletişimin yönü ve süreci konusunda kontrol sahibi olabilmektedir (Jones, 2003). Etkileşimlilik, bir ortam olmamakla birlikte iletişim ile ilgili bir yapıdır (Rafaeli & Sudweeks, 1997). Eski şiddet unsurları dijitalleşmeyle birlikte arayüzlere (ortamlara), oradan da etkileşim ile kullanıcılara aktarılmakta ve bu yönü ile yeni şiddetin önemli bir bileşeni haline gelmektedir (Yengin, 2012).

2.4.4.3. Sanallık. Dijital çağa tam anlamıyla alışık olunmayan dönemlerde “hemen hemen, neredeyse” gibi kelimelerle anılan sanallık, antik çağlardan itibaren kullanılan ve felsefi tartışmalarda sıkça yer almış bir kavramdır (Öz, 2007). Sanallık kelimesinin kökü Türkçede “sanal” kelimesinden, latince ise “virtus” kelimesinden gelir. Sanal kelimesi Türkçede “gerçekte yeri olmayıp zihinde tasarlanan, mevhum, farazi, tahmini” anlamına gelirken (“sanallık”, t.y.), Oxford sözlüğünde taratıldığında tanım olarak “bilgisayar teknolojisi tarafından yaratılmış, var gibi görünen ancak gerçekte var olmayan” anlamına gelmektedir (“Virtual”, t.y.). Sanal, sahte ya da gerçeğin zıttı gibi görülmemelidir (Ferhat, 2016). Sanal olan gerçeğin kopyalanmış halidir ve bu kopya gerçeklik ortamlarında sunulurken, sanallık halini alır (Yengin, 2012). Diğer bir ifade ile sanallık, maddi nesnelerin bilgi örüntüleri ile iç içe geçtiği algısıdır (Hayles, 1999’dan aktaran Lister vd., 2009). Gerçeğin simüle edildiği sanal ortamlar sayesinde birey, kendisini olayların içerisindeymiş gibi hisseder (Binark, 2009). Yeni iletişim araçları ile oluşturulan bu sanal ortamlarda şiddet kopyalanarak ve form değiştirilerek (Yengin, 2012) daha yoğun bir şekilde verilebilir. Bunun sonucunda sanal ortamda vakit geçiren bireyler farklı kişiliklere bürünebilir (Yengin, 2012). Bu açıdan eski şiddetin yeni şiddete dönüşmesinde sanallık bileşenin oldukça önemli olduğu söylenebilir.

2.4.4.4. Değişkenlik. Değişkenlik, dijital ortamların kodlar temelinde çalışması ve modüler olması ile değişik versiyonlarda bulunabilmesidir (Başlar, 2013). Dijital ortamlarda yer alan arayüzler kendi aralarında geçişkenlik gösterir. Dijital kodlar ile bu geçişkenlik otomatik olarak sağlanır ve birbirleri ile bağlantılıdır. Yeni iletişim ortamlarındaki bu özellik ile şiddet aynı kalmakla birlikte, dijital kodlamalarla farklı arayüzler içerisinde değişik formlarda yer alabilir (Yengin, 2012).

2.4.5. Oyun Videolarında Şiddet. Dijital oyunların bireylerin şiddet eğilimlerini arttırdığı ile ilgili alanyazında bir çok çalışma bulunmaktadır (Anderson & Murphy, 2003; Anderson & Carnagey, 2005; Bartholow, Bushman & Sestir, 2006; Bilgi, 2005; Cunningham, Engelstatter & Ward, 2011; Çetinkaya, 1991; Gentile, Lynch, Linder & Walsh, 2004; Kars, 2010; Markey & Markey, 2010; Polman, Castro & Aken, 2008; Taştekin, 2019; Unsworth, Devilly & Ward, 2007; Von Salisch, Vogelgesang, Kristen & Oppl, 2011). Amerikan Psikoloji Derneği'nin (2015) yaptığı araştırma sonuçlarına göre de şiddet içeren dijital oyunlara maruz kalma ile saldırgan davranış, saldırgan biliş ve saldırgan duygu puanları arasında tutarlı bir ilişki olduğu ayrıca toplum yanlısı davranış, empati ve saldırganlık karşıtı duyarlılık puanlarında da azalma olduğu görülmüştür. Appelbaum, Calvert, Dodge, Graham, Hall, Hamby ve Hedges'e (2015) göre dijital oyunlardaki şiddet ile buna maruz kalanlarda oluşan saldırganlık arasındaki bağlantı bu alanda en çok çalışılan ve en iyi bilinen durumdur.



Görsel 8. 30 Dakika Şiddet içerikli Dijital Oyun Oynayan Bireyin Beyin Taraması
Kaynak. Mathews vd., 2006.

Mathews ve diğerleri (2005) tarafından yapılan bir çalışmada, bir grup gence şiddet içeriği yoğun olan “medal of honor: frontline” savaş oyunu, diğer gruba da kısmen şiddet içeriği daha az olan “need for speed:underground” araba yarışı oyunu 30 dakika boyunca oynatılmıştır. Araştırma süresince oyuncuların beyin fonksiyonları tarama cihazları ile izlenmiştir. 30 dakikalık oyun süresi sonunda beyin tarama sonuçları incelenmiş ve görsel 8’de gösterilmiştir. Buna göre savaş oyunu oynayan bireylerin (Sağda) amigdala denilen duygusal uyarılmayla ilgili bölgede artan aktivitelere rastlanmış, aynı etkinin araba yarışı oynayanlarda (soldaki) olmadığı görülmüştür.

Mathews vd.’nin (2005) çalışmasından hareketle Murray (2008) tarafından aynı teknolojiler kullanılarak ekran karşısında belirli bir süre sadece şiddeti izleyenler ile

yapılan araştırma sonuçlarında da benzer sonuçlara ulaşılmış ve duygusal uyarılmayla ilgili bölgede aktivitelere rastlanmıştır. Ayrıca bireylerde saldırganlık, duyarsızlaşma ve korku gibi etkiler bıraktığı da görülmüştür.

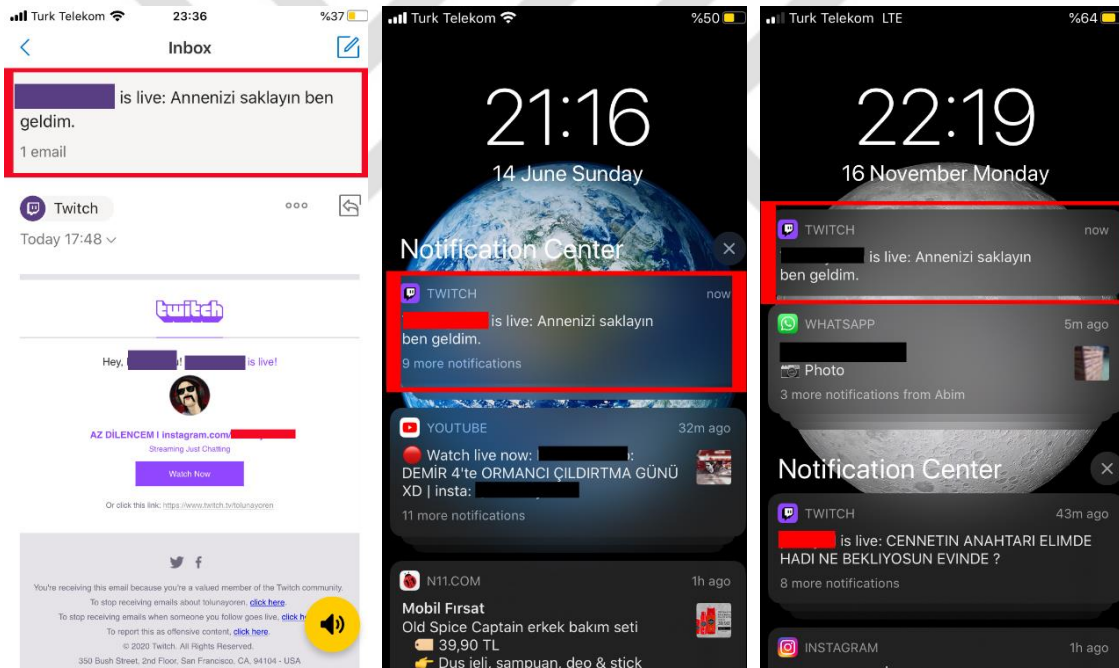
Son dönemlerde özellikle Z kuşağı bireyleri arasında yaş grubu farketmeksizin, yeni eğlence anlayışı olarak görülen oyun videolarının ekran başında geçirilen yayın/izleme süreleri dikkate alındığında ve bu tarz popüler kültüre ait yeni ürünlerde şiddet, saldırganlık, erotizm ve pornografik unsurların yer aldığı ve etkilerinin kaçınılmaz olduğu düşünüldüğünde (Ersöz, 2002), bu videolardaki şiddet yoğunluğunun tespitinin önemli olduğu görülmektedir. Nitekim aralıksız 73 saat (Alfierules isimli yayıncı), 53 saat (Phatastic_gmauls_noobz isimli yayıncı) ve 52 saat (Paulo1325 isimli yayıncı) oyun videosu yayını yapan yayıncılar olduğu bilinmektedir (https://www.youtube.com/watch?v=LD__wWhjmD0&t=425s). Bu uzun yayın sürelerinde bireyler hem oyun hem de yayıncı şiddeti ile izleyici şiddetinin birleştiği artan yoğunlukta farklı bir şiddete maruz kalmaktadırlar.

Oyun videolarında televizyon, sinema, gazete, dergi vb. bilinen medya şiddetinden çok daha farklı bir medya şiddeti mevcuttur. Oyun videolarındaki şiddet etkileşimli ve çok yönlü bir şiddettir. Yayıncıdan oyuna, yayıncıdan izleyiciye, izleyiciden yayıncıya, yayıncıdan yayıncıya, izleyiciden izleyiciye veya izleyiciden oyuna yönünde yer alan şiddet, bu videolarda yer almaktadır. Örneğin yayıncı oyunu oynarken moral bozukluğu yaşayıp oyuna; yayıncı sinirlerine hakim olamayarak veya normal bir sohbette izleyiciye; izleyici bağış atarak sesli veya sohbet penceresinden yazılı olarak yayıncıya; yayıncılar ortak bir yayında buluştuklarında kendi aralarında, izleyiciler bağış atarak sesli veya sohbet penceresinden yazılı olarak birbirlerine ve son olarak da izleyiciler bağış atarak sesli veya sohbet penceresinden yazılı olarak oyuna karşı sözel şiddet gerçekleştirebilirler.

Oyun videolarında şiddetin farklı türleri olan sözel şiddet (küfür, argo, bağırma, nefret, alay, tehdit, lanet okuma), fiziksel şiddet (dövme, bir araçla dövme, itip kalkma çevreye ve eşyaya zarar verme, ateşli ve delici silahlar kullanma, işkence), psikolojik şiddet (korkutma, suça yöneltme, aşağılama, teşvik etme-alkol, sigara vs.), cinsel şiddet (ifşacılık, röntgencilik, pornografik öğeler, kıyafet çıkarma-teşhircilik, cinsel aşağılama, kaba cinsel şakalar), siber şiddet (oyun hesabı çalma, takipçi olmaya zorlama), ekonomik şiddet (maddi bağış talep etme), olumsuz davranışlar (ayrımcılık, alkol içmek, sigara vb. İçmek, uyuşturucu tüketmek, kanunsuzluğu özendirmek) ana temaları ve alt temalarını kapsayabilecek tüm şiddet öğelerine rastlanabilir.

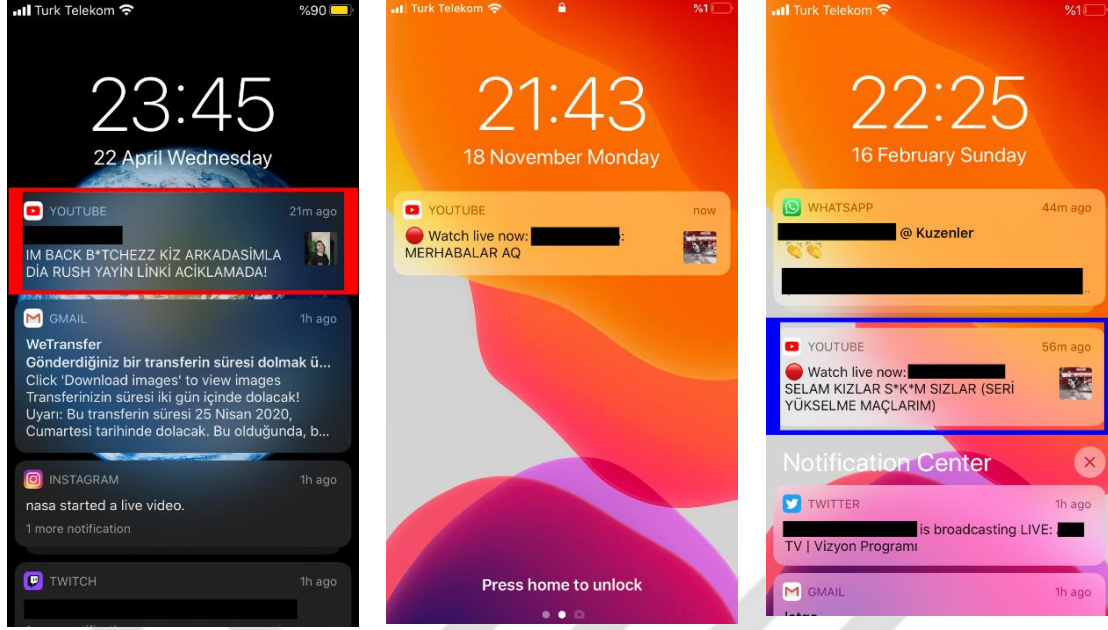
Alanyazında konu ile alakalı sınırlı sayıda yayın olduğundan, araştırmacı tarafından en çok izlenen oyun videosu yayıncılarından 18 yayıncı (4 Kadın, 14 Erkek) 1 yıl boyunca belirli aralıklarla izlenmiştir. Bu yayıncılara ait canlı yayınların yüzbinlerce farklı kişi tarafından izlendiği, kayıtlı yayınların ise milyonlarca kez görüntülenme aldığı bilinmelidir. Elde edilen sonuçlara göre oyun videolarında 1 yıllık sürede rastlanılan şiddetin ana ve alt temaları şöyle sıralanabilir:

2.4.5.1.Sözel Şiddet. Cinsiyetleri farketmeksizin yayıncıların, yoğunluğu değişmekle birlikte, özellikle küfür, argo, bağırma, alay ve lanet okuma alt temalarında sözel şiddete başvurdukları görülmüştür. Bazı yayıncıların sözel şiddet gerçekleştirirken toplumun yüksek bir kesimince kutsal sayılan değerleri de (Kur'an-ı Kerim, Tanrı vb.) kullandıkları tespit edilmiştir.



Görsel 9. Oyun Videolarında Yayına Davet Mesajları (Argo)

Görsel 9'da 718 bin takipçisi olan bir yayın kanalından farklı iletişim yolları (Eposta ve ileti) ile iletilen yayına davet mesajları yer almaktadır. Görsel 9'da üç davet mesajına ait örnekler yer almasına karşın, yayıncının mesajlarında bu argoyu farklı zamanlarda defalarca kullandığı tespit edilmiştir. Yayıncıya ait yayınlarda da sözel şiddet temalarına sıkça yer verildiği görülmüştür. Yayınlarında genellikle yayıncıdan oyuna, yayıncıdan izleyiciye, izleyiciden oyuna ve izleyiciden yayıncıya şiddetin yönü tespit edilmiştir.



Görsel 10. Oyun Videolarında Yayına Davet Mesajları (Küfür)

Görsel 10’da 650 bin takipçisi olan yayın kanalından iletilen farklı zamanlara ait yayına davet mesajları yer almaktadır. Görsel 10’da üç farklı davet mesajı yer almasına karşın, yayıncı hemen hemen tüm yayın davetlerinde küfür içerikli mesajları tercih etmektedir. Bu yayıncıya ait yayınlar izlendiğinde, yoğun bir şekilde sözel şiddetin tüm alt temalarına yer verdiği tespit edilmiştir. Bu yayınlarda yayıncıdan oyuna, yayıncıdan izleyiciye, izleyiciden yayıncıya, yayıncıdan yayıncıya, izleyiciden oyuna ve izleyiciden izleyiciye şiddetin tüm yönlerinin yer aldığı görülmüştür.

Sözel şiddet temalarını yoğun bir şekilde kullanan bir çok yayıncı bulunmaktadır. Bazı yayıncıların yayınlarında “bu kanal küfür kanalıdır” şeklinde beyanları bulunduğu ve bu yayıncıların sözel şiddetin tüm alt temalarını sıkça kullandığı görülmüştür.

Araştırmacı tarafından yayınları izlenen 18 yayıncının tümü farklı yoğunluklarda sözel şiddetin alt temalarını kullanmıştır.

2.4.5.2. Fiziksel Şiddet. Cinsiyetleri farketmeksizin bazı yayıncıların yayınlarında fiziksel şiddetin alt temalarını kullandığı görülmüştür. Bunlar arasında en çok çevreye ve eşyaya zarar verme, dövme ve işkence, oynanan oyunlarda da ateşli ve delici silah kullanımı, gerçek ve sanal kan görüntülerinin yer aldığı görülmüştür. Özellikle yaşanan moral bozukluğu ve sinir hallerinde yayıncıların çevrelerine ve eşyalarına zarar verdikleri tespit edilmiştir. Canlı yayında bilgisayarını, klavyesini, faresini, monitörünü, masasını,

kamerasını, dekorlarını kıran, gerçek silahla yayın açan, aile üyelerini darbedecek şekilde kavga eden yayıncıların olduğu da bilinmektedir.

Örneğin 2,4 milyon takipçisi olan bir yayıncının oyunu kaybedince sinirlenip gitarını parçaladığı ve bu davranışı farklı zamanlarda bir kaç kez tekrarladığı kanalındaki kayıtlı videolardan görülmektedir. Diğer örnekte Avustralyalı bir yayıncı canlı yayında sinirlenerek hamile eşini (CNNTürk, 2018), Çinli ünlü LoL yayıncısı ise canlı yayında kız arkadaşını dövmüştür. Bir diğer örnekte ünlü fortnite yayıncısı köpeğinin boğazını sıkıdığı (Bennett, 2019) ve bir başka yayıncının da canlı yayında kedisine şiddet uygulama, üzerine oturma ve alkol içirme gibi faaliyetler ile taciz ettiği görülmüştür.

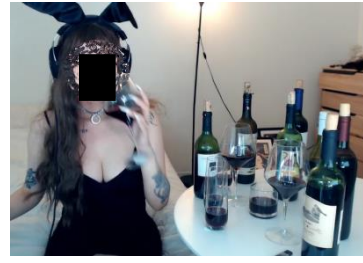
2.4.5.3. Psikolojik Şiddet. Yayınlarda, genellikle psikolojik şiddetin alt temalarından aşağılama, teşvik etme, alkol-sigara vs. kullanımının gerçekleştiği nadiren de intihar gibi eylemlerden söz edildiği görülmüştür. Bazı yayıncıların yayına davet mesajlarında sigara ve alkol içmeye özendirici mesajlara yer verdiği tespit edilmiştir. Yayıncıların büyük çoğunluğunun yayınlar esnasında defalarca sigara içtikleri hatta sigaraya başlama anılarını espriler yoluyla anlattıkları ve ayrıca bazı yayıncıların nargile ve alkol tükettikleri de görülmüştür.



yayıncı 1



yayıncı 2



yayıncı 3

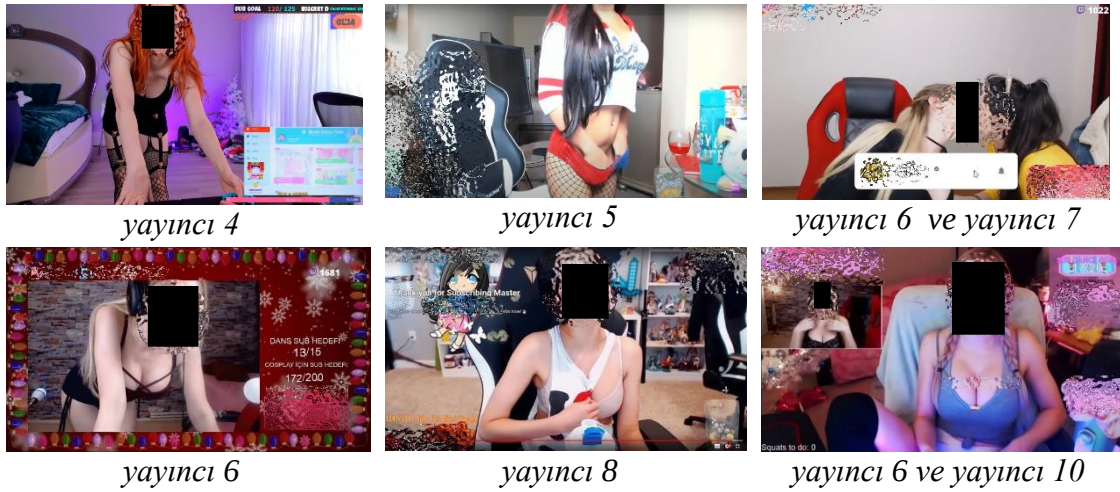
Görsel 11. Yayında Uyuşturucu, Tütün ve Alkol Tüketen Yayıncı Örnekleri

Görsel 11’de uyuşturucu, nargile ve alkol tüketen yayıncı örnekleri yer almaktadır. Görsel 11’de yer alan yayıncı 1 gibi bazı uluslararası yayıncıların yayınlarında uyuşturucu içtiği bilinmektedir (“Snoop Dogg is smoking a blunt on Twitch, won’t be banned thanks to California’s pot laws”, 2018; GinxTv, 2020). Yayıncı 1’in yayın esnasında uyuşturucu tükettiği açıkça görülmektedir. Yayıncı 2 isimli yayıncının da yayınlarında genellikle nargile tükettiği, bazı yayınlarında da alkollü olarak yayına çıktığı görülmüştür. Yayınlarında nargile konulu sohbetleri de sıkça yapmaktadır. Ulusal boyutta yayın yapan Türk kadın yayıncıların yayında alkol tüketmesi gibi yayıncı 3 isimli yayıncının da (uluslararası bir yayıncı) fotoğraftaki yayınında farklı alkol ürünlerinin

tadımını yaptığı görülmektedir. Bu gibi örnekler oyun videolarında sıkça rastlanan psikolojik şiddetin alt temalarıdır. Farklı bir örnek de oyun videosu takipçilerinin yakından tanıdığı Türk kadın yayıncının yaşadığı olumsuz bir durum sonrası yayında intihar etmekten bahsetmesi olayıdır. Ardından uzun süre kendinden haber alamayan takipçileri gerçekten de intihar ettiğini düşünmüş ancak sonra yayıncı intiharın söz konusu olmadığını yazmıştır. Oyun oynarken duygusal anlamda yaşadıkları ani iniş-çıkışlar sonucunda canlı yayın esnasında bayılan, kalp krizi geçiren hatta halisünasyonlar gören yayıncıların da olduğu bilinmektedir.

2.4.5.4. Cinsel Şiddet. Oyun videolarında çoğu kadın olmak üzere bir çok yayıncı, diğer oyuncular tarafından cinsiyetlerine dayalı olarak cinsel tacize uğradığını, taciz edildiğini veya ayrımcılığa uğradığını belirtmişlerdir (Liao, 2020). Genellikle bu konuda kadın yayıncılar daha fazla şiddete maruz kalıyor olsa da yine kadın yayıncıların bu şiddet türünü sıkça kullandığı söylenebilir.

Kadın yayıncılarda ifşacılık, kıyafet çıkarma-teşhircilik ve cinsel aşağılama alt temaları, erkek yayıncılarda ise cinsel aşağılama, ifşacılık ve kaba cinsel şakalar alt temalarına rastlanmıştır.



Görsel 12. Yayında Cinsel Şiddet Alt Temalarını Kullanan Yayıncı Örnekleri

Görsel 12’de cinsel içerikli alt temaları kullanan ulusal ve uluslararası yayın yapan kadın yayıncılara ait yayın görüntülerinden fotoğraflar yer almaktadır. Bu yayıncıların yayın davetlerinde uygunsuz kıyafetli fotoğraflarını paylaşmaları, yayınlarında uygunsuz kıyafetler ile yayın yaptıkları, kıyafet çıkarma ve teşhircilik gibi eylemleri olduğu, aynı zamanda oyuna mola verilen zamanlarda kamera önünde uygunsuz dans gösterileri

yaptıkları da görülmüştür. Bazı kadın yayıncıların bir takım eşyaları (şise, mikrofon vb.) cinsel uyarıcı niteliğinde kullandıkları, yayınlarda izleyicilerin isteği üzerine eşcinsel eylemlerin gerçekleştiği tespit edilmiştir. Örneğin Türkiye’de yayın yapan ulusal yayıncılardan yayıncı 6 ve yayıncı 7 isimli yayıncıların izleyici isteği üzerine öpüşmeleri gibi. Buna benzer örnekler daha çok uluslararası yayınlarda karşılaşılan eylemlerdir. Bir diğer örnekte yayıncı 8 isimli Türk kadın yayıncının bir yayınında, sözleri cinsel öğeler açıkça kullanılarak yazılmış bir şarkı canlı olarak söylenmiştir. Cinsel şiddetin alt temalarından biri olan ifşacılık, bu yayınlarda bariz bir şekilde yapılmıyor olsa da uygunsuz bir anı ifşa edilmiş kişiler üzerine uzun yayınların yapıldığı görülmüştür. Örneğin bir Türk kadın yayıncının cinsel ilişki sırasında çekilmiş bir videosunun sohbeti, bu yayınlarda o kadar çok geçmiştir ki sosyal medyada çok hızlı bir şekilde yayılmış ve izlenmiştir.

Erkek yayıncılar ise genellikle cinsel aşağılama, ifşacılık ve kaba cinsel şakalar alt temalarında şiddet gerçekleştirmektedirler. Örneğin bir yayıncının canlı yayında yayına bağlanan, kendisine abonelik ücreti ödemiş ve abone olmuş 10 yaşındaki bir çocuğa, yayıncı tarafından önce cinsel organının dışkı atmaktan farklı olarak ne işe yaradığı anlatılmış (çocuk cinsel organının farklı bir işlevi olduğunu ilk defa o anda duymaktadır ve kabullenememektedir), ardından açık bir şekilde cinsel olarak kendisinin hayata gelmesinde anne ve babasının rolü anlatılmıştır. Bir başka örnek, yayıncıların diğer yayıncılarla veya izleyicilerle olan sohbetlerinde, cinsel iktidarsızlık üzerine yapılan cinsel aşağılamalardır. Erkek yayıncıların da kadın yayıncılar gibi, uygunsuz bir anı ifşa edilmiş kişiler üzerine uzun sohbetler yaptıkları görülmüştür. Son olarak erkek yayıncıların cinsel şiddetin alt temalarından en çok yaptıkları kaba cinsel şakalardır. Bu şakalar gerek bireyler üzerinden (Anne, baba, kardeşler, arkadaşlar vb.) gerekse de gıda ürünleri ve eşyalar üzerinden sıkça yapılmaktadır.

2.4.5.5.Siber Şiddet. Alanyazında siber şiddetin, çocuk ve ergenler üzerinde küresel anlamda artan ciddi bir endişe olduğu görülmektedir (Privitera & Campbell, 2009). Slonje ve Smith’e (2008) göre geniş ve halka açık bir izleyici kitlesi önünde gerçekleşen siber şiddet en şiddetli zorbalık türüdür. Bakıldığında çevrimiçi ortamlarda da geniş ve halka açık bir toplanma şekli bulunur ve bu ortamlardan biri de oyun videolarıdır.

Oyun videolarında en çok görülen siber şiddet türlerinin alay, aşağılama, kışkırtma, oyun hesabı çalma, oyun hileleri yapma ve öğretme, bilgisayar hackleme vb. eylemler olduğu görülmektedir. Alay ve aşağılama canlı yayınlarda sıkça görülmekte ve yayın esnasında bireylere küçük düşürücü ve onur zedeleyici eylemlerde bulunmaktadır. Örneğin bir yayıncının canlı yayın esnasında 10 yaşındaki bir çocuğu bilmediği bir konuda aşağılaması verilebilir.

Bir diğer siber şiddet olarak hackleme (siber saldırı) eylemlerinin sıkça yaşandığı da söylenebilir. Örneğin bir yayıncının canlı yayın esnasında bilgisayarının hacklendiği ve kişiye özel şifreleri değiştirmekle tehdit edildiği görülmüştür. Bunun yanında bağışlar atılarak yayıncılar tahrik edilmekte ve şiddetle sonuçlanan kışkırtmalar yaşanmaktadır. Ayrıca finansal getirileri olan oyunlarda hileler yapıldığı, oyun hesaplarının çalındığı ve haksız kazanç elde edildiği de söylenebilir.

2.4.5.6. Ekonomik Şiddet. Oyun videolarında yayıncılar farklı ihtiyaçları için bağış talebinde bulunabilirler. Bu taleplerini yayınlarında sık sık dile getiren, bağış atıldığı takdirde bağışçının isteğini yerine getiren (küfür etme, cinsel içerikli eylemlerde bulunma, alkol ve tütün ürünleri kullanma vb.) yayıncılar olduğu bilinmektedir. Örneğin bir yayıncının takipçi bağışı ile kıyafet çıkardığı bilinmektedir.

Bir diğer ekonomik şiddet türü olarak yayıncıların takipçilerini abone olmaya zorlamalarıdır. İzleyenlerde merak uyandıran, bol küfürlü ve çıplaklık içereceğini belirten, yüksek fiyattan satışa sunulan bir oyunu oynayacağını söyleyen vb. şekilde yayınlarını ilgi çekici hale getirip bazı yayınlarını sadece abonelere açan, izleyenleri abone olmaya zorlayan yayıncılar da bulunmaktadır.

Yayıncıların ekonomik taleplerine ve abonelik isteklerine izleyenlerin destek vermesi kabul edilebilir bir durum olarak görülebilir. Ancak çocuk ve ergenlerin, ebeveynlerine ait kredi kartlarını onların haberi olmadan kullanıp bu bağışları yapmaları veya abonelikler satın almaları; kendilerine verilen harçlıkları herhangi bir banka hesabı sahibi olmadan, kredi kartı almadan fiziksel paralarını dijital paraya dönüştürebilecekleri ininal kartlar ile yayıncılara bağış yapmaları veya abonelikler satın almaları ekonomik şiddetin konusu olarak görülebilir.

İninal kart resmi sitesinde “her yerde geçerli, içine yüklediğin kadar harcadığın, seni borçlandırmayan çipli ve temassız seçenekleri bulunan, güvenli ve hızlı alışveriş kartı” olarak tanımlanmıştır (İninal, 2021). Zincir marketler de dahil olmak üzere 15

binden fazla noktada satışı yapılmakta olup ayrıca internet üzerinden de temin edilebilen ininal kartlar için yaş sınırı 13 olarak belirlenmiş olsa da veli gözetiminde kullanıldığında yaş sınırı bulunmamaktadır (İninal, 2021). Herhangi resmi bir bağlayıcılığı olmadığı için kolayca temin edilebilen bu kartlara, banka farketmeksizin, tüm banka ve PTT ATM'leri ile zincir marketlerdeki yükleme noktalarından fiziksel para yüklenebilir. Online yapılan tüm alışverişlerde kullanılabildiği gibi yurt dışı işlemlerde de geçerlidir.



Görsel 13. İninal Kart Paketine Ait Ön ve Arka Yüz Görselleri

Görsel 13'te bir zincir markette satılan ininal karta ilişkin ön ve arka yüzüne ait görseller verilmiştir. Arka yüzünde yer alan “kimlere göre?” sorusuna yanıt olarak doğrudan “oyun içi harcama yapanlar” cevabı verilmiştir. Her ne kadar satılan ininal kartların aylık harcama limiti 18 yaş altı için 750 tl ve 18 yaş üstü için (istenildiği takdirde) 50 bin tl olarak belirlenmiş (İninal, 2021) olsa da özellikle ergenlik çağındaki gençlerin bu noktada hatalara düşmeleri kaçınılmaz olarak görülebilir. Örneğin genç bir fortnite oyunu izleyicisinin ebeveynlerine ait, online işlemlere açık karttan yayıncılara gizlice 20 bin dolar bağış attığı ve ardından aile üyeleri ile Twitch arasında hukuki bir sürecin yaşandığı bilinmektedir (Edwards, 2020).

2.4.5.7. Olumsuz Davranışlar. Bazı yayıncılar izleyici sayılarını arttırmak için toplumda olumsuz olarak yordanabilecek davranışlar sergileyebilirler. Bu yayınlarda yayıncıların deterjan, ilaç vb. tüketildiği taktirde insan vücuduna ciddi zararları olan maddeleri içme, daha uzun süre yayın yapabilmek için uyku kaçıracı ilaçlar içme ve aynı amaç için göze farklı maddeler damlatma, okul karne notu değiştirme ve nasıl yapılacağını anlatan taktikler öğretme, öğretmenlere küfür hakaret, toplumun dini duygularına hitap eden ilahi müziklere küfürlü sözler eklenerek alay etme, ırkçılık, gaz çıkarma, olumsuz anlama gelen el hareketi kullanma, dudakları arasına kesici bir cisim koyarak yayın yapmaya çalışma, izleyici mesajlarını okuyarak onlarla alay etme ve yayın esnasında mastürbasyon yapma vb. daha çok farklı olumsuz davranışların oyun videolarında yer aldığı söylenebilir.



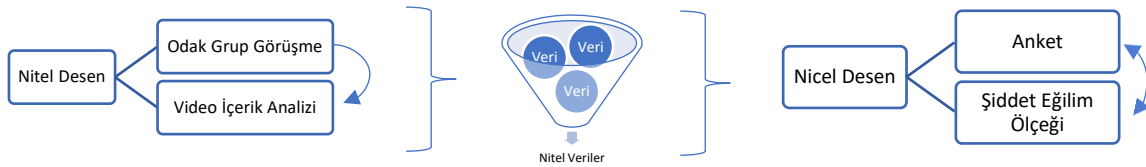
BÖLÜM 3

Yöntem

Bu bölümde araştırma modeli, araştırma evren ve örneklemi, verilerin toplanması, verilerin analizi ve çalışma planına yer verilmiştir.

3.1.Araştırmanın Modeli

Araştırmada nitel ve nicel verilerin birlikte kullanıldığı karma yöntem kullanılmıştır. Karma yöntem deseni, nitel ve nicel verilerin toplanılarak her iki desenin birlikte kullanıldığı bir desendir (Gay, Mills & Airasian, 2012; Fraenkel, Wallen & Hyun, 2012, aktaran Alkan vd., 2019). Bu yöntemi kullanmadaki amaç, her iki desenin de avantajlarından faydalanan araştırmaı daha derinlemesine yapmaktır. Araştırmada karma yöntemin türlerinden olan sıralı zamanlı karma yöntemi kullanılacaktır. Sıralı zamanlı karma yöntemde nitel ve nicel veriler sırayla toplanır ve analizi yapılır (Creswell, 2005; Creswell & Plano, 2005; Clark, 2007; Clark & Creswell, 2015, aktaran Alkan vd., 2019). Araştırmanın nitel deseninden elde edilecek veriler, karma yöntemin amaçlarından olan geliştirme amacı doğrultusunda nicel desenin geliştirilmesinde kullanılmıştır. Bu sayede nitel bulgular, nicel deseni yapılandırmıştır.



Görsel 14. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın nitel deseninde odak grup görüşmesi ve içerik analizi teknikleri kullanılmıştır. Bowling'e (2002) göre odak grup görüşmesi, bir moderatör tarafından tartışma ve görüşme teknikleri ile küçük bir grupla yapılan ve konu ile ilgili derinlemesine bilgi elde edilen veri toplama yöntemidir. Kreueger (1994) de odak grup görüşmesini bireyin düşüncelerini rahatça ifade edebildiği, planlı bir tartışma olarak tanımlamıştır. Odak grup görüşmesi ile amaçlanan, dijital oyunlar ve oyun videoları hakkında öğrencilerin bakış açıları, deneyimleri, düşünceleri, tutumları ve ilgilerine yönelik nitel veriler elde etmektir. Odak grup görüşmeleri ile elde edilen verilerden yararlanarak, en

çok izlenen oyun videosu fenomenlerine ait oyun videolarının analizi için şiddetin farklı türleri bağlamında şiddet içerikli video denetleme formu geliştirilmiştir.

İçerik analizi, sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). Berger'e (1993) göre ise içerik analizi, örnekleme yoluyla seçilen bir iletişim biçiminde (haber programı, TV programı vs..) bir ögenin (şiddet, korku, cinsellik) miktarını ölçmek için kullanılan ekonomik ve verimli bir yöntemdir. İçerik analizi ile amaçlanan oyun videolarının içerisinde yer alan şiddetin boyutlarını sayısallaştırıp, durumu anlamlı hale getirmektir.

Araştırmanın nicel boyutunda, odak grup görüşmesi ve içerik analizi teknikleri ile elde edilen veriler ışığında araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi ve Haskan ve Yıldırım'a (2012) ait şiddet eğilimi ölçeği kullanılmıştır. Anket ile çalışma grubunun dijital oyunlar ve oyun videoları konusundaki ilgi, tutum ve davranışlarına ait veriler elde edilirken; şiddet eğilimi ölçeği ile de çalışma grubuna ait şiddet eğilimi istatistiklerine ilişkin veriler elde edilmiştir.

3.2.Evren-Örneklem

Türkiye'de şiddet olaylarının 15-16 yaş grubunda en yüksek seviyeye ulaşması ve bu yaş grubunun ciddi risk faktörü taşıması (Özcebe, Üner ve Çetik, 2006), 11-12 yaş grubunun şiddet eğilimi %18,5 iken ortaöğretim çağı olan 14-18 yaş grubunun şiddet eğiliminin %26,4-%29,6 dolaylarında olması (Ekşi ve Yaman, 2010) ve şiddet olayı görülen okul sayısının toplam okul sayısına oranının, ilköğretimde %2 dolaylarındayken ortaöğretimde %15,5 olması (Kılıç, 2007) nedeniyle araştırmada evren, Türkiye'de öğrenim gören ortaöğretim çağındaki ergenler olmakla birlikte örneklem, Ankara'da bulunan farklı ekonomik, kültürel ve sosyal yapıları nedeniyle il bazında ulaşılabilen öğrencilerden oluşmuştur.

Oyun videoları hakkındaki görüşleri almak üzere Odak grup görüşmelerinin örneklemine tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiş 8 farklı grup ve 61 öğrenci oluşturulmuş; oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi ile Haskan ve Yıldırım'a (2012) ait şiddet eğilim ölçeği, amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan kartopu örnekleme yöntemi ile sosyal medyadan ulaşılabilen 1594

öğrenciye uygulanmıştır. Kartopu örnekleme yöntemi, çalışmanın problemine yönelik etkili bilgi kaynağı olabilecek bireylerin saptanmasında (Patton, 1987) kullanılmakla birlikte öğrencilerin araştırmayı yönlendirdiği ve örnekleme büyüttüğü bir yöntemdir (Yağar ve Dökme, 2018).

3.3.Verilerin Toplama Araçları

Araştırma kapsamında verilerin toplanması amacıyla nitel ve nicel boyutta veri toplama araçları kullanılmıştır. Nitel verilerin elde edilmesinde odak grup görüşme ve şiddet içerikli video denetleme formu kullanılırken, nicel verilerin elde edilmesinde ise oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi ve şiddet eğilim ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu ölçme araçlarının etik açıdan uygunluğu Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Alt Etik Kurulu'na uygun görülmüş ve etik kurul onayı Ek.6'da sunulmuştur.

3.3.1. Odak Grup Görüşme Formu. Araştırmanın nitel boyutunda ilk aşama odak grup görüşmeleri olmuştur. Oyun videolarına ilişkin öğrenci davranışlarının, tutumlarının ve öğrenmelerinin incelendiği, soruların araştırmacı ve bir uzman eşliğinde hazırlandığı odak grup görüşme formu 2'si demografik bilgiler olmak üzere toplam 12 sorudan oluşmuştur. Sorular ile öğrencilerin oyun videoları hakkındaki genel görüşlerinin yanında oyun videolarını izleme alışkanlıkları, oyun videolarında karşılaştıkları şiddet unsurları, bu videoları izlemek için hangi sosyal medya araçlarını kullandıkları, hangi yayıncıları takip ettikleri, hangi oyunlara ait videoları izledikleri, günlük ortalama izleme süreleri, gece yayınlarını (03:00-05:00) izleme alışkanlıkları ve hangi aygıtlardan izledikleri hakkında öğrencilerin görüşleri belirlenmiştir.

Odak grup görüşmeleri tesadüfi örneklem yoluyla seçilmiş öğrenciler ile yapılmıştır. Her görüşme öncesinde öğrencilerin izni alınarak görüşmeler ses kayıt cihazına kaydedilmiştir. 6 odak grup görüşmesinde öğrencilerden farklı cevaplar alınmış, 7 no'lu görüşmede bazı sorularda benzer cevaplar alınmış ve 8 no'lu görüşmeye gelindiğinde cevapların tekrara düştüğü görülmüş ve odak grup görüşmelerine son verilmiştir.

Araştırmada grup dinamiğinin korunması, öğrenciler arasındaki etkileşimin artması ve kontrolün sağlanması açısından (Edmunds, 1999) her grup 4 ile 10 katılımcı arasında değişiklik gösterir şekilde belirlenmiştir (Çokluk, Yılmaz ve Oğuz, 2011).

Tablo 14.

Odak Grup Görüşmelerindeki Öğrencilerin Kademelerine Göre Dağılımı

Öğretim Kademesi	f	%
9.Sınıf	28	45,9
10.Sınıf	12	19,7
11.Sınıf	16	26,2
12.Sınıf	5	8,2
Toplam	61	100

Tablo 14’te odak grup görüşmelerine katılan öğrencilerin öğrenim kademelerine göre dağılımları verilmiştir. Buna göre öğrencilerin %34’ü kız (n=21) ve %66’sı erkek (n=40) öğrenci olup; %45,9’u 9.sınıf (n=28), %19,7’si 10.sınıf (n=12), %26,2’si 11.sınıf (n=16) ve %8,2’si 12.sınıf (n=5) olmak üzere toplam 61 öğrencidir.

Odak grup görüşmelerinde öğrenciler ile yaşanan diyalogların kaydedildiği ses kayıtlarına içerik analizi yapılarak, öğrencilerin oyun videolarına ilişkin davranışları, tutumları ve öğrenmeleri belirlenmiştir.

Odak grup görüşme formu Ek.2’de sunulmuştur.

3.3.2. Şiddet İçerikli Video Denetleme Formu. Odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler ışığında, araştırmanın nitel boyutunda ikinci aşamaya geçilmiştir. Odak grup görüşmeleri ile öğrencilerden elde edilen bilgiler ışığında en çok izlenen 11 farklı yayıncının 173 dakikalık canlı ve kayıtlı oyun videolarına, şiddetin farklı türleri olan sözel, fiziksel, psikolojik, ekonomik, cinsel ve siber şiddet bağlamında içerik analizi formu geliştirilmiş ve uygulanmıştır.

İçerik analizinin geliştirilmesinde “Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi” (Öktem, Sayıl ve Özen, 2006) ve “Şiddetin Kalitatif (niteliksel) Analizi” (Pazarbaşı, 2018) video içerik analizi kodlama formlarından derlenen kriterler kullanılarak başlangıçta 7 ana ve 34 alt boyutta şiddet temaları içeren bir form geliştirilmiştir. Ardından formun geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamak için 5 uzman görüşüne başvurulmuş ve sonuçta 7 ana ve 32 alt boyutta şiddet temaları içeren, şiddet içerikli video denetleme formu geliştirilmiştir.

Tablo 15.

Şiddet İçerikli Video Denetleme Formunda Yer Alan Şiddet Unsurlarına Ait Ana ve Alt Temalar

Ana Temalar	Alt Temalar
Sözel şiddet	Küfür Argo Bağırma Nefret Alay Tehdit Lanet okuma
Fiziksel şiddet	Dövme (tekme, tokat vs) Bir araçla dövme (sopa vs) İtip kalkma Çevreye ve eşyaya zarar verme Ateşli ve delici silahlar kul. İşkence
Psikolojik şiddet	Ağır yaralanma görüntüleri Korkutma Suça yöneltme Aşağılama
Cinsel şiddet	Teşvik etme (alkol, sigara vs.) İfşacılık Röntgencilik Pornografik öğeler Kıyafet çıkarma (teşhircilik) Cinsel aşağılama Kaba cinsel şakalar
Siber şiddet	Oyun hesabı çalma Takipçi olmaya zorlama
Ekonomik şiddet	Maddi bağış talep etme
Olumsuz davranışlar	Ayrımcılık Alkol içmek Sigara içmek Uyuşturucu tüketmek Kanunsuzluğu özendirmek

Formun geliştirilme aşamalarında yararlanılan Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi RTÜK tarafından 2006 yılından bu yana kullanılan bir sistemken; Şiddetin Kalitatif Analizi ise televizyonda yayınlanan ve ana teması şiddet olan çizgi filmlerden bazılarının içerik analizi çalışmalarında kullanılan sistemdir (Pazarbaşı, 2018).

İçerik analizinin uygulama kısmı ise psikolojik danışmanlık ve rehberlik ile bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi olmak üzere iki ayrı uzman tarafından

(kodlayıcılar) yapılmıştır. Kodlayıcıların benzerlik oranı ile araştırmanın güvenilirliği doğru orantılıdır (Fidan ve Öztürk, 2015; Baltacı, 2017). Bu doğrultuda kodlayıcılar arasındaki güvenilirlik hesaplaması Miles ve Huberman'ın (1994) görüş uyumu kullanılarak hesaplanmıştır. Miles ve Huberman'a (1994) ait Görüş Uyumu=(Görüş Birliği/ (Görüş Birliği+ Görüş Ayrılığı))*100 şeklinde hesaplanmaktadır. Buna göre iki kodlayıcı arasındaki görüş uyumu %95,1'dir. Kodlayıcılar arası görüş uyumunun %80'in üzerinde olması (Miles ve Huberman, 1994) kodlayıcılar arasında uyumun olduğunu gösterir.

Şiddet içerikli video denetleme formu Ek.3'te sunulmuştur.

3.3.3. Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri Anketi. Sıralı zamanlı karma yöntemine uygun olarak öncelikle odak grup görüşmesinden elde edilen verilerden yararlanarak “oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi” geliştirilmiştir. Anket, belli bir amaç ve plana göre düzenlenmiş soru listesidir (Yıldırım, 1966, aktaran Karasar, 1982).

Başlangıçta 39 sorudan oluşan anket, geçerliliğin sağlanması adına Türk Dili Ve Edebiyatı, Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik ve Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi uzmanı olmak üzere 3 uzman görüşü eşliğinde düzenlenmiş, ardından Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) ve Barlett testine sokulmuştur. Yapılan analizlerde KMO değeri ,621 ve Barlett testi de anlamlı çıkmıştır. Anket maddeleri daha zengin veri elde etmek için (nitel verilerden yola çıkarak nicel veriler elde etmek için) evet-hayır-bazen gibi farklı formatlarda çoktan seçmeli, çoklu seçim ve açık uçlu olmak üzere 4'ü demografik, 8'i dijital oyun oynama alışkanlıklarına ilişkin ve 17'si de oyun videoları izleme davranışlarına ilişkin veriler elde etmek üzere toplam 29 sorudan oluşmuştur.

Anket ile öğrencilerin demografik bilgilerinin yanında, oyun videolarını niçin izledikleri, dijital oyunlar ve oyun videoları ile ilgili en çok kullandıkları sosyal medya platformları, dijital oyunlar ve bu oyunlara ait videolar, dijital oyunları oynamaya ve izlemeye ayrılan günlük ortalama zaman, dijital oyunları oynamak ve oyun videolarını izlemek için kullandıkları aygıtlar, covid-19 pandemi sürecinde oyunlara ve oyun videolarına olan tutumlarındaki değişimler, oyun videolarını izlemekte en çok tercih ettikleri yayıncılar, hangi zaman dilimlerinde oyun videolarını izledikleri, kriminal zaman dilimi (03:00-05:00) yayınlarına katılım, maddi bağış yapma, aile bireyleri ve arkadaşları

ile aralarındaki sosyal ilişki durumları, anadilde yaşanan bozulmalar ve dijital oyunlar ile oyun videolarındaki şiddet unsurlarının kendilerini etkileme boyutları hakkında veriler toplanmıştır.

Oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi Ek.4'te sunulmuştur.

3.3.4. Şiddet Eğilim Ölçeği (ŞEÖ). Şiddet eğilim ölçeği Haskan ve Yıldırım (2012) tarafından 478 lise öğrencisinin bulunduğu bir çalışma grubu ile geliştirilerek, yapılan düzenlemeler ve analizler sonucu 1 tanesi tersine çevrilmiş olmak üzere (madde 10) 3'lü derecelendirme tipinde toplam 20 maddelik bir ölçek elde edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en yüksek değer 60 puan; en düşük değer ise 20 puandır. Yüksek değer bireyin şiddet eğiliminin yüksek olduğu, düşük değer ise bireyin şiddet eğiliminin düşük olduğunu ifade eder.

Söz konusu ölçeğin istatistiksel olarak geçerlilik ve güvenilirlik analizleri için açımlayıcı faktör analizi ile Cronbach Alpha ve test tekrar test teknikleri uygulanmıştır.

Alt ölçeklerin geçerliliğini ölçmek amacıyla ŞEÖ maddelerine öncelikle açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Buna göre ölçeğe ait yapı geçerliliği incelenmiş ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı .898 ve Barlett testi de anlamlı çıkmıştır. Faktörlerin her bir değişken üzerindeki ortak faktör varyansı .45 ile .68 arasındadır. Büyüköztürk'e (2004) göre az sayıda madde için sınır değer .30 olduğu için .45 ve üzeri iyi bir ölçüdür. Ölçekte .45'in altında faktör yük değeri olan madde yoktur. Ölçekte özdeğeri 1'den büyük olan 4 faktör vardır. ŞEÖ, toplam varyansın %55.45'ini açıklamaktadır. Faktör-1 toplam varyansın %33'ünü açıklamakta ve maddelerin faktör yükleri faktör-1'de .411 ile .670 arasındadır. Varimax eksen döndürme tekniği kullanılarak faktör-1 altı, faktör-2 dört, faktör-3 beş ve faktör-4 beş maddeden oluşmuştur. Maddelerin içeriklerine göre faktör-1 "şiddet duygusu", faktör-2 "bilişim teknolojileri aracılığı ile şiddet", faktör-3 "başkalarına zarar verme düşüncesi" ve faktör-4 de "başkalarına şiddet uygulama" olarak belirlenmiştir.

ŞEÖ'nün güvenilirliği Cronbach Alpha ve test tekrar test olmak üzere iki yolla belirlenmiştir. Cronbach Alpha katsayısı .87 olup .70'in üzeri güvenilirlik için yeterlidir (Büyüköztürk, 2004). Test tekrar test katsayısı da .83 olarak hesaplanmıştır. Pearson korelasyon katsayısının yorumlanmasında .30 ve üzeri olan maddelerin zamana göre kararlılık düzeyleri iyi kabul edilir (Büyüköztürk, 2004). Geçerlilik ve güvenilirlik

alışmalarından elde edilen veriler, ŞEO'nun ortaöğretim ğrencilerinin Şiddet eğilimlerini ölçmede kullanılabilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Şiddet Eğilim Ölçeği Ek.1'de, ölçeğin kullanımına ait izin yazısı da Ek.5'te sunulmuştur.

3.3.Verilerin Çözömlenmesi

Araştırma nitel ve nicel olmak üzere iki boyutta yürütölmüştür. Araştırmanın nitel boyutunda odak grup görüşmeleri ile oyun videoları hakkında ğrenci görüşleri elde edilmiştir. Elde edilen verilerden yola çıkarak Şiddet içerikli video denetleme formu ve oyun videolarının ortaöğretim ğrencilerinin okul içi Şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi geliştirilmiştir. Geliştirilen Şiddet içerikli video denetleme formu kullanılarak, en çok izlenen yayıncılara ait oyun videolarındaki Şiddet unsurları tespit edilmiştir.

Araştırmanın nicel boyutunda oyun videolarının ortaöğretim ğrencilerinin okul içi Şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi ile Şiddet eğilimi ölçeği çalışma grubuna eşzamanlı uygulanmıştır. Öğrencilerin her birine ait anket ve Şiddet eğilimi ölçeği birlikte değeriendirilmiştir.

Anket aracılığı ile örneklem içerisinde farklı kategorilere ayrılan öğrencilerin davranışsal farklılıklarına ilişkin bulgular elde edilmiş ve çapraz tablolar üzerinde ortalama ($\bar{X}$), frekans (f) ve yüzde (%) dağılımlarına bakılarak öğrencilerin oyun videolarına karşı olan tutum ve davranışları hakkında bulgular elde edilmiştir. Ardından elde edilen bulgular ve öğrencilerin kategorileri ile Şiddet eğilimleri arasındaki istatistiksel farklar incelenmiştir. Anket ve ŞEO'den elde edilen veriler Microsoft Office Excel programına girilmiş ve burada gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra verilerin analizi için IBM SPSS Statistic Version 22 programına aktarılmıştır. Kategoriler arasındaki farklar incelenirken tek faktörlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmış, eğer anlamlı bir fark bulunmuşsa farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla post-hoc tukey tekniği kullanılmıştır. ANOVA, üç veya daha fazla düzeye sahip bir bağımsız değışken ile bir bağımlı sürekli değışken arasındaki ilişkinin tespitinde kullanılırken, anlamlı bir fark göröldüğünde farkın yönü için post-hoc testleri kullanılır (Pallant, 2017). Farklı gruplar arasında istatistiksel bir farkın testi için de ki-kare uyum testleri kullanılmıştır. Ki-kare uyum testleri her bir kategorinin oranları arasındaki istatistiksel farkın testinde kullanılır (Pallant, 2017). Araştırmanın nicel bulgularına

yönelik genel çerçevede oyun videolarına olan ilgi ve farklı demografik özelliklere sahip kişiler ile şiddet eğilimleri arasındaki ilişkiye bakılmıştır.





BÖLÜM 4

Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen verilerin çözümlenmesi sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilecektir. Bulgular, nitel ve nicel çalışmalara ilişkin bulgular olarak iki başlıkta ele alınmıştır.

4.1. Nitel Çalışmalara İlişkin Bulgular

Araştırmanın nitel çalışma boyutunda oyun videoları hakkında derinlemesine bilgiler elde etmek için odak grup görüşmeleri ile oyun videolarının içerdiği şiddetin boyutlarını sayısallaştırıp durumu anlamlı hale getirmektir için de video içerik analizi yapılmıştır. Bu bağlamda farklı iki nitel çalışmanın bulguları iki ayrı başlıkta sunulmuştur.

4.1.1. Odak Grup Görüşmelerine İlişkin Bulgular. Odak grup görüşmelerinde öğrencilere 10 adet soru sorulmuş ve bu sorulara verdikleri cevaplar sayısallaştırılmadan, öğrencilerin genel ve farklı görüşlerine ilişkin bulgular şeklinde (Çokluk vd., 2011) soru başlıkları altında verilmiştir.

Öğrencilerin isimleri yerine kullanılan “Ö” öğrenciyi, sonraki ilk rakam odak grup görüşme sayısını ve alt çizgiden sonraki rakam da toplantı içerisindeki sıralamayı ifade eder. Örneğin, Ö3_1: 3.odak grup görüşmesindeki 1.öğrencidir veya Ö1_4: 1.odak grup görüşmesindeki 4.öğrencidir.

Oyun videosu yayıncılarının isimleri yerine de “yayıncı_X_K” veya “yayıncı_X_E” şeklinde kodlama yapılmıştır. X, yayıncının kodu; E ve K de erkek ve kadın yayıncıları temsil eder.

4.1.1.1. Twitch, Youtube ve Facebook gibi sosyal medya platformlarında yayımlanan oyun videolarını izliyor musunuz? İzliyorsanız neden izliyorsunuz? Özellikle tercih ettiğiniz bir neden var mı? Öğrencilerin %85’i (n=52) oyun videolarını izlediklerini ve bunun için Twitch, Youtube ve Facebook sosyal medya platformlarına ek olarak Dlive, Nonolive ve Bigolive kullandıklarını, %15’i de (n=9) oyun videolarını

izlemediklerini belirtmişlerdir. Oyun videolarını izlemediklerini belirten öğrencilerin %67'si (n=6) kız, %33'ü (n=3) ise erkek öğrencilerden oluşmuştur.

Aşağıda öğrencilerin bu soruya verdikleri farklı cevaplar sunulmuştur:

Ö1_1 (Erkek) : *“Cevabı oldukça basit imkanlar olmadığı için yani yapamadığı bir işi izliyor. Bilgisayarı o oyunu kaldırmıyor ondan izliyor ya da sosyal bağ kurduğu yayıncılar var yani gerçekten sohbet ettikleri.”*

Ö2_2 (Kız) : *“Oynadığım oyunu başkalarının nasıl oynadığını görmek için. Nasıl taktikler yapıyor falan diye.”*

Ö3_1 (Erkek) : *“Meme aç izleyici kazan yapanlar var mesela. Adam bişeyler görmek için izler yani (katılımcı gülüyor). Yayıncı_X_K var hocam örneğin. Mesela yayıncı_Y_E var. Örneğin ırkçılık da yapar çok da yapar küfür eder ailevi küfürler. Normalde erkek memesi ban sebebidir ama baya (katılımcı kendi göğsünde bir emme hareketi yapmaktadır) böyle yapıyor. Kadın erkek eşitliği durumları var havuza girmiyorsa yasak.”*

Ö3_1'in konuşmasının ardından Ö3_2 devam eder:

Ö3_2 (Erkek) : *“Hocam meme göstermede en büyük örnek yayıncı_Z_K. Uyuma yayını bile yapıyor. En büyük müstehcen kanallardan biri. Yayıncı_X_K de çatal verir mesela bilerek (öğrenciler gülüyor). Bunlara da ban var ama nedense banlanmıyorlar bazı yayıncıların iç çamaşırı görünür ban yer ama bunlar yemez öyle şeyler var adam kayırma gibi.”*

Ö3_5 (Erkek) : *“Sırf küfür duymak için izleyenler var hocam (katılımcı kendisini gösteren bir işaret yapar).”*

Ö4_4 (Erkek) : *“Oyunu satın almadan önce bakarsın neyin nesi bu oyun boşuna para vermiyim.”*

Tablo 16.

Oyun Videolarını İzleme Durumları ve Sebeplerine Ait Odak Grup Görüşme Kodları

Kod	Kategori	f
İzliyorum	Oyun Videolarını İzleme	52
İzlemiyorum	Durumları	9
Oyunu daha iyi oynamak	İzleme sebepleri	16
Vakit geçirmek		10
Eğlenmek		6
Sıkıntıdan kurtulmak		4
Diğer		2

Tablo 16’da da görüldüğü üzere öğrencilerin oyun videolarını izledikleri ve izleme sebeplerinde genel kanının oyunu daha iyi oynamak, vakit geçirmek, eğlenmek ve sıkıntı durumundan kurtulmak olduğu, bunun yanında farklı görüşlerin de yer aldığı görülmüştür.

4.1.1.2.En çok sevdiğiniz aktiviteleri düşündüğünüzde oyun videolarını izlemek kaçınıcı sırada yer alır? Katılımcıların eğlence anlayışlarında oyun videolarının yerine ait bulguların amaçlandığı soruda, oyun videosu izlediğini belirten öğrencilerin (n=52) bu videoların eğlence anlayışlarındaki konumuna ilişkin %35’i 3.sırada (n=18), %33’ü 2.sırada (n=17), %15’i 5.sıra ve üstü (n=8), %15’i 4.sırada (n=8) ve %2’si de 1.sırada (n=1) olduğu yanıtını vermiştir.

Tablo 17.

Oyun Videolarının Öğrencilerin Eğlence Anlayışlarındaki Yerine Ait Odak Grup Görüşme Temaları

Kod	Kategori	f
1.sırada	Eğlence anlayışlarındaki yeri	1
2.sırada		17
3.sırada		18
4.sırada		8
5.ve üstü sırada		8

Tablo 17’de görüldüğü üzere öğrencilerin en çok sevdiği aktiviteler içerisinde oyun videoları 3. ve 2. sırada yoğunluk göstermektedir.

4.1.1.3. Oyun videolarında sizi rahatsız eden unsurlar var mı? Varsa nelerdir?

Örneğin sizi rahatsız eden şiddet unsurları oluyor mu? Oyun videolarında rahatsız eden unsurlara ait bulguların amaçlandığı soruda öğrencilerin farklı görüşlerde olduğu, %63'ü rahatsız olduğu bir unsur bulunmadığı (n=33), %6'sının nadiren rahatsız olduğu (n=3) ve %31'inin ise rahatsız edici unsurlar bulunduğuna (n=16) dair görüşleri olmuştur. Öğrencilerin soruya ilişkin görüşleri şöyledir:

Ö1_1 (Erkek) : *"Bazıları aşağılayıcılık yapıyor, bir kişiye değil de genelde arkadaşları arasında oluyor bu. Onlardan rahatsız oluyorum sona çıkıyorum genelde."*

Ö2_1 (Erkek) : *"Küfür beni rahatsız etmiyor abartılmadığı sürece. Şiddet olmuyor bana göre çünkü zaten oynadığım oyunu izliyorum."*

Ö2_2 (Erkek) : *"Sadece küfür."*

Ö3_1 (Erkek) : *"Normalde küfür beni hiç rahatsız etmez ama hocam o anneye falan ediyö. Ama sırf küfür için izlediğim bir yayıncı var hocam yayıncı_Q_E. Bir de yayıncı_W_E."*

Ö3_1'in konuşmasının ardından 3.grup öğrencileri ard arda devam eder:

Ö3_5 (Erkek) : *"Babadan küfüre giden var."*

Ö3_2 (Erkek) : *"Adam normal küfür etmiyor direk ayrıntılı küfür ediyor."*

Ö3_4 (Erkek) : *"yayıncı_Q_E 50 yaşlarında bir adam nonolive yayıncısı. Adam öyle küfür ediyor ki ufkunuz genişliyor (öğrenciler gülüyor)."*

Ö3_3 (Erkek) : *"Yayıncı_A_E da öyle hocam. Ama yayıncı_Q_E aşırı ağır küfürleri var."*

Ö4_4 (Erkek) : *"Yok ama yayını kapadığını sanan biri mastürbasyon yapmıştı. Ama bu kayıtları bulamazsınız."*

Ö5_4 (Kız) : *"Bazen küfür çok oluyor. Bu tarz yayıncılara 'aa bak ne kadar rahat adam' diyorlar ama samimiyet bu değil esasen."*

Ö5_3 (Kız) : *"Evet oluyor ama o biraz size kalıyor bazısı gider argo konuşan yayıncı_C_E izler kimi gider yayıncı_B_K izler yayıncı_B_K daha yumuşak çünkü."*

Ö5_8 (Kız) : *"Yayıncılara göre değişir bazıları ana avrat söver."*

Ö6_3 (Kız) : *"Öğretmen baldi oyunu var yayıncı_D_E'nin orda öğretmen aşağılanıyor ona vuruyor falan."*

Ö6_5 (Kız) : *"Bir keresinde kedisini tekmeleyen bi kız oldu Twitch'te ama sonra o kız yok oldu görünmedi bi daha."*

- Ö6_4 (Kız) : “Küfürlü yayınlar daha samimi geliyo.”
- Ö6_9 (Kız) : “Bir de artık göre göre duya duya şey normal bişey miş gibi algılıyoruz, hani biri bişey dese çok ağır bişey bizden yaşça büyükler çok yanlış anlayabilir ama bizim kuşak gayet normal bişey olarak karşılıyor.”
- Ö6_10(Erkek) : “5 yaşında kuzenim var yayıncı_A_E izliyor ve ordaki küfürleri bize söylüyor.”
- Ö8_6 (Erkek) : “Bana göre eeeee yüksek bir kitleye hitap eden bir canlı yayın kanalı eeee çok tehlikeli bir silahtır. Örneğin, eeee bir kişiyi çok çabuk linç edebiliyorlar. Örneğin yayıncı bir şahsı gösterdiğinde takipçileri çok çabuk inanıyor ve linç ediyorlar o kişiyi. Doğru yada yanlış olsa da.”

Tablo 18.

Görüşme Temaları
Oyun Videolarında Öğrencileri Rahatsız Eden Şiddet Unsurlarına Ait Odak Grup Görüşme Temaları

Kod	Kategori	f
Evet oluyor	Oyun Videolarında şiddet unsurların rahatsızlığı	16
Hayır olmuyor		33
Bazen oluyor		3
Küfür	Şiddet unsurları	10
Aşağılama		3
Argo		2
Cinsel Şiddet		1
Fiziksel Şiddet		1

Oyun videolarında kendilerini rahatsız eden unsurların olup olmadığına dair sorulan soruda genellikle rahatsız olmadıkları; rahatsız olanların ise genellikle küfürden rahatsız oldukları tablo 18’de görülmektedir. Görüşme esnasında katılımcıların görüşlerini belirtirken rahat davrandıkları ve bu rahatlığın sebebi olarak da küfrün ve argonun artık günlük konuşma diline adapte edilmiş olduğu tespit edilmiştir.

4.1.1.4. Hangi oyunlara ait oyun videolarını izliyorsunuz? Öğrencilerin çoğu oynadıkları oyunlara ait oyun videolarını izlemeye çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 19.

En Çok İzledikleri Oyunlara Ait Odak Grup Görüşme Temaları

Kod	Kategori	f
League of Legends (LoL)		7
Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO)		5
PlayerUnknown's Battlegrounds (PubG)		4
Valorant		3
Grant Theft Auto V (GTA V)		2
Fortnite	İzlenen Oyunlar	2
Rainbow Six:Siege		1
Dota		1
Among Us		1
Call of Duty		1
World of Warcraft		1

Bu doğrultuda en çok ifade edilen oyunlar Tablo 19’da gösterilmiş ve buna göre “LoL (League of Legends)”, “Valorant”, “Cs:Go (Counter-Strike: Global Offensive)”, “Fortnite”, “PubG (PlayerUnknown's Battlegrounds)” ve “GTA V (Grant Theft Auto V)” en çok izlenen oyunlar olmuştur. Bunun yanında az da olsa bazı öğrenciler “Rainbow Six:Siege”, “Dota”, “Among Us”, “GTA RP (Grant Theft Auto Role Play)”, “Call of Duty” ve “World of Warcraft” oyunlarına aiy yayınları izlediklerini belirtmişlerdir.

4.1.1.5. Günlük ortalama kaç dakikanızı oyun videosu izlemeye ayırıyorsunuz?

Öğrencilerin verdiği cevaplarda çoğunluğun yarım saat ve 2 saat süre ile izlediklerini belirttikleri zaman dilimleri olmuştur. Bu iki zaman dilimi dışında izleyen katılımcı sayısına göre çoktan aza doğru 3 saat, 1 saat ve 5 saat ile üzeri saatlerde izleyen öğrencilerin bulunduğu görülmüştür. Öğrencilerin soruya ilişkin görüşleri şöyledir:

Ö1_2 (Erkek) : “Benim kardeşim 3.sınıf akşama kadar izliyor hocam.”

Ö3_1 (Erkek) : “3-4 saat. Mesela 9 saat yayın açanlar oluyor baştan sona izleyen var. Derste telefon kulaklığıyla oyun videosu dinlediğini biliyorum. Tüm gün dinlerdi. Eldivenin içine telefonu saklayıp ders dinler gibi yapıp eli kulağında video dinlerdi.”

Ö3_2 (Erkek) : “2 saat ama yayın açıldığında 7 saat izlediğim oldu.”

Ö5_5 (Erkek) : “Vakit buldukça neredeyse 10 saat olabilir.”

Ö8_4 (Erkek) : “24 saat izlediğim oldu hatta unlost 36 saat yaptı. Elraen 24 saat yaptı.”

Tablo 20.

<i>Oyun Videolarını İzlemeye Ayrılan Süreye İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları</i>		
Kod	Kategori	f
Yarım saat	İzlemeye ayrılan süre	8
2 saat		3
1 saat		2
3 saat		2
1-2 saat		1
3-4 saat		1
4 saat		1
5-6 saat		1
7 saat		1
10 saat		1
Gün boyu		1

Öğrencilerin günlük ortalama kaç dakika oyun videolarını izlediklerinin sorulduğu soruda öğrencilerin bir kısmının 7-10 saat ve gün boyu gibi çok uzun süreler bu yayınları izledikleri tespit edilmiştir.

4.1.1.6. Oyun videolarını günün hangi saatlerinde izliyorsunuz? Öğrencilerin soruya ilişkin görüşleri şöyledir:

Ö1_3 (Erkek) : “Her sabah yarım saat tuvalette.”

Ö2_1 (Erkek) : “Sabah kalktığımda yatağın içinde izliyorum ayılana kadar. Gün içinde canım sıkılırsa izliyorum. Bir de yatmadan önce izliyorum.”

Ö2_2 (Erkek) : “Yatmadan önce izler yatarım. Her gün.”

Ö3_2 (Erkek) : “Gece. Mesela 2 gündür yarım saatlik uykuyla geliyorum okula. Gece izliyorum.”

Ö5_4 (Kız) : “Sınav yoksa öğlen ve akşam üstü.”

Tablo 21.

<i>Günün Hangi Vakitlerinde İzlediklerine İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları</i>		
Kod	Kategori	f
Akşam	Günün hangi saatlerinde izledikleri	24
Gece		12
Sabah		7
Belirli bir zaman yok		4
Öğle		1

Öğrencilerin çoğu akşam saatlerinde veya gece izlediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca sabah, gece, öğle vakti ve zaman buldukça her vakit izlediğini belirten öğrenciler de bulunmaktadır.

4.1.1.7. Gece 03:00 – 05:00 arasında yayımlanan (kriminal zaman dilimi) oyun videolarını izliyor musunuz? İzliyorsanız neden bu saatlerde yayımlanan videoları tercih ediyorsunuz? Ailenizin gece yayımlanan bu videolardan haberi var mı? Aileniz bu videoların içeriklerini biliyor mu? Aileniz gece bu videoları izlediğinizi biliyor mu? Soruya ilişkin katılımcı görüşleri şöyledir:

Ö1_1 (Erkek) : “Yok. Yayıncı_E_K var benim bildiğim açık yayın yapıyor. Bir de yayıncı_Z_K var hocam hatta arkadaşlar arası espri konusu da oluyor (öğrenciler gülüyor). Yani bu saatlerde değil genel yayın yapıyor ama cinsel içerikli yayın yapıyor.”

Ö2_1 (Erkek) : “Ben genelde o saatlerde yattığım için o saatlerde izliyorum.”

Ö3_1 (Erkek) : “Davet gelir ve izlerim. Milletin ödevi 11 gibi ancak biter iş güç derken 1 gibi millet başına ancak oturur. Bence en yüksek o saatlerde başlayan yayınlar izleniyor.”

Ö3_2 (Erkek) : “Özellikle o saatlerde fazla izlenir. Bir keresinde bir yayın için alarm kurup kalktım.”

Ö3_4 (Erkek) : “Kalkmam ama tekrarını izlerim.”

Ö5_4 (Kız) : “Uyumazsam izlerim.”

Tablo 22.

Kriminal Zaman Dilimindeki Oyun Videolarını İzleme Durumuna İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları

Kod	Kategori	f
İzlemiyorum	Kriminal zaman dilimindeki yayınları	44
İzliyorum	izleme durumu	8

Öğrencilerin çoğu kriminal zaman dilimi olarak nitelendirilen 03:00-05:00 arasında yayınlanan yayınları izlemediklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında az da olsa bazı öğrenciler bu yayınları izledikleri belirtmişlerdir.

Öğrenciler sorunun ikinci bölümünde yer alan, oyun videolarına dair ebeveyn bilgisi kısmına ilişkin katılımcı görüşleri şöyledir:

Ö2_1 (Erkek) : *“Ailem biliyor ama kızmıyor. Şöyle, o tv karşısında uyuyor ben de video karşısında. Aynı şeye denk geliyor. Oynadığım oyunları da biliyorlar.”*

Ö3_1 (Erkek) : *“Haberleri var ama kaçak göçek izlediğim yayınlar da oldu. İçeriklerini biliyorlardır ama küfürleri falan bilmiyorlardır. Yayıncı _F_K örneğin direk bütün vücudunu sergiledi.”*

Ö3_2 (Erkek) : *“Evet ailemin haberi var ama içerikleri de bilirler belki ama o sohbetleri sesli açamam.”*

Ö5_1 (Erkek) : *“İçerikleri bilmezler. Sesi açmaya çekinirim onların yanında çünkü küfür var.”*

Ö5_3 (Kız) : *“Babam gördü çok saçma dedi.”*

Ö5_4 (Kız) : *“Ailem bazen bilir bazen bilmez. Geç yattığım için kızarlar diye saklarım bazen.”*

Ö6_4(Kız) : *“Telefonda yatağın içinde gizlice izlediğim oldu çünkü annemler geç yatıyorum diye kızıyor.”*

Ö8_6 (Erkek) : *“Var hocam babam izledi bir kere. Babam küfüre takılmaz ona gayet normal geldi. Bana hiç ‘bunu mu izliyorsun?’ demedi örneğin 48 yaşında adam.”*

Ö8_8 (Erkek) : *“Bazen ya hocam küfürlerden dolayı pek izlememi istemiyorlar bi tık.”*

Tablo 23.

Kriminal Zaman Dilimindeki Yayınlar Hakkında Ebeveyn Farkındalığına İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları

Kod	Kategori	f
İzlediğimi bilir	Kriminal zaman dilimindeki yayınlar hakkında ebeveyn farkındalığı	5
İzlediğimi bilmez		3
İzlediğimi bilir ancak içeriği bilmez		4

Tablo 23'te de görüldüğü üzere yayınları izleyen öğrencilerin çoğu ebeveynlerinin gece yayınlarını izlediklerini bildiklerini ancak yayınların içeriği hakkında fazla bilgilerinin olmadığını belirtmişlerdir.

Kriminal zaman dilimindeki yayınların izlenme durumlarının araştırıldığı soruda öğrencilerin bu zaman dilimindeki yayınları çok fazla izlemedikleri görülmüştür. İzleyen öğrencilerin ise bu yayınlara ebeveynlerinin tepki göstereceklerini tahmin ettikleri için gizli girdikleri görülmüştür. Ayrıca ebeveynlerin bu yayınların içeriğinden ve öğrencilerinin yayınları izlediğinden haberleri olmadığı tespit edilmiştir.

4.1.1.8. Oyun videosu kullanırken en çok tercih ettiğiniz aygıt hangisidir?

Öğrencilerin %65'i oyun videolarını izlemek için cep telefonu (n=34) tercih ederken, %33'ü bilgisayar (n=17) ve %2'si de tableti (n=1) tercih ettiğini belirtmiştir.

Tablo 24.

Oyun Videolarını İzlemek İçin Tercih Ettikleri Aygıtı İlişkin Odak Grup Görüşme Temaları

Kod	Kategori	f
Cep telefonu	İzlerken tercih ettikleri aygıt	34
Bilgisayar		17
Tablet		1

Tablo 24'e göre oyun videolarını izlemek için en çok tercih ettikleri aygıt cep telefonu olmuştur.

4.1.1.9. Bunun dışında eklemek istediğiniz bir şey var mı? Öğrencilere farklı görüşleri ile çalışmayı zenginleştireceği düşüncesi ile araştırmacı tarafından serbest konuşma zamanı bırakılmıştır. Bu doğrultuda öğrenciler, odak grup görüşme formundaki

sorulardan bağımsız olarak oyun videoları hakkındaki farklı açılardan görüşlerini dile getirmişlerdir. Öğrencilerin görüşleri şöyledir:

- Ö1_1 (Erkek) : *“Esporda ciddi paralar var hocam.”*
- Ö2_1 (Erkek) : *“Mesela istanbul’da gamemax gibi bir etkinlik vardı. İki yayıncı küstü diye millet kavga etmişti onların takipçileri. Evet etrafta böyle tipler var. Mesela açık giyindikleri için farklı şekilde para kazanmak isteyenler kızlar var. Bağış atıp kendine sövdüren çok insan var mesela.”*
- Ö2_2 (Erkek) : *“Mesela ordaki bir espiriyi okuldaki arkadaşşıma yapıyorum ama küfürsüz bir şekilde. Ama etrafımızda yapanlar var. Hocam kız yayıncılar var soyunan. Sırf kızı görmek için giriyorlar. İninal kartla bağış atılıyor mesela. Ailelerin haberi olmuyor. Marketler satıyor. Harçlığı karta yüklüyoruz sonra da ordan bağış atılıyor.”*
- Ö3_2 (Erkek) : *“Yayıncıları kızdırtmak için kızdırmak için donate (bağış) atıyorlar. Düşünsenize ‘abi anama söv’ diye 30 kez donate atıyorlar.”*
- Ö3_3 (Erkek) : *“Babasının ekkartı ile 400 tl’lik bağış atmış adam.”*
- Ö3_4 (Erkek) : *“Twitch’te +18 yayın açabilirsiniz mesela. Yapanlar var. Kız tavlama oyunu var mesela erotik sahneleri olan bir oyun.”*
- Ö4_4 (Erkek) : *“Şu dönemde anaokulunda okuyan bile izler. Kadın yayıncılar şuraya (Katılımcı göğüs bölgesini işaret eder) kamerayı sabitler abazalar da açıp izler. İnsanların bu hoşuna gidiyor. Yayıncı_X_K falan mesela ilk zamanlar takipçi toplarken öyleydi.”*
- Ö5_1 (Erkek) : *“Ordaki şakaları okulda yapıyorlar mesela küfürlü falan.”*
- Ö6_1 (Kız) : *“Bağış işini ininal kart ile yapıyoruz harçlıklardan falan. Markette orda burda satılıyo.”*
- Ö6_2 (Erkek) : *“Birayla yayın yapan gece yayıncılar oluyor.”*
- Ö6_6 (Erkek) : *“Ordaki davranışlar okula çok yansıyor.”*
- Ö6_7 (Kız) : *“Cici sıçtı diye bir tabir var mesela çocuk derste tahtadakine söyledi hoca baktı kaldı öyle anlamadı.”*
- Ö7_1 (Kız) : *“Hocam kardeşim sadece akşamları pubg oynuyo ve oyun oynarken konuştuğu insanlar oyunda küfür ediyor.Kardeşimde oradan küfürleri öğrenip yine oyun oynarken kullanıyor. 11 yaşında kardeşim. Hocam birde çok gereksiz değişik davranışları olmaya başladı anneme bağıryo bana bağıryo 6 aylık kardeşim var ağılarsa bağıryor bizim evimizde*

asla geçmeyen küfürler kullanıyor.Çok fazla oyun oynuyor diye pubg 'ye şifre koyduk babam akşamları açıyor sadece fakat gün içinde anneme 'oyunu açmazsan intihar ederim' tarzından şeyler söylüyor.Bu oyundan mı kaynaklı bilmiyorum ama ben oyundan ve izlediği oyun videolarından olduğunu düşünüyorum.”

Odak grup görüşmeleri sonunda öğrencilere eklemek istedikleri sorulmuş, onlar da yukarıda yazıldığı şekilde görüşlerini belirtmişlerdir. Odak grup görüşme soruları içerisinde yer almamasına karşın öğrencilerin büyük bir çoğunluğu, oyun videolarını izleyen bireyler tarafından olumsuz davranışların okul ortamına taşındığı yönünde görüş belirtmişlerdir. Bunun yanında öğrencilerin, yayıncıların takipçi attırmak adına cinsel içerikli bir takım eylemleri olduğu, oyun videolarındaki finansal hareketliliğin öğrenci boyutundaki kolay işleyiş şekli, konuşma dilinde z kuşağının ifadelerine diğer kuşaklar tarafından yabancılaşma ve bu yayınlarda olumsuz örnek oluşturabilecek davranışların olduğuna ilişkin görüşleri de olmuştur. Ayrıca görüşmeler esnasında öğrencilerden bir kısmının küfür olarak nitelenebilecek sözcükleri rahatça telaffuz ettikleri, bu sözcükleri küfür olarak saymadıkları görülmüştür. Buradan hareketle küfür olarak nitelenebilecek sözcüklerin, öğrenciler arasında günlük konuşma formuna dönüştüğü söylenebilir.

4.1.2. Oyun Videolarının İçerik Analizine İlişkin Bulgular. Odak grup görüşmelerinden elde edilen bulgular ışığında belirlenmiş 11 farklı yayıncının, 17 farklı yayınına ait toplam 173 dakikalık yayını, biri bilişim teknolojileri öğretmeni diğeri ise psikolojik danışmanlık ve rehberlik öğretmeni olmak üzere iki farklı kodlayıcı tarafından şiddet içerikli video denetleme formu kullanılarak kodlanmıştır.

Tablo 25

İçerik Analizi Yapılan Oyun Videolarının Listesi

Video No	Video Süresi(dk)	Yayıncı	Kaynak	Görüntülenme Sayısı	Yayın Türü
1	10	yayıncı_A_E	Twitch	828 Bin	Kayıtlı
2	10	yayıncı_A_E	Youtube	802 Bin	Kayıtlı
3	7	yayıncı_G_E	Twitch	355 Bin	Canlı
4	14	yayıncı_G_E	Youtube	730 Bin	Kayıtlı
5	6	yayıncı_H_E	Youtube	80 Bin	Canlı
6	11	yayıncı_H_E	Twitch	504 Bin	Kayıtlı
7	10	yayıncı_K_K	Twitch	118 Bin	Canlı
8	14	yayıncı_K_K	Youtube	1 Milyon 858 Bin	Kayıtlı
9	10	yayıncı_L_E	Youtube	300 Bin	Kayıtlı

Tablo 25 (Devam)

10	8	yayincı_L_E	Youtube	208 Bin	Kayıtlı
11	10	yayincı_C_E	Twitch	30 Bin	Canlı
12	14	yayincı_Y_E	Twitch	94 Bin	Canlı
13	20	yayincı_M_K	Youtube	641 Bin	Kayıtlı
14	4	yayincı_B_K	Youtube	100 Bin	Kayıtlı
15	10	yayincı_W_E	Youtube	54 Bin	Canlı
16	10	yayincı_N_E	Twitch	20 Bin	Canlı
17	5	yayincı_W_E	Twitch	1 Milyon	Kayıtlı

Tablo 25’te şiddet öğeleri bağlamında içerik analizi yapılan videoların listesi sunulmuştur. Analizi yapılan videolar 4 ile 20 dakika arasında değişen sürelerle sahip olup, belirlenen yayıncıların Youtube ve Twitch’te yayın yapmalarından dolayı, yayın kaynağı olarak Youtube ve Twitch yayın platformları seçilmiştir. Analiz için 11 farklı yayıncının, canlı yayınlarda en az 20 bin ve kayıtlı yayınlarda ise en az 100 bin görüntülenme aldığı videolar seçilmiştir.

Tablo 26

İçerik Analizi Yapılan Oyun Videolarındaki Şiddet Unsurlarının Sayısal Sonuçları

Video No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Toplam
Sözel Şiddet																		
Küfür	59	43	86	86	53	99	5	71	134	92	124	81	192	7	81	71	47	1331
Argo	42	29	40	85	29	98	8	39	8	7	29	30	146	9	46	11	68	724
Nefret																		0
Alay		1			1	10		6					9		1	1		29
Tehdit		1			1							1	1			4		8
Lanet Okuma										1		1						2
Fiziksel Şiddet																		
Dövme (Tekme, Tokat)			12										5					17
Bir Araçla Dövme													6					6
İtip Kalkma													3					3
Çevreye Zarar Verme										1			8					9
Ateşli-Delici Silah Kul.																		0
İşkence																		0
Ağır Yaralanma Gör.	2																	2
Psikolojik Şiddet																		
Korkutma	2																	2
Suçla Yöneltilme	1	23	2			2	7	1					5					41
Aşağılama		1	1	1	1			5					3	2	4	2		20
Teşvik Etme (Alkol vb.)	1			1		3	2	3	2	1			4		1			18
Cinsel Şiddet																		
İfşacılık																		0
Röntgencilik																		0
Pornografik Öğeler																		0
Kıyafet Çıkarma																		0
Cinsel Aşağılama	1			4					3	1			5					14
Kaba Cinsel Şakalar		1		4		4		6	21	4			1			1		42
Siber Şiddet																		
Oyun Hesabı Çalma																	1	1
Takipçi Olmaya Zorlama																		0
Ekonomik Şiddet																		
Maddi Bağış Talep Etme																		0
Olumsuz Davranışlar																		
Ayrımcılık		1		1						2			1					5
Alkol İçmek				3														3
Sigara Vb. İçmek							8	15	3	1			17		40		6	90
Uyuşturucu Tüketmek																		0
KanunsuzluğaÖzendirmek													4					4
Toplam Şiddet Unsuru	108	100	141	185	85	216	30	146	171	110	153	135	388	18	173	90	122	2371

Tablo 26’da içerik analizi yapılan oyun videolarına ait, kodlayıcıların görüş birliği içerisinde olduğu şiddet unsurlarının sayısal sonuçları verilmektedir. Buna göre içerik analizi yapılan oyun videolarında çoktan aza doğru sözel ve fiziksel şiddet, olumsuz davranışlar ile psikolojik, cinsel ve siber şiddet ana temaları olmak üzere toplam 2371 adet şiddet unsuruna rastlanmıştır.

Tablo 27.

İçerik Analizi Sonucunda Belirlenen Şiddet Unsurlarının Frekans (f) ve Yüzde (%) Değerleri

Alt tema	f	%
Küfür	1331	56,01
Argo	724	30,5
Sigara vb içmek	90	3,8
Kaba cinsel şakalar	42	1,77
Suçta yöneltme	41	1,73
Alay	29	1,22
Aşağılama	20	0,84
Teşvik etme	18	0,76
Dövme	17	0,72
Cinsel aşağılama	14	0,59
Çevreye ve eşyaya zarar verme	9	0,38
Tehdit	8	0,34
Bir araçla dövme	6	0,25
Ayrımcılık	5	0,5
Kanunsuzluğa özendirmek	4	0,17
İtip kalkma	3	0,13
Alkol içme	3	0,13
Lanet okuma	2	0,08
Ağır yaralanma görüntüleri	2	0,08
Korkutma	2	0,08
Oyun hesabı çalma	1	0,04
Pornografik öğeler	1	0,04
Toplam	2371	100

Tablo 27 incelendiğinde toplam 2371 şiddet unsuru tespit edildiği ve buna göre oyun videolarında en çok kullanılan şiddet türünün “küfür” ve “argo” alt temaları başta olmak üzere sözel şiddet, en az kullanılan şiddet türünün ise “oyun hesabı çalma” alt teması ile siber şiddet olduğu söylenebilir.

İçerik analizi yapılan oyun videoları arasında yayın süresine oranla şiddet unsurlarının en çok rastlanıldığı yayın 1 milyon görüntülenme alan 17 numaralı kayıtlı video olurken, şiddet unsurlarının en az rastlanıldığı yayın ise 118 bin görüntülenme alan 7 numaralı canlı yayın videosu olmuştur. Canlı ve kayıtlı videolarda şiddet unsurlarının oranı ile görüntülenme sayıları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Tablo 26’dan da görüleceği üzere içerik analizi yapılan oyun videolarında sözel şiddete ait alt temalardan nefret; fiziksel şiddet alt temalarından ateşli ve delici silah kullanımı ile işkence; cinsel şiddet alt temalarından ifşacılık, röntgencilik ve kıyafet çıkarma, siber şiddet alt temalarından takipçi olmaya zorlama; ekonomik şiddet alt

temalarından maddi bağış talep etme ve olumsuz davranışlardan uyuşturucu tüketmek alt temalarına ait şiddet unsurlarına rastlanmamıştır.

İçerik analizi yapılan oyun videolarında birçok yayıncının yayını esnasında arka planda müzik sesi yer almaktadır. Genellikle yayıncılar yayınlarında bu özelliği kullanır. İçerik analizi yapılan videolarda yayıncıların çoğunlukla türkçe-yabancı pop, türkçe-yabancı rap, metal ve rock müzik tarzlarında hareketli müzik türlerini seçtikleri görülmüştür. Uluçay'ın (2018) araştırmasına göre metal ve rock müzik dinleyen orta öğretim öğrencilerinin şiddet eğilimleri diğer müzik türlerini dinleyenlere göre yüksektir. Buradan hareketle yayınlarda yer alan müzik türlerinin, izleyicilerin şiddet eğilimlerine etkisinin olabileceği söylenebilir.

4.2. Nicel Çalışmalara İlişkin Bulgular

Araştırmanın nicel boyutuna ilişkin veriler elde etme amacına uygun olarak oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketi ile Şiddet Eğilim Ölçeği (ŞEO) çalışma grubuna uygulanmış ve nicel bulgulara bu bölümde yer verilmiştir.

Söz konusu ölçme araçlarının uygulandığı çalışma grubuna ait demografik bilgilerin ortalama ($\bar{X}$), frekans (f) ve yüzde (%) dağılımları Tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 28

Nicel Araştırmalarda Yer Alan Öğrencilere Ait Demografik Bilgilerin Frekans ve Yüzde Dağılımları

	$\bar{X}$	f	%
Cinsiyet			
Kız		931	58,4
Erkek		663	41,6
Toplam	797	1594	100
Okul Türü			
Anadolu Lisesi		970	60,9
Imam Hatip Lisesi		196	12,3
Mesleki ve Teknik Lise		296	18,6
Spor Lisesi		34	2,1
Fen Lisesi		26	1,6
Sosyal Bilimler Lisesi		62	3,9
Diğer		10	0,6
Toplam	227	1594	100
Öğrenim Kademesi			
9.Sınıf		490	30,7
10.Sınıf		391	24,5

Tablo 28 (Devam)

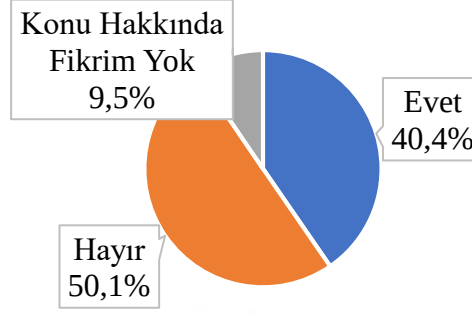
11.Sınıf		500	31,4
12.Sınıf		213	13,4
Toplam	398	1594	100

Tablo 28’de görüldüğü üzere araştırmada yer alan öğrencilerin (n=1594) ortalamanın üzerindeki bölümünü kız öğrenciler (n=931 - %58,4) oluştururken, ortalamanın altındaki bölümünü erkek öğrenciler (n=663 - %41,6) oluşturmuştur. Okul türüne bakıldığında öğrencilerin büyük çoğunluğunun (n=970 - %60,9) Anadolu liselerinde öğrenim görmekte olan öğrenciler olmak üzere imam hatip liselerinde (n=196 - %12,3), mesleki ve teknik liselerde (n=296 - %18,6), spor liselerinde (n=34 - %2,1), fen liselerinde (n=26 - %1,6), sosyal bilimler liselerinde (n=62 - %3,9) ve diğer lise türlerinde (n=10 - %0,6) öğrenim görmekte olan öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Son olarak öğrenim görmekte oldukları kademelere göre öğrencilerin 9.sınıf (n=490 - %30,7), 10.sınıf (n=391 - %24,5), 11.sınıf (n=500 - %31,4) ve 12.sınıf (n=213 - %13,4) kademelerinde öğrenim görmekte olan öğrencilerden oluştuğu görülmektedir.

Araştırmada alt amaçlara uygun nicel bulgulara ulaşmak için öğrencilere uygulanan anket ve ŞEO’ndan elde edilen verilere Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testi ile normallik testi yapılmış, normallik dağılımı incelenmiş ve dağılımın normal olmadığı ($p < 0,05$) görülmüştür. Ancak Pallant’a (2017) göre basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında değer aldığı durumlarda normal dağılımın sağlandığı kabul edilmiştir. Bu çalışmada da basıklık (,741) ve çarpıklık (,568) değerlerine göre normallik varsayımının sağlandığı kabul edilmiştir. Ardından araştırmanın nicel bulgularına erişmek için Ortalama ($\bar{X}$), Frekans (F), Yüzde (%) Dağılımları, Tek Faktörlü Varyans Analizi (ANOVA), Post-Hoc Tukey Tekniği ve Ki-Kare Uyum Testleri uygulanmış ve elde edilen bulgulardan yola çıkarak araştırmanın alt amaçlarına uygun betimlemeler, yordamalar ve genel değerlendirmelerde bulunulmuştur.

4.2.1. Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri Anketi’nden Elde Edilen Bulgular. Anketten elde edilen bulgular bu bölümde ayrı başlıklar altında sunulmuştur.

4.2.1.1.Öğrencilerin Sosyal Medya Platformlarında Yayınlanan Oyun Videolarını İzlemelerine Yönelik Bulgular. Şekil 24'te araştırmaya katılan öğrencilerin oyun videolarını izleme davranışları pasta grafiğinde gösterilmiştir.



Şekil 25. Oyun Videolarını İzleme Oranları

Şekil 25'e bakıldığında oyun videolarını izlemeyenlerin (%50,1) çoğunlukta olduğu, buna karşın büyük bir kesimin bu videoları izlediği (%40,4) ve küçük bir kesimin ise konu hakkında bilgisi olmadığı (%9,5) görülmektedir. Bu bulgu çalışmaya ait nitel araştırma bulgularıyla örtüşmektedir. Tablo 28'de yer alan demografik bilgiler incelendiğinde öğrencilerin daha çok kız öğrencilerden oluştuğu (%58,4) görülmektedir. Benzer şekilde tablo 32 incelendiğinde erkek öğrencilerin oyun videolarını daha fazla izledikleri (%64,2) görülebilir. Araştırma sosyal medya üzerinden ve çevrimiçi metodlar ile yapıldığından kız öğrencilerin araştırmaya katkısının daha fazla olduğu, bu sebeple oyun videoları izleme davranışlarına ilişkin izlenmeme oranlarının yüksek çıktığı; erkek öğrencilerin araştırmaya katkılarının eşit veya fazla olması durumunda, izlenme oranlarında değişimler yaşanabileceğini söylemek mümkündür.

4.2.1.2.Öğrencilerin Oyun Videolarını İzlemek İçin Günlük Ortalama Ne Kadar Zaman Harcadıklarına Yönelik Bulgular. Oyun videolarını izlediklerini belirten öğrencilerin çoğunluğu oyun videolarını izlemek için günlük 1 saatten az (%43,5) zaman ayırmaktadır. Günde 1-2 saatini oyun videolarına ayıran öğrencilerin oranı (%27,9) ise ortalamanın ($\bar{X}$ =%16,6) üzerindedir. Günde 2-3 saat izleyenler (%5,6) ile 3-4 saat izleyenlerin (%5,1) oranı birbirine yakın ve ortalamanın altındadır. 4-5 saat izleyenlerin (%2,5) oranı ise ortalamanın altında ve en düşük seviyedir. Başka bir ifade ile öğrencilerin oyun videolarını izlemeye ayırdıkları günlük ortalama zaman 1 saatin altındadır. Elde edilen bulgular nitel araştırma bulguları ve TwitchTracker'nin (2020) sonuçları ile benzerlik gösterirken; Baykul (2019), Hawley (t.y.) ve Üngören'in (2020) sonuçları ile farklılık göstermektedir. Nitel araştırma ve TwitchTracker'nin (2020) bulgularına göre 1 saatin altında izledikleri; Hawley (t.y.) ve Üngören'nin (2020) bulgularında ise günlük ortalama 1-2 saat arasında izledikleri, Baykul'un (2019) bulgularında 2-4 saat arasında izledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.1.3.Öğrencilerin Oyun Videolarını Günün Hangi Vakitlerinde İzlediklerine Yönelik Bulgular. “Oyun videolarını günün hangi vakitlerinde izliyorsunuz?” sorusuna öğrencilerin çoğunluğu belirli bir zamanın olmadığını (%52,6), diğerleri akşam (17:00-00:00) saatlerinde (%19,3), gece yarısı (00:00-07:00) saatlerinde (%13,3), öğle (11:00-17:00) saatlerinde (%11,3) ve sabah (07:00-11:00) saatlerinde izlediklerini belirtmişlerdir. Bu bulgu nitel araştırma bulguları ile farklılık göstermektedir. Nitel araştırma bulgularında bu zaman aralığı akşam ve gece saatleri olarak tespit edilmiştir.

4.2.1.4.Öğrencilerin Oyun Videolarını İzlemek İçin En Çok Hangi Aygıtları Kullandıklarına Yönelik Bulgular. “Oyun videosu izlemek için en çok kullandığınız aygıt hangisidir?” sorusuna öğrencilerin büyük çoğunluğu cep telefonundan (%66,3) izlediğini, ortalamanın üzerinde bir kısım bilgisayardan (%27,4) izlediğini, küçük bir kısmı da televizyon (%2,9) ve tableten (%0,9) izlediğini belirtmiştir.

Elde edilen bulgu, nitel araştırma bulguları, We Are Social & Hootsuite (2020) ve Tankovska'nın (2021) araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

4.2.1.5.Oyun Videolarının Öğrencilerin Eğlence Anlayışlarındaki Yerine Yönelik Bulgular. “Yapmaktan keyif aldığınız etkinlikleri sıralamanız istendiğinde oyun videolarını izlemek kaçınıcı sırada yer alır?” sorusuna öğrencilerin çoğunluğu 5 ve üzerinde (%35) yanıtını verirken, 3.sırada (%22,9) yer aldığını belirtenler ortalamanın üzerinde, 2.sırada (%18,9), 4.sırada (%15,5) ve 1.sırada (%7,7) yer aldığını belirtenler ise ortalamanın altında yer almıştır. Başka bir ifade ile ilk sıralarda yer almamaktadır. Bu bulgu nitel araştırma bulguları ile örtüşmemektedir. Nitel araştırma bulgularına göre oyun videoları öğrencilerin eğlence anlayışlarında ilk sıralarda yer almaktadır.

4.2.1.6.Öğrencilerin Oyun Videolarını İzleme Sebeplerine Yönelik Bulgular.

Oyun videolarını izleme nedenlerini belirlemek amacıyla öğrencilerin verdiği yanıtlara ait verilerin frekans ve yüzde değerleri incelenmiştir.

Tablo 29

Sosyal Medyada Yayınlanan Oyun Videolarını İzleme Nedenleri ile İlgili Frekans ve Yüzde Değerleri

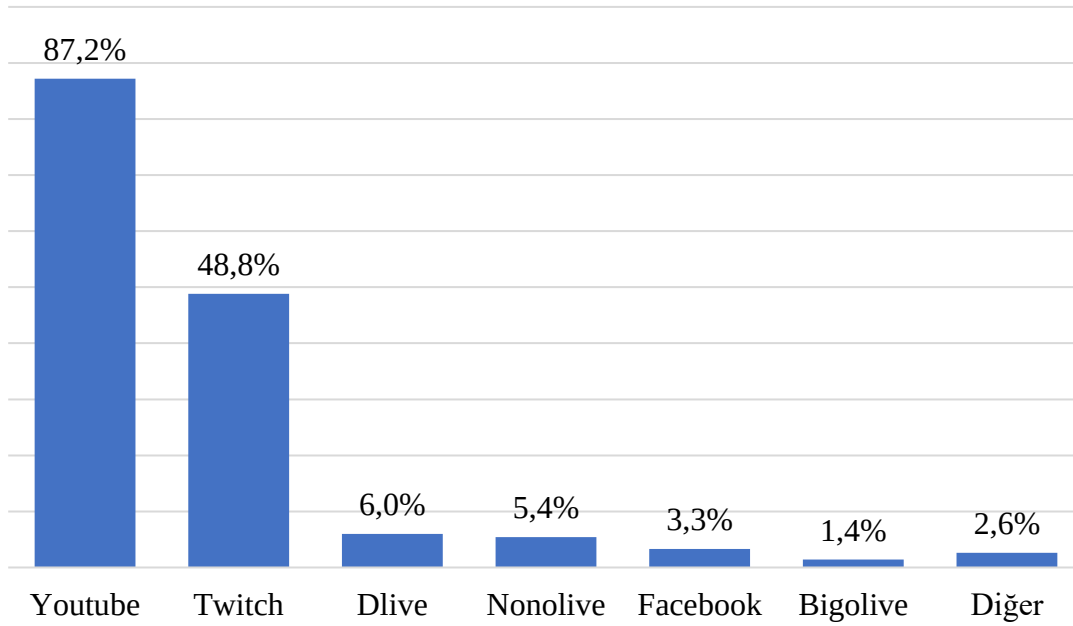
İzleme Nedeni	f	%
Vakit geçirmek için	387	24,3
Sıkıldığım için	342	21,5
İyi bir oyuncu olmak ve yeni taktikler öğrenmek için	266	16,7
Sahip olduğum donanım o oyunu oynamaya yetmediği için	132	8,3
Yeni bir oyun satın almadan önce görmek için	111	7
Yayıncıların küfürlü konuşmaları samimi geldiği için	65	4,1
Cinsel öğelerin yer alması ilgimi çektiği için	23	1,4
Diğer	268	16,8
Toplam	1594	100

Tablo 29’a göre sosyal medyada yayınlanan oyun videolarının en çok izlenme nedenlerine bakıldığında vakit geçirmek için izleyen 387 öğrencinin (%24,3) ilk sırada ve hemen ardından sıkıldıkları için izleyen 342 öğrencinin (%21,5) de ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Buradan oyun videolarının zaman harcamak için yapılan bir etkinlik olduğu söylenebilir. Diğer izleme nedenlerine bakıldığında iyi bir oyuncu olmak ve yeni taktikler öğrenmek için izleyen 266 öğrenci (%16,7), sahibi olduğu donanımın oynamak istediği oyunu çalıştırmadığı için izlediğini belirten 132 öğrenci (%8,3), yeni bir oyun satın almadan önce görmek için izleyen 111 öğrenci (%7), yayıncıların küfürlü konuşmaları samimi geldiği için izleyen 65 öğrenci (%4,1), cinsel öğelerin yer alması ilgisini çektiği için izleyen 23 öğrenci (%1,4) ve diğer nedenlerden ötürü izleyen 268

öğrenci (%16,8) olduğu görülmektedir. Diğer nedenler arasında çoğunlukla yayıncı kaynaklı izlemeler olduğu gibi ekonomik kaynaklı izleme nedenlerine de rastlanmıştır.

Elde edilen bulgulardan “vakit geçirmek için ve sıkıldığım için” izleme nedenleri ile nitel araştırma bulguları, Hamilton, Garretson ve Kerne (2014), Lu vd. (2018), Baykul (2019) ve Ramirez’in (2020); “İyi bir oyuncu olmak ve yeni taktikler öğrenmek için” izleme nedeni ile Petrova ve Gross (2017), Baykul (2019), OC&C (2020), Ramirez (2020), Hershey (2019) ve Lu vd.’nin (2018); “Sahip olduğum donanım o oyunu oynamaya yetmediği için” ve “Yeni bir oyun satın almadan önce görmek için” izleme nedenleri ile Baykul’un (2019); yayıncı kaynaklı nedenler ile Baykul (2019) ve OC&C’nin (2020) araştırma sonuçlarındaki bulgular ile benzerlik göstermektedir.

4.2.1.7.Oyun Videolarının Öğrenciler Tarafından En Çok İzlendiği Sosyal Medya Platformlarına Yönelik Bulgular. Şekil 26’da öğrencilerin oyun videolarını en çok izlediği sosyal medya platformları gösterilmiştir.



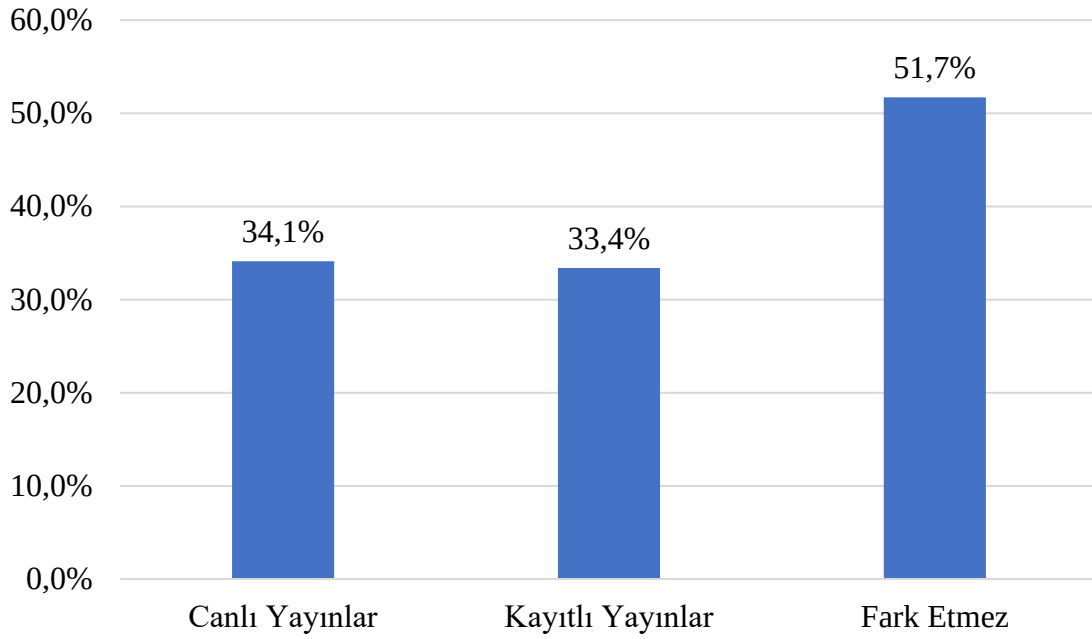
Şekil 26. Oyun Videolarının En Çok İzlendiği Sosyal Medya Platformları

Şekil 26’ya göre oyun videolarını izlemek için en çok Youtube’un tercih edildiği (n=563 - %87,2), ardından Twitch (n=315 – %48,8) ve Dlive’in (n=39 – % 6) tercih edildiği görülmektedir. Sıralamada Nonolive (n=35 – 5,4%) dördüncü, Facebook (n=21 – %3,3) beşinci ve Bigolive (n=9 – %1,4) altıncı sırada yer almıştır.

Elde edilen bulgular, nitel araştırma bulguları, Baykul (2019) ve May’in (2020) verileri ile benzerlik gösterse de tam olarak örtüşmemektedir. Nitel araştırma

bulgularında ilk sırada Twitch ardından Youtube; May'e (2020) göre Twitch, Youtube ve Facebook olarak sıralanırken, Baykul'un (2019) bulgularında en çok tercih edilen platform Twitch ve ardından Youtube olmuştur.

4.2.1.8. Öğrencilerin Oyun Videolarını İzlerken En Çok Tercih Ettikleri Yayın Türünü Yönelik Bulgular. Şekil 27'de öğrencilerin oyun videolarını izlemek için tercih ettikleri yayın türüne ilişkin bulgular sütun grafiğinde verilmiştir.



Şekil 27. Oyun Videolarında Tercih Edilen Yayın Türü

Şekil 27'ye göre öğrencilerin çoğunluğu oyun videolarını izlerken yayın türünü önemsemediklerini (n=334 – %51,7), bir kısmının canlı yayınları (n=220 - %34,1) ve bir kısmının da kayıtlı yayınları (n=2016 - %33,4) tercih ettikleri görülmüştür. Baykul'un (2019) araştırma sonuçlarında yetişkinlerin daha çok canlı yayınları, çocukların ise daha çok kayıtlı yayınları tercih ettiği belirtilmiştir ("Çocuk ve Haklarını Koruma Platformu", aktaran Baykul, 2019).

4.2.1.9. Öğrencilerin Oynadıkları Oyunlar ile İzledikleri Oyunlar Arasında Bir İlişkiye Yönelik Bulgular. Tablo 30’da oyun videolarını izleyen öğrencilerin oynadıkları oyunlar ile izledikleri oyunlara ilişkin sonuçlar verilmiştir.

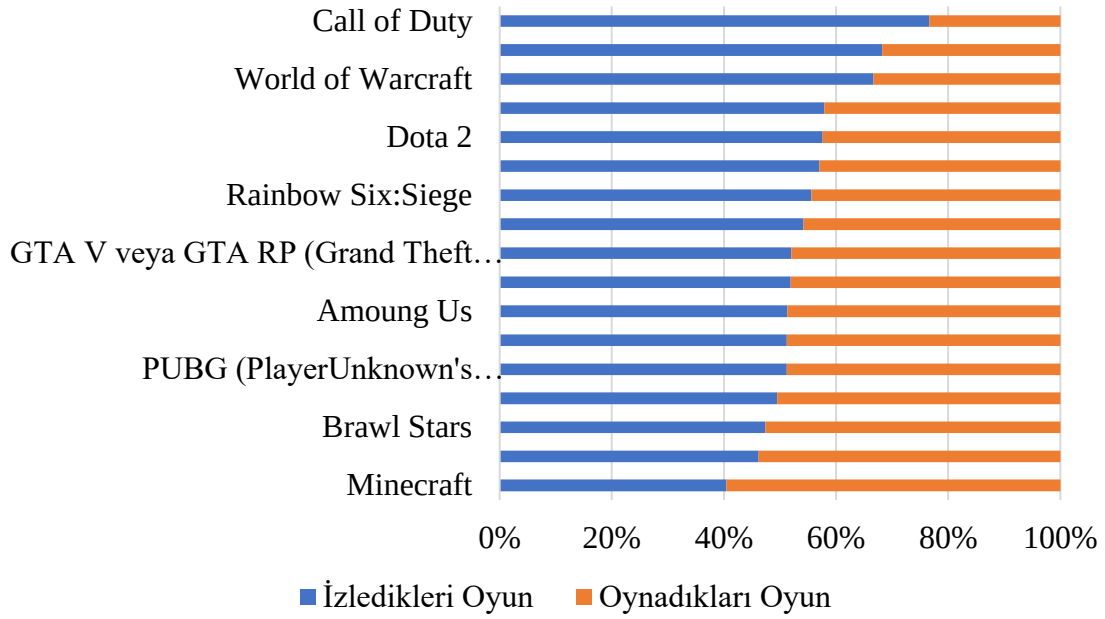
Tablo 30.

Oyun Videolarını İzleyen Öğrencilerin Oynadıkları Oyunlar ile İzledikleri Oyunlara İlişkin Sonuçlar

Oyun	İzlenen		Oynanan	
	n	%	n	%
PUBG (PlayerUnknown's Battlegrounds)	273	51,2	260	48,8
Among Us	177	51,3	168	48,7
LOL (League of Legends)	188	49,5	192	50,5
Cs:Go (Counter-Strike: Global Offensive)	210	51,9	195	48,1
Valorant	220	54,2	186	45,8
GTA V veya GTA RP (Grand Theft Auto)	170	52,0	157	48,0
Call of Duty	272	76,6	83	23,4
FIFA / PES serisi	84	51,2	80	48,8
Fortnite	65	57,0	49	43,0
Rainbow Six: Siege	40	55,6	32	44,4
Outlast 2	73	68,2	34	31,8
Dota 2	19	57,6	14	42,4
Minecraft	19	40,4	28	59,6
Ring of Elysium	11	57,9	8	42,1
World of Warcraft	18	66,7	9	33,3
Brawl Stars	9	47,4	10	52,6
Zula	6	46,2	7	53,8

Tablo 30’a göre öğrencilerin en çok oynamayı tercih ettikleri oyun ile en çok izlemeyi tercih ettikleri oyunun “PUBG” oyunu olduğu görülmektedir. Bu bulgu Clement’in (2021) ve Johnson’ın (2021) sonuçları ile farklılık göstermektedir. Clement’e (2021) göre en çok izlenen oyun “GTA” olarak belirtilirken, Johnson’a (2021) göre “Among Us” oyunudur.

Diğer taraftan oynama ve izlenme oranlarına bakıldığında, en çok izlenen ancak en az oynanan oyunun “Call of Duty” oyunu olduğu görülmektedir. Şekil 28’deki % yığılmış sütun grafiğinden öğrencilerin oyunlara ait videoları izleme ve oyunları oynama davranışları arasındaki ilişkiler görülebilir.



Şekil 28. Oyun Videolarını İzleyen Öğrencilere Ait İzledikleri Oyunlar ile Oynadıkları Oyunlar Arasındaki İlişki

Şekil 28’de öğrencilerin izledikleri oyunlar ile oynadıkları oyunlar arasındaki ilişki gösterilmiştir. Şekil 28’e göre öğrencilerin oynadıkları oyuna ait oyun videolarını izleme davranışı en az “Minecraft” oyunundayken (izlenme %40,4; oynama %59,6), en çok “Call of Duty” (izlenme %76,6; oynama %23,4) oyunundadır. “PUBG”, “LoL”, “Among Us” ve “FIFA/PES Serisi”ne ait öğrencilerin oynama ve oyuna ait oyun videolarını izleme davranışları birbirine yakındır. Oynadıkları oyun ile izledikleri oyun arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla iki değişken arasında pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 31.

Oynanan Oyunlar ile İzlenen Oyunlar Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Yapılan Pearson Korelasyon Analizi Sonucu

	N	r	p
Oynanan Oyunlar İzlenen Oyunlar	17	0,888**	,000

** $r > 0,01$

Tablo 31’e göre öğrencilerin oynadıkları oyunlar ile izledikleri oyunlar arasında istatistiksel olarak pozitif bir ilişki bulunmuştur. Başka bir ifade ile oynadıkları oyunlar ile izledikleri oyunlar birbirine benzerdir. Elde edilen bulgu nitel araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir.

4.2.1.10. Öğrencilerin Covid-19 Pandemi Sürecinde Oyun Videosu İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bulgular. Covid-19 küresel boyutta etkili olan ve bulaşın giderek arttığı bir pandemidir (Guan, Ni, Hu, Liang, Ou, He, 2020; Ludvigsson, 2020). Bu süreçte evlere kapanan tüm aile üyelerinin dijital mecralara yöneldiği bilinmektedir (Keleşoğlu ve Karduz, 2020). Oyun videoları açısından durumun tespiti için “Covid-19 pandemi sürecinde oyun videosu izleme alışkanlıklarınız nasıl değişti?” sorusu öğrencilere yöneltilmiş ve çoğunluğu pandemi sürecinde oyun videolarını izleme alışkanlıklarının arttığını (%54,5), ortalamanın üzerinde bir kısmı herhangi bir değişiklik olmadığını (%38,2) ve küçük bir kısmı da (%7,3) azaldığını belirtmişlerdir. Elde edilen bulgular alanyazındaki birçok çalışma ile benzerlik göstermektedir (Jaeger, Zarb & David, 2020; StreamHacthet, 2020; Cohen, 2020; May, 2020; Daniele & Hslop, 2020; Clement, 2021).

4.2.1.11. Öğrencilerin İzledikleri Oyun Videolarının İçeriğinden, Yapılan Sohbetlerden, Oynanan Oyundan, Yayıncının Kimliğinden Vb. Ebeveynlerinin Bilgisine Yönelik Bulgular. “İzlediğiniz oyun videolarının içeriğinden, yapılan sohbetlerden, oynanan oyundan, yayıncının kimliğinden vb. ebeveynlerinizin bilgisi var mı?” sorusuna öğrencilerin çoğunluğu ebeveynlerinin bu yayınların içerikleri hakkında bilgi sahibi olmadığını (%35,9), ortalamaya yakın bir kısmının yayın içeriklerden kısmen haberdar olduğunu (%32,5) ve yine ortalamaya yakın bir kısmının da yayın içeriklerinden haberdar olduğunu (%31,6) belirtmişlerdir.

Elde edilen bulgu “çocuklarının sosyal medyada ne yaptıkları ile ilgili ebeveyn farkındalığı” hakkında araştırma yapan Saltuk ve Erciyes’in (2020) sonuçları ile benzerlik göstermekte, aynı şekilde Akbaş ve Dursun’un (2020) araştırmalarında da ebeveynlerin büyük çoğunluğunun dijital okuryazar olmamakla birlikte, içerikler hakkında bilgi sahibi olmadığını göstermektedir. Söğüt’ün (2020) araştırmasında ise elde edilen bulgudan farklı olarak ebeveynlerin dijital oyunlar ve türevlerindeki içeriklerden ve şiddet unsurlarından haberleri olduğu bulunmuştur.

4.2.1.12. Oyun Videolarının, Öğrencilerin Dil Deformasyonlarına Yönelik Bulgular. “Arkadaşlarınız arasında yaptığınız şakalarda veya sohbetlerde kullandığınız kelimelerin, büyükleriniz tarafından (Öğretmen, anne, baba, dede vb.) bilinmediği oluyor mu?” sorusuna öğrencilerin çoğunluğu (%38,4) arkadaşları arasındaki iletişimde kullandıkları kelimelerin bazen büyükler tarafından bilinmediğini, ortalamaya yakın bir kısmı (%32,4) bu kelimelerin büyükler tarafından bilinmediğini ve grup içinde ortalamaya uzak bir kısmı da (%29,2) büyüklerin bu kelimeleri bildiğini belirtmiştir.

Elde edilen bulgu nitel araştırma bulguları ve Karahisar’ın (2013) Z kuşağı bireyler ile yaptığı araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Karahisar’a (2013) göre Z kuşağının internet ve sosyal medyada zaman geçirmelerine bağlı olarak dil kullanımlarında, özellikle yazma dili kullanımlarında bozulmaların yaşandığı sonucu bulunmuştur. Ertuğrul ve Keskin’in (2012) yaptığı çalışmada çok fazla internet ve sosyal medyada vakit geçiren öğrencilerin sosyal yaşamlarında iletişim problemleri yaşadığı, benzer şekilde Ulaş ve Sevim’in (2010) çalışmasında da gençlerin sosyal ağların kullanımına bağlı olarak Türkçe dil yozlaşmalarının ciddi seviyelere ulaştığı tespit edilmiştir.

4.2.1.13. Öğrencilerin Oyun Videolarında Maruz Kaldığı Şiddet Unsurlarını Sosyal İlişkilerine Yansıtma ve Yansıtma Yönelik Bulgular. “Oyun videolarında öğrendiğiniz olumsuz davranışları (argo, küfür vb.) arkadaşlarınız arasında kullanıyor musunuz?” sorusuna öğrencilerin çoğunluğu oyun videolarından öğrendikleri olumsuz davranışları arkadaşları arasında kullanmadığını (49,7), ortalamanın altında bir kısım bu davranışları kullandığını (%22,6) ve bazen kullandığını (%27,7) belirtmiştir.

Elde edilen bulgu nitel araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Baykul’a (2019) göre izleyicilerin büyük bir çoğunluğu (%62) yayıncıyı rol model almadıklarını ancak hayranlık duyduklarını (%38), Beker ve Kavşut (2007) ise bireylerin birbirlerini etkilediklerini belirtmiştir.

4.2.1.14. Oyun Videolarında Öğrencileri Rahatsız Eden Unsurlara Yönelik

Bulgular. “Oyun videolarında sizi rahatsız eden unsurlar var mı? Özellikle rahatsız eden bir unsur varsa noktalı kısma yazınız.” Sorusuna öğrencilerin büyük bir çoğunluğu rahatsız olmadıklarını (%66,3), ortalamanın altında bir kısım bazen rahatsız olduklarını (%19,8) ve küçük bir kısım da (%9,4) rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Özellikle rahatsız eden bir unsurun olup olmadığı ile ilgili açık uçlu soruya öğrenciler yayın esnasındaki oyundan, yayıncı ve izleyici kaynaklı aşırı veya sürekli küfürden, argodan, hakaretten, cinsiyetçilikten, cinsel şakalardan, alay ve aşağılamalardan, yayıncıların gereksiz yere verdiği yüksek sesli tepkilerden, yayıncı kaynaklı sürekli abonelik, bağış ve beğeni alma isteklerinden ve yayıncıların uğradığı taciz veya ifşalarından rahatsız olduklarını belirtmişlerdir.

Elde edilen bulgu nitel araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Baykul’un (2019) bulgularına göre de yayını şekillendirenler izleyicilerdir. Bu sebeple yayın içeriğinden rahatsız olmadıkları sonucunun çıkması manidardır.

4.2.1.15. Öğrencilerin Cinsiyetleri ile Oyun Videolarını İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular. Öğrencilerin cinsiyetleri ile oyun videolarını izleme alışkanlıkları arasındaki farklılığa ilişkin ki-kare uyum testi uygulanmıştır. Test sonuçları tablo 32’de gösterilmiştir.

Tablo 32

Öğrencilerin Cinsiyetleri ile Oyun Videolarını İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Testi Tablosu

Cinsiyet	Sosyal medya platformlarında yayınlanan oyun videolarını izler misiniz?			X ²	Sd	p
	Evet	Hayır	Fikrim yok			
Kız						
f	230	592	109			
%	24,7%	63,6%	11,7%			
izleme durumu	35,8%	74,0%	71,7%	225,900	2	,000
Erkek						
f	412	208	43			
%	62,1%	31,4%	6,5%			
izleme durumu	64,2%	26,0%	28,3%			

Tablo 32’de görüldüğü üzere öğrencilerin cinsiyetleri ile sosyal medya platformlarında yayınlanan oyun videolarını izleme alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan ki-kare uyum testi sonucunda, öğrencilerin cinsiyetleri ile

sosyal medya platformlarında yayınlanan oyun videolarını izleme alışkanlıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ($p<0,05$). Kız öğrencilere bakıldığında büyük çoğunluğunun oyun videolarını izlemedikleri (%63,6) ve bir kısmının konu hakkında bilgisi olmadığı (%11,7) görülmektedir. Erkek öğrencilere bakıldığında ise büyük çoğunluğunun oyun videolarını izledikleri (%62,1) ve bir kısmının konu hakkında bilgisi olmadığı (%6,5) görülmektedir. Kız ve erkek öğrenciler arasındaki duruma bakıldığında, erkek öğrencilerin oyun videolarını izleme davranışlarının (%64,2) kız öğrencilerden (%35,8) anlamlı olarak daha fazla olduğu söylenebilir.

Bu bulgu GlobalWebIndex (2019), Baykul (2019), Üngören (2020), OC&C (2020), Mediakix (t.y.), Influencer Marketing Hub (2020) ve ComScore'un (aktaran Iqbal, 2020) araştırma sonuçlarına göre oyun videolarını izleme davranışlarında erkek izleyiciler lehine anlamlı fark olduğu belirtilmekte ve araştırma bulgusuyla benzerlik göstermekteyken; Biçer ve Şener (2020) ve Üngören'nin (2020) bulguları ile farklılık göstermektedir. Biçer ve Şener (2020) ve Üngören'e (2020) göre oyun videolarını izleme davranışları ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark yoktur.

4.2.1.16. Öğrenim Gördükleri Okul Türü ile Oyun Videoları İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular. Öğrencilerin öğrenim gördükleri okul türü ile sosyal medyada platformlarında yayınlanan oyun videolarını izleme davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla ki-kare uyum testi yapılmış ve test sonuçları tablo 33'te gösterilmiştir.

Tablo 33

Öğrenim Gördükleri Okul Türü ile Sosyal Medyada Platformlarında Yayınlanan Oyun Videolarını İzleme Davranışları Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Testi Tablosu

Okul türü	Sosyal medya platformlarında yayınlanan oyun videolarını izler misiniz?			X ²	Sd	p
	Evet	Hayır	Fikrim yok			
Anadolu Lisesi						
f	446	436	88			
%	46%	44,9%	9,1%			
İzleme durumu	69,5%	54,5%	57,9%			
İmam Hatip Lisesi				58,469	12	,000
f	54	127	15			
%	27,6%	64,8%	7,7%			
İzleme durumu	8,4%	15,9%	9,9%			
Mesleki ve Teknik Lise						

Tablo 33 (Devam)

f	91	168	37
%	30,7%	56,8%	12,5%
İzleme durumu	14,2%	21%	24,3%
Spor Lisesi			
f	11	18	5
%	32,4%	52,9%	14,7%
İzleme durumu	1,7%	2,3%	3,3%
Fen Lisesi			
f	16	9	1
%	61,5%	34,6%	3,8%
İzleme durumu	2,5%	1,1%	0,7%
Sosyal Bilimler Lisesi			
f	20	39	3
%	32,3%	62,9%	4,8%
İzleme durumu	3,1%	4,9%	2%
Diğer Lise Türleri			
f	4	3	3
%	40%	30%	30%
İzleme durumu	0,6%	0,4%	2%

Tablo 33'te görüldüğü üzere öğrencilerin öğrenim gördüğü okul türü ile oyun videolarını izleme davranışları arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Anadolu liseleri, fen liseleri ve diğer liselerde öğrenim görmekte olan öğrencilerin çoğunluğunun oyun videolarını izlediği, ortalamanın üzerinde bir kısmının izlemediği ve bir kısmının da konu hakkında bilgi sahibi olmadığı bulunmuştur. Diğer taraftan imam hatip liseleri, mesleki ve teknik lise, spor liseleri ve sosyal bilimler liselerinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin büyük çoğunluğunun oyun videolarını izlemediği, ortalamanın üzerinde bir kısmının (imam hatip lisesi öğrencileri hariç-%27,6) izlediği ve bir kısmının da konu hakkında bilgi sahibi olmadığını görülmüştür.

Okul türleri arasında izlenme oranlarına göre sıralandığında en çok anadolu liselerinde öğrenim gören öğrencilerin oyun videolarını izlediği (%69,5), ardından mesleki ve teknik liselerinde okuyan öğrencilerin izlediği (%14,2), sonrasında sıralamanın imam hatip liselerinde (%8,4), sosyal bilimler liselerinde (%3,1), fen liselerinde (%2,5) ve spor liselerinde (%1,7) okuyan öğrenciler yönünde olduğu görülmektedir.

4.2.1.17. Öğrenim Gördükleri Kademe ile Oyun Videoları İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular. Öğrenim gördükleri kademe ile oyun videoları izleme alışkanlıkları arasındaki farklılığı tespit etme amacıyla ki-kare uyum testi yapılmış ve sonuçları tablo 34’te gösterilmiştir.

Tablo 34

Öğrenim Gördükleri Kademe ile Oyun Videoları İzleme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Testi Tablosu

Öğrenim gördüğü kademe	Sosyal medya platformlarında yayınlanan oyun videolarını izler misiniz?			X ²	Sd	p
	Evet	Hayır	Fikrim yok			
9.Sınıf						
f	191	250	49			
&	39%	51%	10%			
İzleme durumu	29,8%	31,3%	32,2%			
10.Sınıf						
f	170	172	49			
&	43,5%	44%	12,5%			
İzleme durumu	26,5%	21,5%	32,2%	16,052	6	,013
11.Sınıf						
f	187	270	43			
&	37,4%	54%	8,6%			
İzleme durumu	29,1%	33,8%	28,3%			
12.Sınıf						
f	94	108	11			
&	44,1%	50,7%	5,2%			
İzleme durumu	14,6%	13,5%	7,2%			

Tablo 34’e göre öğrenim gördükleri kademe ile oyun videoları izleme alışkanlıkları arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel anlamda farklılık olduğu bulunmuştur. Bakıldığında tüm kademelerde öğrencilerinin çoğunluğunun oyun videolarını izlemedikleri, ortalamanın üzerinde bir kısmının oyun videolarını izlediği ve ortalamanın altında bir kısmın da konu hakkında bilgisi olmadığı görülmektedir.

Kademeler arasında bir değerlendirme yapıldığında, oyun videolarını en çok izleyenlerin 9.sınıf öğrencileri olduğu (%29,8), ardından sıralamanın 11.sınıf öğrencileri (%29,1), 10.sınıf öğrencileri (%26,5) ve son olarak 12.sınıf öğrencileri (%14,6) olduğu görülmüştür.

4.2.1.18. Öğrencilerin Kriminal Zaman Diliminde (03:00-05:00) Yayımlanan Oyun Videolarını İzleme Durumlarına, Bu Yayınları İzlemelerinin Özel Sebeplerine, Bu Yayınları İzlediklerinden ve Yayın İçeriklerinden Ebeveynlerinin Haberdar Olma Durumlarına Yönelik Bulgular. Araştırmada elde edilen bulgulara göre kriminal zaman diliminde (03:00-05:00) yayınlanan oyun videolarını öğrencilerin çoğunluğunun izlemediği (%52,3), izleyenler (%22,8) ile bazen izleyenlerin (%24,9) ise ortalamanın altında olduğu görülmüştür.

Bu yayınları izleyenlerin izleme sebebi olarak büyük bir çoğunluğu özellikle bir nedenden ötürü izlemediklerini (%86,7) belirtmişlerdir. Ancak izleme nedeni olarak belirtilen nedenler arasında yayıncıların yayınlarda küfür, argo ve lanet okuma gibi konularda daha rahat davrandıkları (%8,4), yayıncının yayında alkol, sigara ve uyuşturucu gibi unsurları kullanmasının izleyiciye daha doğal geldiği (%4,5), kıyafet çıkarma, erotik giyinme ve ifşacılık gibi erotik unsurların yer aldığı (%4,2) gibi önemli bulgular elde edilmiştir.

Öğrencilerin %32'si gece yarısı yayınlanan bu videoların içeriklerinden ebeveynlerinin haberdar olmadığını, %26'sı kısmen haberdar olduklarını ve %41,9'u da haberlerinin olduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin gece yarısı yayınlanan bu videoları izlediklerinden %58,8'nin ebeveynleri haberdar iken, %24,7'si bazen haberdar olmakta ve %16,6'sının ise haberi olmamaktadır.

4.2.2. Şiddet Eğilim Ölçeğinden Elde edilen Bulgular. Şiddet Eğilim Ölçeğinden elde edilen bulgular bu bölümde ayrı başlıklar altında sunulmuştur.

4.2.2.1.Oyun Videolarını İzleme Davranışları ile Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular. Oyun videolarını izleme davranışları ile şiddet eğilim puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığına ilişkin tek faktörlü varyans analizi tekniği (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA için öncelikle varyansların homojenliği kontrol edilmiş ve varyansların homojenliği Levene testi için anlamlılık düzeyini ($p<0,05$) karşılamadığı için Welch ve Brown-Forsythe testlerine bakılmış ve ($p<0,01$) varyansların homojenliği kuralı sağlanmıştır.

Tablo 35

Oyun Videolarını İzleme Davranışları ile Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki Farka İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup	N	$\bar{X}$	Sd	F	p	Post-Hoc
Şiddet	Evet	642	33,54				
Eğilim	Hayır	800	30,70	3	3,350	,019*	Evet > Hayır
Puanı	Fikrim	152	30,51				Evet > Fikrim Yok
	Yok						

*p<0,05

Oyun videosu izleme davranışı ile şiddet eğilim puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla uygulanan ANOVA sonuçları Tablo 35’te verilmiştir. Tablo 35’e göre oyun videolarını izleme davranışları ile şiddet eğilim puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığına ilişkin sonuçlara göre ($p<0,05$) oyun videolarını izleme davranışları ile şiddet eğilim puanları arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için post-hoc tukey tekniği uygulanmıştır.

Tukey sonuçlarına göre oyun videolarını izleyenler ($\bar{X}=33,54$) ile izlemeyenler ($\bar{X}=30,70$) ve konu hakkında fikri olmayanlar ($\bar{X}=30,51$) arasında, izleyenler lehine ($p<0,05$) düzeyinde anlamlı bir fark bulunmuştur. Başka bir ifade ile oyun videosu izleyenlerin şiddet eğilim puanları, izlemeyenler ile konu hakkında fikri olmayanlardan anlamlı biçimde farklıdır.

Elde edilen bulgu alanyazındaki görsel medya ile şiddet arasında doğru orantılı anlamlı bir fark bulan bir çok çalışma ile benzerlik göstermektedir (Açar, 2016; Anderson & Bushman, 2002; Arabacı ve Karadağlı, 2006; Aydın ve Aydın, 1993; Başbakkal ve Baysan, 2004; Black & Newman, 1995; Bebiş, Coşkun ve Açık, 2014; Özdoğan, 1997; Yörükoğlu, 1998; Browne & Hamilton, 2005; Dolu, Büker ve Uludağ, 2010; Ekşi ve Yaman, 2010; Erdemoğlu, 2011; Erdoğan, Ekşi ve Tektaş, 2012; Kubar, 2019; Polat ve Sohbət, 2020; Taylan, 2011). Bu bilgiler ışığında Gerbner’in ekme kuramı (Bak vd., 2020) ve Bandura’nın (1997) sosyal öğrenme kuramı ile Baykul’un (2019) gençlik kültürünün büyük bir kısmının (%73) oyun videolarından etkilendiği bulgusu desteklenmektedir.

4.2.2.2.Oyun Videosu İzleyenlerde, Öğrenim Gördükleri Kademe ile Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular. Oyun videosu izleyenlerde, öğrenim gördükleri kademe ile şiddet eğilim puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla uygulanan ANOVA sonuçları Tablo 36’da verilmiştir.

Tablo 36

Oyun Videosu İzleyenlerde, Öğrenim Gördükleri Kademe ile Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki Farklılığa İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup	N	$\bar{X}$	Sd	F	p	Post-Hoc
Şiddet Eğilim Puanı	9.Sınıf	191	32,303				
	10.Sınıf	170	33,911	3	3,350	,019*	12.Sınıf > 9.Sınıf
	11.Sınıf	187	33,791				
	12.Sınıf	94	34,861				

*p<0,05

Tablo 36’ya göre oyun videolarını izleyenlerde, öğrenim gördükleri kademe ile şiddet eğilim puanları arasında ($p<0,05$) düzeyinde anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için post-hoc tukey tekniği uygulanmış ve öğrenim gördükleri kademe ile şiddet eğilim puanları 9.sınıflar ($\bar{X}=32,303$) ile 12.sınıflar ($\bar{X}=34,861$) arasında, 12.sınıfların lehine ($p<0,05$) düzeyinde anlamlı bir fark bulunmuştur. Diğer bir ifade ile 12.sınıfta öğrenim görmekte olan ve oyun videolarını izleyen öğrencilerin şiddet eğilimleri 9.sınıfta öğrenim görmekte olan ve oyun videolarını izleyen öğrencilerden fazladır.

4.2.2.3. Oyun Videoları İzlemeye Ayrılan Süre ile Öğrencilerin Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular. Oyun videolarını izleyen öğrencilerde, videoları izlemeye ayrılan süre ile öğrencilerin şiddet eğilim puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla uygulanan ANOVA sonuçları Tablo 37’de verilmiştir.

Tablo 37

Oyun Videolarını İzlemeye Ayrılan Süre ile Öğrencilerin Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki Farklılığa İlişkin ANOVA Sonuçları

	Grup	N	$\bar{X}$	Sd	F	p	Post-Hoc
Şiddet Eğilim Puanı	1 saatten az	279	32,849	5	3,121	,009*	saatten fazla>1 saatten az
	1-2 saat	179	33,240				
	2-3 saat	100	34,270				
	3-4 saat	32	34,281				5 saatten fazla>1-2 saat
	4-5 saat	16	34,125				
	5 saatten fazla	36	37,388				

*p<0,05

Tablo 37'ye göre oyun videolarını izleyen öğrencilerde, oyun videolarını izlemeye ayrılan süre ile öğrencilerin şiddet eğilim puanları arasında ($p<0,05$) düzeyinde anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için post-hoc tukey tekniği uygulanmış ve oyun videolarını izlemeye ayrılan süre ile öğrencilerin şiddet eğilim puanları 5 saatten fazla izleyenler ($\bar{X}=37,388$) ile 1 saatten az ($\bar{X}=32,849$) ve 1-2 saat izleyenler ($\bar{X}=33,240$) arasında, 5 saatten fazla izleyenler lehine ($p<0,05$) düzeyinde anlamlı bir fark bulunmuştur. Başka bir ifadeyle 5 saatten fazla oyun videolarını izleyenlerin şiddet eğilimleri 1 saatten az ve 1-2 saat arasında izleyenlerden fazladır.

4.2.2.4. Kriminal Zaman Diliminde Yayınlanan Oyun Videolarını İzleyenler ile İzlemeyenlerin Şiddet Eğilim Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular. Kriminal zaman diliminde yayınlanan oyun videolarını izleyen öğrenciler ile izlemeyen veya bazen izleyen öğrencilerin şiddet eğilim puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla uygulanan ANOVA sonuçları tablo 38'de sunulmuştur.

Tablo 38

Kriminal zaman diliminde yayınlanan oyun videolarının izlenme durumu ile şiddet eğilim puanları arasındaki farka ilişkin ANOVA sonuçları

	Grup	N	$\bar{X}$	Sd	F	p	Post-Hoc
Şiddet Eğilim Puanı	Evet	145	36,434	2	17,244	,000*	Evet > Hayır Evet > Bazen
	Hayır	338	32,473				
	Bazen	159	33,157				

*p<0,05

Tablo 38'e göre kriminal zaman diliminde yayınlanan oyun videolarını izleme davranışları ile şiddet eğilim puanları arasında ($p<0,05$) düzeyinde anlamlı bir fark

bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için post-hoc tukey tekniği uygulanmış, kriminal zaman diliminde oyun videolarını izleyenler ($\bar{X}=36,434$) ile izlemeyenler ($\bar{X}=32,473$) ve bazen izleyenler ($\bar{X}=33,157$) arasında izleyenler lehine ($p<0,05$) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Başka bir ifade ile kriminal zaman diliminde oyun videolarını izleyen öğrencilerin şiddet eğilimleri, izlemeyenler ile bazen izleyenlerden yüksektir.

4.3. Araştırmaya Yönelik Katılımcı Öğrencilerin Görüşleri

Araştırmada “Verdiğiniz cevaplar için teşekkür ederim. Ankette yer almayan ancak oyun videoları hakkında bilinmesi gereken başka hususlar varsa lütfen aşağıya yazınız.” bölümüne 165 yorum yapılmıştır.

Yapılan yorumlardan önemli olduğu düşünülenlere aşağıda yer verilmiştir:

Yorum 1: “Tv deki saçma sapan mafya, namus davası vb. diziler emin olun video oyunlarından daha çok zararlı, lütfen onlar için de bir şeyler yapın teşekkür ederim.”

Yorum 3:”Oyun videolarındaki cinselliği fazla abartmak yerine cinselliğin normalleştirilmesi ve tabu olarak görülmemesi gerekir”

Yorum 6:” Oyun videoları insanlara gerçek hayatı öğretir. İnsanlarda çoğu becerileri kazanmayı aşılar ben ingilizce yi oyunlardan öğrendim 11 yıllık okul sürecinde hiçbir şey öğrenemedim . Oyunlarda gerçek arkadaşlar edindim.”

Yorum 9:”oyun videoları bazıları oyunlar hakkında bilgi için bazıları montajlanıp bizi güldürmek için gerçekten emek verip 2-3 saat uğraşan kişilerde var bu kişiler gerçekten beni güldürüyo ve emeğinin karşılığını alıyo ama bazı kişiler bu amacı kötüye kullanıp küfürlerle güldürmeye çalışıyor bu beni bazen rahatsız ediyor.”

Yorum 12:”Derslerin veremediğini onlar veriyor”

Yorum 19:”Bilgisayar oyunlarının ve bu videoları izleyenlerin bazı ailelerin veremediği duyarlılığı ve eğitimi bu videoları izleyerek öğrendiği.”

Yorum 24:” hocam bunlar platformlarla alakalı değil yada siddet gösteren filmlerle siddet her yerde haberlerde sokaklarda bunun hiçbir alakası yok oyunlarla televizyondaki haberler gerçek siddet kaynağıdır tvlerdeki diziler ve siddet içerikli haberler kaldırılın o zaman oyunlar insanların rahatlamasını eğlenmesini arkadaş edinmesini sağlar siddet insanlık dürtüsüdür insanların içinde yatar yatmasa insanlar savaştırmaz insanlar siddeti sever ama bunun video oyunları yada yayıncıları ile hiçbir ilgisi yoktur yıllar boyunca kendinizi böyle kandırdınız suç internetin diye kimse dert

etmiyormu 3 yasındaki çocuğun eline telefon veren ebebeyini siddet içerikleri her zaman olacak olması bunlar normal tek yapılması gereken ailenin çocuğunu bunlardan uzak tutmasıdır bu içeriklerin kaldırılması değil.Umarım bunu okur ve bizi anlarsınız.”

Yorum 29:” Yayınlarda ırkçılık ve cinsiyetçilik görmek hoşuma gitmiyor.”

Yorum 33:” 1. Sınıta giden kardeşim oyun videolarını ezbere bilirken kitap okumakta zorlanıyor”

Yorum 36:” Şimdi gençlerinizin üzerinde ciddi baskılar var(aile,toplumsal,maddi ve manevi).Ve bunlardan biraz olsun uzaklaşmak bunları 10 dk bi kenara bırakıp benliğinden uzaklaşmak isteyen her insan müzik dinler oyun oynar ve oyun videosu izler.”

Yorum 39:” Oyun oynayan bir bireye , öğrenciye sadece ordan küfür, cinsellik ,öfke gibi davranışları kazandığını düşünmeyin aksine bazı asosyal insanların sosyalleşmesini dilinin bağının çözülmesine , yeteneklerini farketmesinede yarar...”

Yorum 48:” Eğer yenildiysem bunun sinirini kendime zarar vererek çıkartıyorum (duvara vurmak gibi)”

Yorum 49:”yayıncıların çoğu boş beleş insandır ama hakkıyla yapan saygı duyulması gerekenleride vardır.”

Yorum 53:” Bizlerden küçük kardeşlerimiz için bazen yarayışlı olmuyor, ve ister istemez bağımlılık yapabiliyor. Ben onların sağlığı için kaldırılmasını arz ederim.”

Yorum 54:” Küçük yaşta oyun oynayan genç arkadaşlarımızın oyun videolarında gördüklerini yaşıtlarına uygulaması ve bu davranışının olumlu bir davranış gibi algılaması dahada önemlisi argo içerikli sözler öğrenip bunu normal yaşantisinda kullanması”

Yorum 61:” dertlerimden kaçınmak için sıkıntıyı gidermek için kullanıyorum.”

Yorum 64:”Sadece kendi düşüncem ama bir insan eğer aşırı derecede oyun oynayıp izliyorsa fikirlerine saygı duyulmuyordur , baskı altındadır (sürekli birinci olmak en iyi olmak gibi bir beklenti) baskı altında eğlenemediğinden ve arkadaş ortamı olmadığından bu eğlenceyi ve arkadaşlığı online oyunlardan karşılamaya çalışır ve git gide bu oyunlardaki karakterleri kendinde karşılamaya çalıştığı için öfke kontrolü sorunu ortaya çıkabileceğini düşünüyorum.”

Yorum 85:”Bence bazı durumlarda çok kötü sonuçlara malolabilir. Devlet birazda bu konuya yönelmeli”

Yorum 87:” küçük çocukların oyun videosu izlemelerini ebeveyn kontrolü altında yapılmasını düşünüyorum”

Yorum 95:” Genelinde küfür içeriği olduğu için bence hiçbir küçük çocuk buna alıştırılmamalı çocuğunuz sakinleşmek için açtığınız bu videolar karakter açısından iyi değil”

Yorum 105:” Oyun oynamamız ve oyun videoları izlememizdeki amaç herhangi bir şey olabilir ama bizim için en önemlisi oyun oynarken dertlerimizden ve sıkıntılarımızdan uzaklaşıyo olmamızdır.”

Yorum 117:” Oyun videolarındaki içerikleri kişinin gerçek hayatta taklit etmesi veya kullanması.”

Yorum 119:” Bence oyun videoları çocukları etkiliyor ama o kadar korkacak bir durum değil. Ve genelde ailemle vakit geçirmek isterim ama ailem her zaman kavga ediyor vakit geçirirken. O nedenle bende arkadaşlarımla vakit geçirmek istiyorum ve neredeyse tüm arkadaşlarım orda ve günlük yaşamımdaki arkadaşlarımdan daha iyiler.”

Yorum 120:” İnsanları rahat bırakın. Zaten karantinada sıkılmışız yapacak hiçbirseyimiz yok. Oyun oynamak oyun videosu izlemek veya şiddet içerikli vs gibi şeyler izlemekten daha iyi bir fikriniz yoksa LÜTFEN BİZİ RAHAT BIRAKIN. Onuda elimizden alırsanız yapacak hiçbirseyimiz kalmaz. Zaten okul eve geldi, evde cıvılamıyoruz. Onları da elimizden alırsanız kafayı siyiririz. Hayır ne yapabilirizki başka bi salın yaa”

Yorum 126:” Sosyal medya üzerinden yayınlanan oyun videolarının genellikle savaş içerikli olması ve bu videoları çeken kişilerin argo kelimeler kullanmasının genç nesli oldukça kötü etkilediği kanaatindeyim.”

Yorum 148:” Hocam ben normalde oyun oynamaktaydım ancak cinsel içerikli yapılan şakalar yüzünden artık sadece video izliyorum gerçi oradada yapılmakta o nedenle bıraktım eskiden oynardım umarım verdiğim cevaplar birazda olsa yardımda bulunmuştur”

Yorum 151:” online yayınlarda oyunlarda oyunun silah,şiddet,kan barındırmasından ziyade oyun içinde insanların birbiriyle iletişimi insanları etkiler örneğin; 13 yasındaki bi çocuk ile 20 yasındaki bi genç aynı oyuna denk geldiklerinde normal hayatta yapmayacakları şeyleri burada birbirlerine yapabiliyorlar (küfür,hakaret vs) bu gençleri ve büyükleri fazla etkilemesede küçük çocukları çok fazla etkilediğini düşünüyorum ve bunun önüne geçilmesi gerekiyor”

Tablo 39.

Katılımcı Görüşlerine İlişkin Temalar

Kod	Kategori	f
Oyun videolarıma dokunma	Katılımcı Görüşleri	32
Şiddeti başka yerde ara		12
Oyun Videolarında farklı bir şiddet vardır		11
Şiddet kaynağı ebeveynlerdir		5

Yorumlara genel bir değerlendirme yapılacak olursa, öğrencilerin oyunlar ve oyun videoları konusunda karar vericilerin müdahil olmalarından şikayetçi oldukları görülmüştür. Yorumlara detaylı bir değerlendirme yapılmak istenirse, 165 yorumdan 32'sinde "oyun videolarıma dokunma!" minvalinde yorumların olduğu ve öğrencilerin karar vericilerin bu alana yaklaşmalarından rahatsız olduklarına, 12'sinde şiddetin bu alandan ziyade televizyon dizileri, filmlerde ve başka alanlarda aranması gerektiğine, 11'inde bu videoların farklı şiddet öğelerini barındırdığına ve 5'inde de şiddetin kaynağı olarak ebeveynlerin incelenmesi gerektiğine ilişkin yorumlara rastlanmıştır.

BÖLÜM 5

Sonuçlar ve Öneriler

Bu bölümde araştırmaya dair sonuçlar ve öneriler yer almaktadır. Araştırmanın sonuçları nitel ve nicel araştırma sonuçları şeklinde iki başlıkta, öneriler ise araştırmanın genelini kapsayacak şekilde verilmiştir.

Sonuçlar

Nitel Araştırma Sonuçları. Araştırmanın nitel boyutundan elde edilen sonuçlar aşağıda listelenmiştir.

- Odak grup görüşmelerinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun oyun videolarını izlediği, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha çok izlediği, bu videolara ulaşmak için sıklıkla cep telefonu kullandıkları ve en çok Twitch ile Youtube sosyal medya platformlarını kullandıkları görülmüştür.
- Oyun videolarını sıklıkla vakit geçirmek için izledikleri ve eğlence anlayışları sıralandığında ilk üçte yer aldığını söylemişlerdir. Görüşme sorularında yer almamasına rağmen ilave bilgi olarak öğrencilere ilk sırada hangi eğlence türü yer aldığı sorulmuş, dijital oyun oynamanın genellikle ilk sırada yer aldığı görülmüştür.
- Öğrenciler, oyun videolarında kendilerini rahatsız eden herhangi bir unsurun olmadığı görüşündedir. Ancak görüşmeler esnasında araştırmacı tarafından da tespit edilen bir durumun belirtilmesi gerekir. Mülakatlar esnasında öğrencilerin kullandıkları bir takım kelimelerin küfür veya argo olmasına rağmen rahatlıkla kullanıldığı ve öğrencilerin farkında olmadıkları tespit edilmiştir. Mülakat sonlandırıldığında kendilerine bu kelimelerin küfür veya argo olduğu hatırlatılmış ancak öğrenciler bu kelimelerin artık küfür veya argo değil günlük konuşma dili olduğu konusunda ısrarcı olmuşlardır.
- Öğrencilerin genellikle şiddet içerikli oyunları oynadıkları ve bu oyunlara ilişkin oyun videolarını izledikleri görülmüştür. Bu doğrultuda en çok ifade edilen oyunlar “LoL”, “Valorant”, “Cs:Go”, “Fortnite”, “PubG” ve “GTA V” olmuştur.
- Öğrencilerin oyun videolarını izlemek için günlük harcadıkları zamanın yarım saat ile 2 saat arasında olduğu ve genellikle akşam-gece zaman dilimlerinde

izledikleri, ayrıca büyük bir kısmının gece yarısı (kriminal zaman) yayınlarını izlediği ve gece yarısı izlenen yayınlardan ebeveynlerinin kısmen haberdar olduğu, ancak yayın içeriklerini bilmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

- Odak grup görüşmelerine ait sorular içerisinde yer almamasına rağmen, öğrencilerin büyük bir çoğunluğu arkadaşlarının oyun videolarındaki yayıncılardan etkilendiğini, okul içerisinde istenmeyen davranışlar sergilediklerini ve olumsuz iletişim şekli geliştiğini belirtmişlerdir. Ayrıca öğrenciler, oyun yayıncılığını gelecek için ekonomik bir kaynak olarak tasvir etmişlerdir.
- Odak grup görüşmelerinden elde edilen bulgulardan yola çıkarak en çok izlediklerini belirttikleri yayıncıların oyun videolarına video içerik analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre en çok sözel şiddet unsurlarına rastlanmıştır. Bu doğrultuda yayınlarda en çok küfür ve argo ile tütün ürünleri kullanımı ve kaba cinsel şakaların yapıldığı görülürken; nefret, ateşli ve delici silah kullanımı, işkence, ifşacılık, röntgencilik, kıyafet çıkarma, takipçi olmaya zorlama, maddi bağış talep etme ve uyuşturucu tüketmek başlıklı şiddet unsurlarına rastlanmamıştır. Yayıncı açısından değerlendirildiğinde şiddet unsurlarının en yaygın kullanımı yayıncı_W_E kod isimli erkek yayıncıya aitken, en az kullanım yayıncı_K_K kod isimli kadın yayıncıya ait yayınlardadır. Bu noktada içerik analizi yapılan yayınların belirli bir izlenme sayısı üzerinde yer alan yayınlardan rastgele seçildiği ve sonuçların yayıncıların tüm yayınlarına genellenmemesi gerektiği bilinmelidir. Yayınlarda kullanılan müzik türüne bakıldığında genellikle türkçe-yabancı pop, türkçe-yabancı rap, metal ve rock müzik tarzlarında hareketli müzik türlerinin seçildiği görülmüştür.

Nicel Araştırma Sonuçları. Araştırmanın nicel sonuçlarına bakıldığında oyun videolarının ortaöğretim öğrencilerinin okul içi şiddete yönelik davranışlarına etkileri anketinden elde edilen verilere göre öğrencilerin oyun videolarını sıklıkla cep telefonlarından günlük ortalama 1 saatin altında izledikleri ve genellikle belirli bir zaman dilimini tercih etmedikleri, oyun videolarının eğlence anlayışlarında ilk sıralarda yer almadığı ve daha çok vakit geçirmek için izledikleri, bu yayınları izlemek için Youtube ve Twitch yayın platformlarını kullandıkları ve yayın türü konusunda belirli bir tercihlerinin olmadığı, izledikleri oyunlar ile oynadıkları oyunlar arasında olumlu yönde pozitif bir ilişki olduğu, covid-19 pandemisinde oyun videolarını daha çok izledikleri, oyun videolarının içerikleri konusunda ebeveynlerinin yeterli bilgiye sahip olmadıkları, anadil deformasyonunun arttığı, okul içerisinde yaşanan olumsuz iletişim şekillerinin yayıncılar rol model alınarak arttığı, oyun videolarında öğrenilen şiddetin okul ortamına yansıdığı ve yayınlardaki şiddet unsurlarından öğrencilerin rahatsız olmadıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anket ve ŞEÖ'den elde edilen verilerin birlikte analizi sonrasında oyun videolarını,

- izleyen öğrencilerin, izlemeyenler ve konu hakkında fikri olmayanlara göre şiddet eğilim puanlarının yüksek çıktığı,
- daha çok erkek öğrencilerin izlediği,
- daha çok anadolu lisesi ile mesleki ve teknik lise öğrencilerinin izlediği,
- daha çok 9. ve 11. sınıfta öğrenim gören öğrencilerin izlediği,
- izleyen öğrencilerden öğrenim gördükleri kademe ile şiddet eğilim puanları arasında sadece 9. ve 12.sınıf öğrencileri arasında anlamlı bir fark olup 12.sınıfların şiddet eğilim puanlarının 9.sınıflardan yüksek çıktığı,
- 5 saatten fazla izleyenlerin şiddet eğilimlerinin 1 saatten az ve 1-2 saat arasında izleyenlerden fazla olduğu,
- Öğrencilerin gece yarısı (kriminal zaman dilimi) izlemedikleri; izleyenlerin ise özel bir nedenden ötürü izlemedikleri,
- gece yarısı yayınlarını izleyenlerde, ebeveynlerinin yayını izlediğini bildikleri ancak yayınların içeriklerinden haberdar olmadıkları,
- gece yarısı izleyenlerin şiddet eğilimlerinin izlemeyenlerden veya bazen izleyenlerden yüksek çıktığı,

sonuçlarına ulaşılmıştır.

Öneriler

- Tarım ve Senemoğlu'na (2020) göre zaman ilerledikçe ve var olan teknoloji gelişimini sürdürdüğü müddetçe bireylerin ihtiyaçları değişmekte, bireylerin çağa ayak uydurmaları ve bu yönde bilgi ve becerileri kazanmaları gerekmektedir. Dolayısıyla bireylerin aldıkları eğitimde yer alan öğretim programlarının da gelişmelere paralel bir şekilde güncellenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda ilköğretim ve ortaöğretimde yer alan bilişim teknolojileri alanında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yazılmış kitapların tümü incelenmiş ve konu ile alakalı herhangi bir kazanıma yer verilmediği görülmüştür. Zaman kaybetmeksizin oyun videoları ve şiddet içerikleri hakkında gerekli kazanımların hazırlanıp öğretim programlarında yer alması ve gelecek nesillerin bu kazanımları edinmesi sağlanmalıdır.
- Araştırma sonuçlarında da görüldüğü üzere öğrenciler oyun videolarını sıkıldıkları zaman, vakit geçirmek için günlük ortalama 1 saat izlemektedir. Özellikle covid-19 pandemi sürecinde bu yayınların izlenme oranlarında artış yaşandığı bilinmektedir. Bu noktada ebeveynler, öğrencilerinin boş zamanları için faaliyetler planlayabilir ve boş zamanı aktif faaliyetler ile doldurabilir. Planlanan aktif faaliyetler aynı zamanda öğrencilerin cep telefonu kullanım sürelerini azaltmalarına da yardımcı olacaktır. Nitekim oyun videolarının en fazla cep telefonlarından izlendiği araştırma sonuçlarına yansımıştır. Bu konuda ailelere çocuklarının yaşına ve gelişim durumlarına göre hangi teknolojik cihazı nasıl ve ne kadar zaman kullanması gerektiği ile ilgili bilgilendirme çalışmaları yapılabilir.
- Oyun videolarında yer alan şiddet unsurları araştırma boyunca bir çok açıdan incelenmiş ve şiddet unsurlarının bir çoğuna sahip oldukları görülmüştür. Özellikle bazı yayıncıların, sıklıkla sözel şiddet unsurlarını, yayınlarında bilerek ve isteyerek sıkça kullandıkları görülmüştür. Hatta bir yayıncının yayın esnasında “*bu kanal küfür kanalıdır*” şeklinde beyanları olduğu bilinmektedir. Buna rağmen öğrenciler oyun videolarındaki şiddet unsurlarından rahatsız olmadıklarını dile getirmişlerdir. Ayrıca sözel şiddet unsurlarının bir çoğu öğrenciler arasında günlük konuşma dili olarak görülmektedir. Bu noktada toplumsal değerlerimiz gözden geçirilebilir ve değerlerimiz ile ilgili toplumsal bir eğitim planlaması yapılabilir. Örneğin, eğitim sistemindeki mevcut müfredatta değerler eğitimi adı altında kazanımlar mevcuttur. Bu kazanımların genişletilmesi ve değerler eğitimi

konusunda yalnızca öğrencilerin değil tüm eğitim paydaşlarının (öğrenci, öğretmen ve veli) gerekli eğitimi alması sağlanabilir.

- Oyun videolarını izleyen öğrencilerin çok çeşitli yayıncıları izledikleri araştırma sonuçlarına yansımıştır. Bu noktada ebeveynlerin, öğrencilerin hangi yayıncıları izlediği konusunda bilgi sahibi olmaları önemlidir. Nitekim bazı yayıncıların, özellikle sözel şiddet unsurlarını, yayınlarında bilerek ve isteyerek sıkça kullandıkları görülmüştür. Hatta bir yayıncının yayın esnasında “*bu kanal küfür kanalıdır*” şeklinde beyanları olduğu bilinmektedir. Araştırma kapsamında öğrencilerin gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilecek türlü şiddet unsurlarına rastlanmıştır. Ebeveynler bu yayınları izleme konusunda saat sınırlaması gibi önlemler alabilir. Evlerde bu yayınların ortak kullanım alanlarında izlenmesi sağlanabilirken; okullarda ebeveynleri ve öğrencileri bu konuda bilgilendirecek farkındalık çalışmaları yapılabilir. Ayrıca sağlıklı hayat merkezleri farkındalık yaratmak için aileler ile işbirliği yapılabilir.
- Araştırma sonuçlarında oyun videolarını izleyen öğrencilerin büyük çoğunluğunun gece yarısı (kriminal zaman) yayınlarını izledikleri görülmüştür. Gece yarısı yayınlarının uykusuzluğa bağlı problemlere ve kriminal durumların yaşanmasına sebep olduğu söylenebilir (“Ailelere 'Kriminal Zaman Dilimi' Uyarısı: Gece Sosyal Medya Gönderisine Dikkat”, 2019). Öğrencilerin bu yayınların olumsuz etkilerinden korunması için ilgilerini başka alanlara kaydırarak uzak tutulması veya kontrollü bir şekilde izlenmesine izin verilmesi gerekir. Ayrıca ebeveynlerin bu yayınların izlendiği ve içerikleri hakkında bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Bu doğrultuda ebeveynlere yönelik farkındalık çalışmaları yapılabilir.
- Oyun videolarını izleyen öğrencilerin şiddet eğilimlerinin arttığı ve yayınlardaki olumsuz davranışları okul ortamına taşıdıkları araştırma sonucunda görülmüştür. Bunun yanında alanyazında öğrencilerin karşılaştıkları bir sorunda önce öğretmenine danıştığı ile alakalı bir çok çalışmanın olduğu bilinmektedir. Öncelikle öğretmenler başta olmak üzere tüm eğitim-öğretim paydaşlarına yönelik oyun videoları hakkında bilgilendirme ve farkındalık çalışmaları yapılabilir.

Bu araştırma kapsamına alınamayan ancak gelecek araştırmalara yön vermesi bakımından,

- Oyun videolarının akademik başarıya etkileri incelenebilir,
- Bu çalışmada oyun videolarındaki şiddet unsurlarına öğrenci gözü ile bakılmıştır. Ancak ebeveynler, öğretmenler ve okul idarecilerinin bu konudaki görüşlerine ilişkin araştırmalar da yapılabilir,
- Oyun videolarını izleyen öğrencilerin bir çoğunun gelecekte ekonomik gelir kaynağı olarak yayıncı olmak istedikleri araştırma sonuçlarına yansımıştır. Bu doğrultuda oyun videosu yayıncılarının görüşlerine ilişkin çalışmalar yapılabilir,
- Sosyolojik açıdan toplumsal şiddet ve anadil deformasyonunun kaynaklarında oyun videolarının etkisine yönelik araştırmalar yapılabilir.



Nitel Araştırma Sonuçları

- 1 Erkek Öğrenciler Daha Çok İzliyor
- 2 İzlemek İçin Daha Çok Cep Telefonu Kullanılıyor
- 3 İzlemek İçin Genellikle Twitch ve Youtube Kullanıyorlar
- 4 Oyun Videolarındaki Şiddet Unsurları Okula Yaşınıyor
- 5 Sıklıkla Vakit Geçirmek İçin İzliyorlar
- 6 Öğrenciler Oyun Videolarındaki Şiddetten Rahatsız Değil
- 7 Genellikle Şiddet İçerikli Oyunlar Oynuyor ve İzliyorlar
- 8 Günlük Ortalama Yarım Saat ile 2 Saat Arasında İzliyorlar
- 9 Kriminal Zaman Dilimindeki (03:00-05:00) Yayınları Bir Kısım İzliyor
- 10 Kriminal Zaman Dilimindeki Yayın İçeriklerinden Ebeveynlerin Bilgisi Yok veya Yetersizdir

Dünya Çapında Yayın Yapan 49 Yayın Platformu

Evrimsen Yeni Şiddetin Tüm Unsurlarını Barındırıyor



- 1 Erkek Öğrenciler Daha Çok İzliyor
- 2 İzlemek İçin Genellikle Cep Telefonu Kullanılmaktadır
- 3 Daha Çok Anadolu ve Meslek Lisesi Öğrencileri İzlemektedir
- 4 Daha Çok 9. ve 11. Sınıf Öğrencileri İzlemektedir
- 5 5 Saatten Fazla İzleyenlerin Şiddet Eğilimleri 1 Saatten Az İzleyenlerden Fazladır
- 6 İzleyen Öğrencilerin Şiddet Eğilimleri İzlemeyen Öğrencilerden yüksektir
- 7 İzleyenlerde, 12. Sınıf Öğrencilerinin Şiddet Eğilimleri 9. Sınıf Öğrencilerinden Fazladır.
- 8 Büyük Çoğunluğu Kriminal Zaman Dilimi Yayınlarını İzlememektedir
- 9 Kriminal Zaman Dilimi Yayınlarının İçerikleri Hakkında Ebeveynler Yeterli Bilgiye Sahip Değildir.
- 10 Kriminal Zaman Dilimindeki Yayınları İzleyenlerin Şiddet Eğilimleri Diğerlerine Göre Yüksek

Nitel Araştırma Sonuçları

*Veriler Gökhan KIZILUŞKOĞLU'nun "Oyun Videolarının Ortadoğretim Öğrencilerinin Okul İçerisinde Yönelik Davranışlarına Etkileri" Konulu Yüksek Lisans Tezinden Alınmıştır, 2020.

Görsel 15. Tez İnfografiği

Sosyal Medyanın Yeni Fenomeni

Oyun videoları, ilgili çevrimiçi medya platformlarını, yarışmaları, reklam verenleri, video oyunlarını ve orijinal oluşturulmuş içeriği çevrimiçi olarak yayınlayan ve yükleyen, halkın izini süren ve reklam veya sponsorluk avantajları alan video oyunu oyuncularının sponsorlarını içeren yeni bir faaliyet olarak tanımlanabilir

Oyun Videoları



PERSPEKTİF

Dijital Dünyaya
Bağlı Olanların
%43'ü
izliyor

Yalnızca Twitch'te
1,11 Trilyon
Dakika İzlenme

944
Milyon
İzleyici

Dünya Çapında
Yayın Yapan
49
Yayın Platformu

11 Milyon
Farklı Kanal

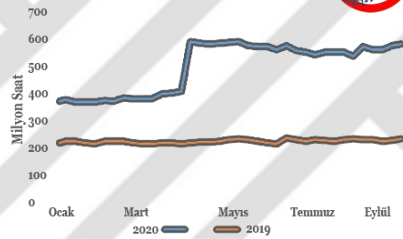
Evrimselen
Yeni Şiddetin
Tüm Unsurlarını
Barındırıyor

İZLENME ORANLARI

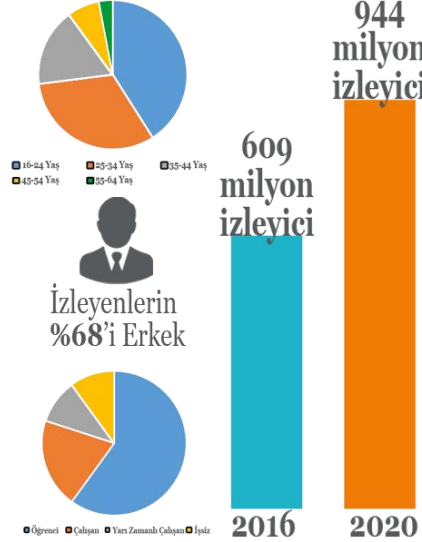
Twitch
Günlük 15 milyona varan izleyici kitlesi
Kişi başı günlük ortalama 95-105 dk izlenme
Aylık 20 milyar dk izlenme
2019 yılında 600 milyar dk izlenme
2020 yılında 1,11 trilyon dk izlenme

Youtube
2019 yılında günlük ortalama 200 milyon dk,
2019 yılında toplam 50 milyar dk üzerinde izlenme

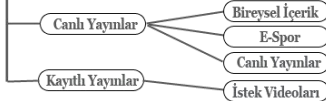
COVID-19 ETKİSİ



KİM İZLİYOR?



NE İZLİYORLAR?



NEDEN İZLİYORLAR?

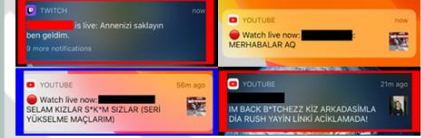
- Oyun ve Oyun İçeriği İçin
- Yeteneklerini ve Oyun Bilgisini Geliştirmek İçin
- Yayıncının Kişiliği İçin
- Yayıncının Yeteneği İçin
- Benzer Düşünen Bir Kitleyle Bağlantı Kurmak İçin

NEREDEN İZLİYORLAR?



ŞİDDET İÇERİKLERİ

Sözel Şiddet



Fiziksel Şiddet



Psikolojik Şiddet



Cinsel Şiddet



Siber Şiddet



Ekonomik Şiddet

En çok görülen ekonomik şiddet türleri:

- Bağış (donate atma)
- Abone olmaya zorlama
- Yayıncı için para toplama

Olumsuz Davranışlar

Deterjan, ilaç vb. içme, kırıklık yapma
Gaz çıkarma, Uykü kaçırıcı ilaçlar içme ve uykü kaçırıcı göz damlaları kullanma, Okul karne notu değiştirme ve bu konuda taktiler öğretme, Öğretmenlere küfür ve hakaret etme, Dinî müziklere küfürli sözler ekleyerek alay etme, Olumsuz anlama gelen el hareketi kullanma
Dudakları arasına kesici bir cisim koyarak yayını yapmaya çalışma, Yayın esnasında masturbasyon yapma

Görsel 16. Oyun Videoları Bilgilendirme Posterı

KAYNAKLAR

- 7 Saat Birlikte Çalışıyoruz (2021, Ocak). Erişim adresi: https://www.youtube.com/watch?v=l_Xgs0HYE_0
- Açar, R. S. (2016). *Televizyonun Ergenin Din Algısı ve Ahlaki Tutumu Üzerindeki Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Yök Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez No: 459877)
- Ailelere 'Kriminal Zaman Dilimi' Uyarısı: Gece Sosyal Medya Gönderisine Dikkat. (2019, 25 Temmuz). Erişim adresi: https://www.ntv.com.tr/teknoloji/ailelere-kriminal-zaman-dilimi-uyarisi-gece-sosyal-medya-gonderisine-dikkat,1bzeq_f2l0y2GjbzJZnQ1g
- Aksüt, M., Kaya, Ş. ve Kuzu, V. (2006, Eylül). *İlköğretim Okullarında Şiddet ve Şiddetin Öğrenci Gözüyle Değerlendirilmesi*. XV.Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresinde Sunulan Bildiri. Muğla Üniversitesi, Muğla. Erişim adresi: <https://www.sosyalbilgiler.org/ilkogretim-okullarinda-siddet-ve-siddetin-ogrenci-gozu-ile-degerlendirilmesi/>
- Alexa. (t.y.). The top 500 sites on the web. Erişim adresi: <https://www.alexa.com/topsites>
- Alkan, V., Şimşek, S. ve Erbil, B. A. (2019). Karma Yöntem Deseni: Öyküleyici Alanyazın İncelemesi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7 (2), 559-582. doi: 10.14689/issn.2148-2624.1.7c.2s.5m
- Alper, K., Aytan, Ö. G. D. N., ve Ünlü, A. G. S. (2015). Görsel Medya Çağında Çocukların Video Oyun Bağımlılıkları. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 98-106.
- Amra & Elma (2021). 100 top youtube gaming influencers and best gaming youtube channels. 13 Ocak 2021 tarihinde <https://www.amraandelma.com/100-top-Youtube-gaming-influencers/> adresinden erişildi.
- Anderson, C. A. & Bushman, B. J. (2002). The effects of media violence on society. *Science*, 295(5564), 2377-2379. Doi: 10.1126/science.1070765
- Anderson, C. A., & Murphy, C. R. (2003). Violent video games and aggressive behavior in young women. *Aggressive Behavior: Official Journal Of The International Society For Research On Aggression*, 29(5), 423-429. Doi: 10.1002/ab.10042
- Appelbaum, M., Calvert, S., Dodge, K., Graham, S., Hall, G.N., Hamby, S. & Hedges, L.V. (2015). Apa task force on violent media. APA. Erişim adresi: <https://www.apa.org/pi/families/violent-media>
- Apple Event (2020, Kasım 13). Erişim adresi: https://www.Youtube.com/watch?v=KR0g-1hnQPA&feature=emb_logo
- Arabacı, L. B. ve Karadağlı, A. (2006). Hemşire ve Ebelerin Kadına Yönelik Şiddet Belirtilerini Tanımalarına İlişkin Ölçek Geliştirme. *Sağlık ve Toplum*, 16(2), 101-112. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TmpZek5ERXg>
- Araç, I. ve Şulam, S. (2015). *Aile İçi Şiddet. Psiko-eğitim broşürleri-3*. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Aral, N. (1997). *Fiziksel İstismar ve Çocuk*. Ankara: Tek Işık Ofset.
- Arslan, Y. (2015). Okullarda Yaşanan Şiddet Olaylarının Düzey ve Dinamiklerini Anlamak: Batman Merkez Örneği/Türkiye. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), 1-17. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/577259>
- Ask, K., Spilker, H. S., & Hansen, M. (2019). The politics of user-platform relationships: Co-scripting live-streaming on Twitch. tv. *First Monday*, 24(7), 1-12. Doi: 10.5210/fm.v24i7.9648

- Avedon, E. M., & Sutton-Smith, B. (1971). *The study of games*. New York; Toronto: J. Wiley.
- Aydın, O. ve Aydın, G. (1993). Ekranda İzlenen Şiddet Saldırgan Davranışları Arttırır Mı? *Psikiyatri, Psikoloji ve Psikofarmakoloji Dergisi*, (3P), 1, 43-51.
- Bahramlı, N.Z. (2016). Okullarda Şiddet Davranışının Kaynakları Üzerine Kuramsal Bir Yaklaşım. *Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmetler Bölümü*, Ankara/Türkiye. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/makale/T0Rrek1UWTI/okullardaki-siddet-davranisinin-kaynaklari-uzerine-kuramsal-bir-yaklasim>
- Bak, G., Altıntop, M. ve Bak, A. (2020). George Gerbner'in Genel İletişim Modeli, Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı. *International Journal Of Social, Humanities and Administrative Science*, 6, 25, 484-492. Doi: : 10.31589/JOSHAS.288
- Baker, Ö.E. ve Kavşut, F. (2007). Akran Zorbalığının Yeni Yüzü: Siber Zorbalık. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*, (27). Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/Ozgur-Erdur-Baker/publication/324476306_Akran_Zorbaliginin_Yeni_Yuzu_Siber_Zorbalik_Cyber_Bullying_A_New_Face_of_Peer_Bullying/links/5acf21524585154f3f460942/Akran-Zorbaliginin-Yeni-Yuehue-Siber-Zorbalik-Cyber-Bullying-A-New-Face-of-Peer-Bullying.pdf
- Baltacı, A. (2017). Nitel Veri Analizinde Miles-Huberman Modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-14. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/aeusbed/issue/30008/290583>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York:Worth Publishers.
- Bartholow, B., Bushman, B. & Sestir, M. (2006). Chronic violent video game exposure and desensitization to violence: behavioral and event related brain potential. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42:532-539. Doi: 10.1016/j.jesp.2005.08.006
- Başbakkal, Z. ve Baysan, L. (2004). Çocuk İstismarı ve İhmali Konusuna İlişkin Polislerin Bilgi Düzeylerinin ve Düşüncelerinin İncelenmesi. *Çocuk Forumu Dergisi*, 21(2), 65-70.
- Başlar, G. (2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm*. Akademik Bilişim Konferansında Sunulan Bildiri. Akdeniz Üniversitesi, Antalya. Erişim adresi: ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf
- Baykul, M. (2019). *Oyun Yayıncıları ve İzleyicileri: Twitch. Tv Üzerinden Bir Durum Araştırması*. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez No: 556218)
- Bayrak, T. (2017). Sosyal Medyada Dijital Etik: Twitter'da Şiddet İçerikli İletilerin İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(1), 32-46. Doi: 10.17932/IAU.EJNM.m.25480200.2017.1/1.32
- Bebiş, H., Coşkun, U. H. S. ve Açikel, C. (2014). Bir Ortaöğretim Okulundaki Öğrencilerin Şiddet Eğilim Düzeyi ve İlişkili Faktörlerin İncelenmesi. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 30(2), 1-17. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/pub/ege_hemsire/issue/49341/630222
- Bekir, O. (1992). Tarih Boyunca Oyunlar ve Oyuncaklar. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25(2), 365-386. Doi: 10.1501/Egifak_00000000594
- Balkıs, M., Duru, E. & Buluş, M. (2006). Şiddete Yönelik Tutumların Özyeterlik Medya Şiddete Yönelik İnanç Arkadaş Grubu ve Okula Bağlılık Duygusu ile İlişkisi. *Ege Eğitim Dergisi*, 6(2), 81-97. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/eggeefd/issue/4917/67292>

- Bennett, C. (2019, 6 Eylül). Twitch streamer responds to dog abuse accusations. Erişim adresi: <https://www.dexerto.com/entertainment/twitch-streamer-responds-to-dog-abuse-accusations-994182/>
- Berger, A. (1993). *Kitle iletişiminde çözümleme yöntemleri*. (Çev. H.A. Yüksel). Eskişehir: T.C.Anadolu Üniversitesi Eğitim Çalışmaları Yayınları.
- Berne, E. (1964). *Games people play: the psychology of human relationships*. London: Penguin Books.
- Bigolive (t.y.). Classify. Erişim adresi: <https://www.bigo.tv/>
- Bilgi, A. (2005). *Bilgisayar Oyunu Oynayan ve Oynamayan İlköğretim Öğrencilerinin Saldırganlık, Depresyon ve Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez no:188716).
- Bilir, C., Şahiner, A. ve Kiani, F.(2016). İstanbul Bölgesi Bilgisayar, Yazılım ve Video Oyun Sektörünün Bugünü ve Geleceği. *İstanbul Kalkınma Ajansı*. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/beyder/issue/33127/353970>
- Binark, M. (2007). Sanal Ortamda Dijital Oyun Kültürü Dijital Oyunlar: Sektör, İçerik ve Oyuncular. *Folklor Edebiyat Dergisi*, 13 (50), 11-25. Erişim adresi: <http://inet-tr.org.tr/inetconf11/bildiri/89.pdf>
- Binark, M. (2009). “Yeni Medyada Yeni Olan Nedir?”. *Evrensel Kültür Dergisi*. Erişim adresi: [https://yenimedya.wordpress.com/2010/01/03/yeni-medya-dolayimli-iletisim-ortamında-olanakların-ve-olamayanların-farkında-olmalı/](https://yenimedya.wordpress.com/2010/01/03/yeni-medya-dolayimli-iletisim-ortaminda-olanakların-ve-olamayanların-farkında-olmalı/)
- Binder, M. (2020, 18 Eylül). The livestreaming boom isn't slowing down anytime soon. Erişim adresi: <https://mashable.com/article/future-of-livestreaming/>
- Black, D. & Newman, M. (1995). Television violence and children. *British Medical Journal*, 310. 273-274. Doi: 10.1136/bmj.310.6975.273
- Bloom, D. (2018). What Olympic Recognition Could Mean For Esports, And Vice Versa. *Forbes Dergisi*. Erişim adresi: <https://www.forbes.com/sites/dbloom/2018/10/18/esports-olympics-recognition-ioc-esl-advertising-sponsors/?sh=6801c8c93b05>
- Bowling, A. (2002). *Research Methods in Health: Investigating Health and Health Services*. Philadelphia, PA: McGraw-Hill House.
- Brookhaven National Laboratory (2021, 9 Şubat). The first video game? Erişim adresi: <https://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php>
- Browne, K. D. & Hamilton-Giachritsis, C. (2005). The influence of violent media on children and adolescents: a public-health approach. *The Lancet*, 365(9460), 702-710. Doi: 10.1016/S0140-6736(05)17952-5
- Budak, S. (2003). *Psikoloji Sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Bulut, S. (2008). Okullarda Görülen Öğrenciden Öğrenciye Yönelik Şiddet Olaylarının Bazı Değişkenler Açısından Arşiv Araştırma Yöntemiyle İncelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 2008;8:23-38. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/16648>
- Burak, Y. (2013). *Bilgisayar Oyunlarının İlköğretim Birinci Kademe Öğrencilerinin Saldırganlık Düzeylerine Etkisinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) T.C. Trakya Üniversitesi, Edirne, Türkiye.
- Burgess, J. E. (2011). YouTube. *Oxford Bibliographies Online*. Erişim adresi: <https://eprints.qut.edu.au/46719/>
- Burroughs, B., & Rama, P. (2015). The eSports Trojan horse: Twitch and streaming futures. *Journal For Virtual Worlds Research*, 8(2). Doi: 10.4101/jvwr.v8i2.7176
- Büyükbaykal, C. I., & Cansabuncu, İ. A. (2020). Türkiye’de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 1-9. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/904521>

- Büyüköztürk, Ş. (2004). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı; İstatistik, Araştırma Deseni, Spss Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Campbell, M. (2005). Cyber bullying: An old problem in a new guise?. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 15(1), 68-76. Erişim adresi: <https://eprints.qut.edu.au/1925/>
- Capital, I. B. I. S. (2016). Global Gaming Investment Review. *Investment Banking*. Erişim adresi: https://ubm-twvideo01.s3.amazonaws.com/o1/vault/gdceurope2010/slides/T_Merel_Business%20&%20Management_Global%20Video%20Games%20Investment.pdf
- Carnagey, N. L., & Anderson, C. A. (2005). The effects of reward and punishment in violent video games on aggressive affect, cognition, and behavior. *Psychological Science*, 16(11), 882-889. Doi: 10.1111/j.1467-9280.2005.01632.x
- Carney, J. V. (2000). Bullied to death: Perceptions of peer abuse and suicidal behaviour during adolescence. *School Psychology International*, 21(2), 213-223. Doi: /10.1177/0143034300212007
- Cemre Solmaz Canlı Yayında Makyaj Yapıyor (2020, Mayıs 24). Erişim adresi: <https://www.Youtube.com/watch?v=Nfn5FDnCo8Q>
- Cheung, G., & Huang, J. (2011, May). Starcraft from the stands: understanding the game spectator. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (sy. 763-772). Doi: 10.1145/1978942.1979053
- Clement, J. (2020, 4 Ocak). Youtube - Statistics & Facts. Statista. Erişim Adresi: <https://www.statista.com/topics/2019/Youtube/>
- Clement, J. (2021, 29 Ocak). Increase in first-time downloads of Twitch as a result of the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide as of March 2020, by country. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1108328/covid-twitch-downloads/>
- Clement, J. (2021, 8 Mart). Most popular games on Twitch worldwide in March 2021, by share of hours watched. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1110359/hours-watched-twitch-game/>
- CNNTürk. (2017, Mart). League Of Legends Şampiyonluk Ligi'nin Yeni Sponsoru Belli Oldu. *CNNTürk*. Erişim adresi: <https://www.cnnturk.com/spor/diger-sporlar/league-of-legends-sampiyonluk-liginin-yeni-sponsoru-belli-oldu>
- CNNTürk. (2018, 10 Aralık). Oyun Oynamasını İstemeyen Karısını Canlı Yayında Dövdü. *CNNTürk*. Erişim adresi: <https://www.cnnturk.com/dunya/oyun-oynamasini-istemeyen-karisini-canli-yayinda-dovdu>
- Cohen, J. (2020, 18 Aralık). Covid-19 has increased interest in cloud gaming services. Erişim adresi: <https://www.pcmag.com/news/covid-19-has-increased-interest-in-cloud-gaming-services>
- Common Sense Media (t.y.). Fortnite. Erişim adresi: <https://www.common sense media.org/game-reviews/fornite>
- Common Sense Media (t.y.). Garena Free Fire. Erişim adresi: <https://www.common sense media.org/search/garena%20free%20fire>
- Common Sense Media (t.y.). Grand theft auto V. Erişim adresi: <https://www.common sense media.org/game-reviews/grand-theft-auto-v>
- Consalvo, M. (2017). When paratexts become texts: De-centering the game-as-text. *Critical Studies in Media Communication*, 34(2), 177-183. doi: 10.1080/15295036.2017.1304648
- Cooper, P. (2019, 19 Aralık). 23 Youtube Statistics that Matter to Marketers in 2020. Erişim adresi: <https://blog.hootsuite.com/Youtube-stats-marketers/#user>

- Cunningham, S., Engelstätter, B., & Ward, M. R. (2011). Understanding the effects of violent video games on violent crime. *ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper*, (11-042). doi: 10.2139/ssrn.1886419
- Çakal, M.A. ve Eymirli, E.B. (2012). Arttırılmış Gerçeklik Teknolojisi (augmented reality). *Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı*. Erişim adresi: https://www.kudaka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/fa254-artirilmis_gerceklik_teknolojisi.pdf
- Çakın, Ö. ve Bolat, N. (2018). Sosyal Medyada Şiddet ve Şiddet İçerikli Paylaşımlara Yönelik Bir Çözümleme. Akademik Editör (N. Saygın), Sanal Alem/Medya Şiddeti (s.313). Samsun: Samsun Valiliği. Erişim adresi: <https://www.oka.org.tr/assets/upload/dosyalar/siddet-olgusuna-cok-disiplinli-yaklasimlar-yayini.pdf>
- Çetin, E. (2013). Temel Tanımlar ve Kavramlar. Editör (M.A. Ocak), Eğitsel dijital oyunlar kuram, tasarım ve uygulama (s. 2-6). Ankara: Pegem.
- Çetinkaya, H. (1991). *Video Oyunlarının Çocuklarda Saldırganlığa Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez no:21148)
- Çokluk, Ö., Yılmaz, K. ve Ebru, O. (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 4(1), 95-107. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/304155>
- Çomaklı, Ş.E. (2019). Ebeveynler İçin Tehlikeli Oyunlar Bilgilendirme Kitapçığı. Eskişehir: SODİGEM.
- Çubukçu, Z., ve Dönmez, A. (2012). İlköğretim Okul Yöneticilerinin Şiddet Türlerine Yönelik Görüşleri ve Şiddetle Başa Çıkma Yöntemleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 1(1), 37-64. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/108182>
- Daniele, D. & Hyslop, C. (2020, Ağustos). The rise of videogame streaming in a global pandemic. *Norton Rose Fulbright*. Erişim adresi: <https://www.socialmedialawbulletin.com/2020/08/the-rise-of-videogame-streaming-in-a-global-pandemic/>
- De Mul, J. (2008). *Siberuzayda Macera Dolu Bir Yolculuk*. (Çev. A. Özdamar). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Deng, j., Cuadrado, F., Tyson, G. & Uhlig, S. (2015). Behind the Game: Exploring the Twitch Streaming Platform. *Queen Mary University of London*. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/285055799_Behind_the_Game_Exploring_the_Twitch_Streaming_Platform/link/566cbd0b08aea0892c4feaa4/download
- Dholakia, U. M., Bagozzi, R. P., & Pearo, L. K. (2004). A social influence model of consumer participation in network-and small-group-based virtual communities. *International journal of research in marketing*, 21(3), 241-263. Doi: 10.1016/j.ijresmar.2003.12.004
- Dijital (t.y.). Türk Dil Kurumu Elektronik Sözlüğü İçinde. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Dijital Oyunlar Raporu. (2019). Güvenli İnternet Merkezi. Erişim adresi: <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf>
- Dikmen, E. Ş. (2019). 1980-2017 Yılları Arasında Dijital Oyun Endüstrisinin Gelişimi ve Oluşturulan Yapay Yaşam Döngüleri. *Selçuk İletişim*, 12(1), 294-311. Doi: 10.18094/josc.470961
- Distribution Of Total Youtube Video Content Worldwide As Of December 2018, By Category (2021, 26 Ocak). Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1026914/global-distribution-Youtube-video-content-by-category/>

- Dolu, O., Büker, H. ve Uludağ, Ő. (2010). Şiddet  zerikli Video Oyunlarının  ocuklar ve Gençler  zerindeki Etkileri: Saldırganlık, Şiddet ve Suça Dair Bir Değerlendirme. *Adli Bilimler Dergisi*, 9(4), 54-75. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TVRReE1qSTVPUT09>
- D lek, N. (2002). * ğrencilerde Zorbaca Davranışların Araştırılmasıve  nleyici Bir Program Modeli*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Dönmez, B. ve Güven, M. (2001). *Ortaöğretim  ğrencilerinin Okul Güvenliğine İlişkin Algı ve Beklentileri*. VI. Ulusal psikolojik danışma ve rehberlik kongresinde sunulan bildiri, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Dönmez, B., ve Güven, M. (2003). Genel Liselerdeki Yönetici ve  ğretmenlerin Okul Güvenliğine İlişkin Görev Algıları. * ağdaş Eğitim Dergisi*, 28(304), 17-26. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TWpjd05UVT0>
- Dursun, Y. (2011). Şiddetin İzini Sürmek: Şiddet Nedir?. *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (12), 1-18. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/flsf/issue/48611/617554>
- Dünya Sağlık  rg t  (2002). *World report on violence and health*. Erişim adresi: https://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/global_campaign/en/chap6.pdf
- Dünya Sağlık  rg t  (2020). *Definition and typology of violence*. Erişim adresi: <https://www.who.int/violenceprevention/approach/definition/en/>
- Dwyer, K., Osher, D. & Warger, C. (1998). *Early warning, timely response: A guide to safe schools*. Washington, DC: U.S. Department of Education.
- Edge, N. (2013). Evolution of the gaming experience: live video streaming and the emergence of a new web community. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 4(2). Erişim adresi: <http://www.inquiriesjournal.com/articles/821/evolution-of-the-gaming-experience-live-video-streaming-and-the-emergence-of-a-new-web-community>
- Edmunds, H. (1999). The focus group research handbook. *The Bottom Line*, Vol. 12 No. 3, s. 46. Doi: 10.1108/bl.1999.12.3.46.1
- Edwards, C. (2020, 11 Ağustos). Mum devastated when Fortnite addict son splashed \$20,000 on Twitch live-streamers gets refund. *The Sun Newspaper*. Erişim adresi: <https://www.thesun.co.uk/tech/12369317/distraught-mum-gets-20000-refund-twitch-fortnite-streamers/>
- Ekşi, H. ve Yaman, E. (2010). * ocuk ve Ergende Şiddet*. İstanbul: Kakn s Yayınları.
- Erdal, C. (2012). *Medyanın Efendisi Şiddet*. İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Erdemoğlu, M. (2010). *Görsel Medyadaki Şiddetin Ortaöğrenim Gençliği  zerindeki Etkisi* (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Erdoğan, Y., Halil, E. ve Tektaş, A. (2012). Medya ve Şiddet: Mafya Dizileri  zerine Karma Bir Araştırma. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 10(23), 83-116. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/302442>
- Ergil, D. (2001). Şiddetin Kültürel Kökenleri. *Bilim ve Teknik Dergisi*, 399 (s.40-41).
- Ersöz, A. G. (2002). Popüler Kültür  r nlerinden Müzik Videolarının Gençler  zerindeki Olumsuz Etkileri. *Sosyal Politika  alışmaları Dergisi*, 5(5). Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/198049>
- Erten, Y. ve Ardalı, C. (1996). Saldırganlık Şiddet ve Terörün Psikososyal Yapıları. *Cogito, sayı 6-7*, s.143-164.
- Ertuğrul, İ. ve Keskin, N. (2012). İnternet'in Türkçenin Kullanımında ve Toplum-Birey Yapısının Değişimindeki Rolü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 3(2), 79-88. Doi: 10.5505/iuyd.2012.10820

- Escharts (2020, 1 Ocak). Son 30 günün popüler Twitch kategorileri. Erişim adresi: <https://escharts.com/tr/games>
- Escharts (2020, 31 Aralık). Streaming Platforms. Erişim adresi: <https://escharts.com/platforms>
- Escharts (2020, 4 Aralık). Researching esports & streaming trends. Erişim adresi: <https://escharts.com/>
- Esportimes (2020, 13 Ocak). Ninja Twitch'e geri döndü. Erişim adresi: <https://esportimes.com/tr/ninja-Twitch-e-geri-dondu/>
- Esports tournaments - do they really fill stadiums? (2020, 3 Aralık). Erişim adresi: <https://www.owayo.co.uk/magazine/esports-tournaments-popular-en.htm>
- ESRB (t.y.). Fortnite. Erişim adresi: <https://www.esrb.org/search/?searchKeyword=Fortnite&platform=All%20Platforms&rating=E%2CE10%2B%2CT%2CM%2CAO&descriptor=All%20Content&pg=1&searchType=All>
- ESRB (t.y.). Grand theft auto V. Erişim adresi: <https://www.esrb.org/search/?searchKeyword=grand%20theft%20auto%20v&platform=All%20Platforms&rating=E%2CE10%2B%2CT%2CM%2CAO&descriptor=All%20Content&pg=1&searchType=All>
- ESRB (t.y.). Minecraft. Erişim adresi: <https://www.esrb.org/search/?searchKeyword=Minecraft&platform=All%20Platforms&rating=E%2CE10%2B%2CT%2CM%2CAO&descriptor=All%20Content&pg=1&searchType=All>
- ESRB (t.y.). Roblox. Erişim adresi: <https://www.esrb.org/search/?searchKeyword=roblox&platform=All%20Platforms&rating=E%2CE10%2B%2CT%2CM%2CAO&descriptor=All%20Content&pg=1&searchType=All>
- Evcin, S. (2010). *Bilgisayar Oyunlarının İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Saldırganlık Eğilimine Etkisinin İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez No.278767)
- Facebook Gaming sees 238% growth in April, Twitch leads viewership. (2020, 17 Mayıs). Erişim adresi: <https://www.livemint.com/technology/tech-news/Facebook-gaming-sees-238-growth-in-april-Twitch-leads-viewership-11589690422722.html>
- Faskunger, J. (2001). *Motivation för motion: en handbok för hälsovägledning steg för steg*. SISU idrottsböcker.
- Ferhat, S. (2016). Dijital Dünyanın Gerçekliği, Gerçek Dünyanın Sanallığı Bir Dijital Medya Ürünü Olarak Sanal Gerçeklik. *Trt Akademi*, 1(2), 724-746. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/218567>
- Fidan, T. ve Öztürk, İ. (2015). Perspectives and expectations of union member and non-union member teachers on teacher unions. *Journal of Educational Sciences Research*, 5(2), 191-220. Doi: 10.12973/jesr. 2015.52.10
- Fleer, M. (2014). The demands and motives afforded through digital play in early childhood activity settings. *Learning, Culture and Social Interaction*, 3(3), 202-209. Doi: 10.1016/j.lcsi.2014.02.012
- Fleming, L. C., & Jacobsen, K. H. (2009). Bullying and symptoms of depression in Chilean middle school students. *Journal of school health*, 79(3), 130-137. Doi: 10.1111/j.1746-1561.2008.0397.x
- Frasca, G. (2001). Rethinking agency and immersion: video games as a means of consciousness-raising. *Digital Creativity*, 12(3), 167-174. Doi: 10.1076/digc.12.3.167. 3225
- Fromm, E. (1995). *Sevginin ve şiddetin kaynağı*. İstanbul: Payel yayınevi.

- Fromme, J., & Meder, N. (Eds.). (2013). *Bildung Und Computerspiele: Zum Kreativen Umgang Mit Elektronischen Bildschirmspielen* (Vol. 3). Springer-Verlag.
- Furlong, M., & Morrison, G. (2000). The school in school violence: Definitions and facts. *Journal of emotional and Behavioral disorders*, 8(2), 71-82. Doi: 10.1177/106342660000800203
- Galehantomo, G. (2015). Platform comparison between games console, mobile games and pc games. Faculty of computer science program system information & game technology. *SISFORMA*, 2(1), 23-26. Doi: 10.24167/sisforma.v2i1.407
- GameDesigning (2021, 16 Şubat). What gamer type are you? Hardcore? Casual? Mobile? Or are you a lit bit of everything? Erişim adresi: <https://www.gamedesigning.org/gaming/gamer-types/>
- Gelbal, S. (2006). Okullarda Şiddetin Önlenmesi, Mevcut Uygulamalar ve Sonuçları. *Türk Eğitim Derneği*. Erişim adresi: http://portal.ted.org.tr/yayinlar/Okullarda_Siddet.pdf
- Geleceği Şekillendirecek Teknoloji: Arttırılmış Gerçeklik. (2012, 23 Ekim). Erişim adresi: <https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/gelecegi-sekillendirecek-teknoloji-artirilmis-gerceklik,qc9gZ9tVm06rfzj6wcoUWg/5T2Tu2jYB02jdGzLpnBwT Q>
- Gentile, D.A., Lynch, P.J., Linder, J.R. & Walsh, D.A. (2004). The effects of violent video game habits on adolescent hostility, aggressive behaviors, and school performance. *Journal of Adolescence*, 27: 5-22.
- GinxTv (2020, 20 Nisan). Summit loses Monster sponsorship 'over marijuana bong on livestream'. Erişim Adresi: <https://www.ginx.tv/en/streams/summit-has-lost-monster-sponsorship-because-of-marijuana-bong-on-the-live-stream>
- Globalwebindex (2019). Watch and Learn: The Meteoric Rise of Twitch. Erişim adresi: <https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-week/the-rise-of-Twitch/>
- Globalwebindex (2020). GlobalWebIndex's flagship report on the latest trends in social media. Erişim adresi: <https://resources.enterprisetalk.com/ebook/GWI-2020-Social-Report.pdf>
- Gosugamers. (t.y.). eSports World Rankings. Erişim adresi: <https://www.gosugamers.net/rankings>
- Gözüdok, Ü., Aslan, S., Uğurlu, O., Karaca, E., Yıldız, S. ve Yıldız, K. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin Şiddet Algıları. 3. *Uluslararası Farklı Şiddet Boyutları ve Toplumsal Algi Kongresi* (s.185-186). Erişim adresi: https://www.academia.edu/32864062/3_ULUSLARARASI_FARKLI_%C5%9E%C4%B0DDET_BOYUTLARI_VE_TOPLUMSAL_ALGI_KONGRES%C4%B0
- Gözüdok, Ü., Nalbant, F., Dakes, A., Çınar, A.E., Yıldız, S. ve Yıldız, K. (2017). Öğrencilerin Şiddet Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. 3. *Uluslararası Farklı Şiddet Boyutları ve Toplumsal Algi Kongresi* (ss.187-188). Erişim adresi: https://www.academia.edu/32864062/3_ULUSLARARASI_FARKLI_%C5%9E%C4%B0DDET_BOYUTLARI_VE_TOPLUMSAL_ALGI_KONGRES%C4%B0
- Gözütok, F. D., Karacaoğlu, Ö. C., ve Er, K. O. (2007). Çocuklar Evde De Okulda Da Dövülüyor. A. Solak (Ed.). *Okullarda Şiddet ve Çocuk Suçluluğu İçinde* (s.133-149). Ankara: Hegem Yayınları.
- Griffiths, M. D. & Hunt, N. (1995). Computer game playing in adolescence: prevalence and demographic indicators. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 5(3), 189-193. Doi: 10.1002/casp.2450050307
- Grossman, L. (2004, 8 Kasım). The art of the virtual. Erişim adresi: <http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,995582,00.html>

- Guan, W. J., Ni, Z. Y., Hu, Y., Liang, W. H., Ou, C. Q., He, J. X., ... & Zhong, N. S. (2020). Clinical characteristics of coronavirus disease 2019 in China. *New England journal of medicine*, 382(18), 1708-1720. Doi: 10.1056/NEJMoa2002032
- Gül, M.E. (2019). Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar: Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Oyunu Örneği. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)* 5(2), 448-465. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/904809>
- Güleç, H., Topaloğlu, M., Ünsal, D. ve Altıntaş, M. (2012). Bir Kısır Döngü Olarak Şiddet. *Psikiyatri Güncel Yaklaşımlar*, 4(1), 112-137. doi:10.5455/cap.20120408
- Güneş, A. (2012). Dijital Oyunların Güvenlik Bağlamında Yasal ve Yönetmelik Düzenleme Sorunları (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 308996).
- Güvenli İnternet Merkezi (2019). *Dijital Oyunlar Raporu 2019*. Erişim adresi: <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf>
- Haake, M., Axelsson, A., Clausen-Bruun, M. & Gulz, A. (2015). Scaffolding mentalizing via a play-&-learn game for preschoolers. *Computers & Education*, 90, 13-23. Doi: 10.1016/j.compedu.2015.09.003
- Hamilton, W. A., Garretson, O. & Kerne, A. (2014). Streaming on twitch: fostering participatory communities of play within live mixed media. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (s.1315-1324). Doi: 10.1145/2556288.2557048
- Hamilton, W., Kerne, A. & Robbins, T. (2012, October). High-performance pen+ touch modality interactions: a real-time strategy game eSports context. In *Proceedings of the 25th annual ACM symposium on User interface software and technology* (s. 309-318). Doi: 10.1145/2380116.2380156
- Haskan, Ö., Yıldırım, İ. (2012). Şiddet Eğilimi Ölçeği'nin Geliştirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, 37 (163). Erişim Adresi: <http://Eb.Ted.org.tr/index.php/EB/article/view/1000>
- Hawley, D. (t.y.). 15 twitch statistics for influencer marketing managers [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://www.viralnation.com/blog/15-twitch-statistics-for-influencer-marketing-managers/>
- Hazler, R.J. & Denham, S.A. (2002). Social isolation of youth at risk: conceptualizations and practical implications. *Journal of counseling and development*, 80(4), 403-409. Doi: 10.1002/j.1556-6678.2002.tb00206.x
- Hepach, R., Vaish, A., & Tomasello, M. (2015). Novel paradigms to measure variability of behavior in early childhood: posture, gaze, and pupil dilation. *Frontiers in psychology*, 6, 858. Doi: 10.3389/fpsyg.2015.00858
- Hershey, W. (2019, 23 Ekim). Livestreaming - a \$5 billion + global phenomenon. Erişim adresi: <https://www.roundhillinvestments.com/research/esports/livestreaming>
- Himmelstein, D., Liu, Y. & Shapiro, J.L. (2017). An exploration of mental skills among competitive league of legend players. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 9, 1–21. Doi:10.4018/ IJGCMS.2017040101
- Holland, M. (2016). How YouTube developed into a successful platform for user-generated content. *Elon journal of undergraduate research in communications*, 7(1). Erişim adresi: <http://www.inquiriesjournal.com/articles/1477/how-youtube-developed-into-a-successful-platform-for-user-generated-content>
- Huizinga, J. (1950). *Homo ludens: a study of the play element in*. Boston: Beacon Press.
- Influencer Marketing Hub (2020, 4 Aralık). Top 10 most anticipated esports events for 2019. Erişim adresi: <https://influencermarketinghub.com/top-10-esports-events-2019/>

- Iqbal, M. (2020, 17 Kasım). Youtube revenue and usage statistics 2020. Erişim adresi: <https://www.businessofapps.com/data/Youtube-statistics/#4>
- Irmak, A.Y. ve Erdoğan, S. (2016). Ergen ve Genç Erişkinlerde Dijital Oyun Bağımlılığı: Güncel Bir Bakış. *Türk Psikiyatri Dergisi* 2016, 27(2), 128-37. Doi: 10.5080/u13407
- İçten, T. ve Bal, G. (2017). Artırılmış Gerçeklik Üzerine Son Gelişmelerin ve Uygulamaların İncelenmesi. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 5(2), 111-136. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/840617>
- Jaeger, L., Zarb, N. & David, A. (2020, 26 Ağustos). Global Gaming Study: More Gamers Spending More Money in COVID lockdowns – Which Publishers Will Benefit? [Blog Yazısı]. Erişim adresi: <https://www.simon-kucher.com/tr/blog/new-global-gaming-industry-study-gamers-spend-more-money-and-time-increase-social-contact>
- Johnson, J. (2021, 12 Şubat). Most searched video games worldwide in 2020, by maximum monthly search volume. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1203044/most-searched-video-games-worldwide/>
- Johnson, M.R., Carrigan, M. & Brock, T. (2019). The imperative to be seen: The moral economy of celebrity video game streaming on Twitch.tv. *First Monday*, 24 (8). Doi: 10.5210/fm.v24i8.8279
- Jonassen, D. H.(Ed.).(1988). *Instructional Designs for Microcomputer Courseware*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jonasson, K., & Thiborg, J. (2010). Electronic sport and its impact on future sport. *Sport in society*, 13(2), 287-299. Doi: 10.1080/17430430903522996
- Jones, S. (Ed.). (2002). *Encyclopedia of new media: An essential reference to communication and technology*. Sage Publications.
- Kanbur, A. ve Kanbur, E. (2018). İşyerinde Siber Zorbalık Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Sınama Çalışması. *Psikoloji Çalışmaları*, 38(2), 237-258. Doi: 10.26650/SP2018-0018
- Kane, D. & Spradley, B. D. (2017). Recognizing esports as a sport. *Sport Journal*, 20, 1-9. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Kane-6/publication/317929457_Recognizing_ESports_as_a_Sport/links/597f4db5a6fdbc1a9acd7fe1/Recognizing-ESports-as-a-Sport.pdf
- Karahisar, T. (2013). Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen! Türkçe. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 4(12), 71-83. Doi: 10.5824/1309-1581.2013.3.006.x
- Karasar, N. (1982). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kars, G.B. (2010). *Şiddet İçerikli Bilgisayar Oyunlarının Çocuklarda Saldırganlığa Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Katz, E., Haas, H. & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American sociological review*, 164-181. Doi: 10.2307/2094393
- Kaya, K. ve Meyrem, T. (2008). İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2008(17), 159-182. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/118016>
- Kaytoue, M., Silva, A., Cerf, L., Meira Jr, W. & Raïssi, C. (2012). Watch me playing, i am a professional: a first study on video game live streaming. *In Proceedings Of The 21st International Conference On World Wide Web* (s. 1181-1188). Doi: 10.1145/2187980.2188259

- Keleş, R. ve Ünsal, A. (1996). Kent ve Siyasal Şiddet. *Cogito*, 6-7, 91-103. Erişim adresi: <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/12487>
- Keleşoğlu, F. ve Karduz, F. F. A. (2020). Covid-19 Sürecinde Dijital Ebeveynlik ile Anne-Baba Stresi Arasında Yordayıcı İlişkiler. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 7(2), 70-102. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210589>
- Kelley, D. (1988). The art of reasoning. *New York. W. W Norton and Company*.
- Kılıç, R. (2007). Okullarda Şiddetin Önlenmesi ve Azaltılması. S. Gelbal (Ed.). *Okullarda Şiddetin Önlenmesi: Mevcut Uygulamalar ve Sonuçları*. s. 25-48. Ankara: Türk Eğitim Derneği Yayınları.
- Kıran, Ö. (2011). *Şiddet İçerikli Bilgisayar Oyunları ve Gençlik*. Editör (N. Sargın), Sanal Alem / Medya Şiddeti içinde (s. 323-341). Ankara: Hegem Yayınları.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230-261. Doi: 10.19145/gumuscomm.300815
- Kızmaz, Z. (2006). Okullardaki Şiddet Davranışının Kaynakları Üzerine Kuramsal Bir Yaklaşım. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(1), 47-70. Erişim adresi: <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- Kirriemuir, J. (2002). Video gaming, education and digital learning technologies. *D-lib Magazine*, 8(2), 1-12. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/John-Kirriemuir/publication/220273571_Video_Gaming_Education_and_Digital_Learning_Technologies/links/58fdc86fa6fdccae60a20ec9/Video-Gaming-Education-and-Digital-Learning-Technologies.pdf
- Kocacık, F. (2001). Şiddet Olgusu Üzerine. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-7. Erişim Adresi: <http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/88.pdf>
- Kocadaş, B., Özgür, Ö. ve Özbulut M. (2010). *Gençlik ve Şiddet Toplumsal Alanda Şiddetin Yükselişi*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi.
- Kocaşahan, N. (2012). *Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığı ve Sanal Zorbalık* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez No: 314053)
- Koç, Z. (2006). *Lise Öğrencilerinin Zorbalık Düzeylerinin Yordanması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Koçoğlu, S. (2018, 7 Mayıs). Youtube nedir? Youtube nasıl kullanılır? Youtube'un özellikleri nelerdir? Branding Türkiye. Erişim adresi: <https://www.brandingturkiye.com/Youtube-nedir-Youtube-nasil-kullanilir-Youtubeun-ozellikleri-nelerdir/>
- Konuk, N. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Şiddet Kavramına Bakışları. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 9(3), 414-431. Doi: 10.7456/10903100/007
- Krueger, R.A. (1994). Focus groups: a practical guide for applied research. (Akt. Şahsuvaroğlu ve Ekşi, 2011) London: SAGE.
- Kubar, Y. (2019). Gençler Arası Şiddetin Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Alan Çalışması Elazığ İli Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 193-205. Doi: 10.18506/anemon.470372
- Lewy, A. (2019, 9 Ekim). Twitch could become Amazon's Youtube. Erişim adresi: <https://www.fool.com/investing/2019/10/09/Twitch-could-become-amazons-Youtube.aspx>

- Liao, S. (2020, 25 Haziran). Gaming companies are responding to a wave of sexual misconduct allegations. Erişim adresi: <https://edition.cnn.com/2020/06/25/tech/gaming-metoo-twitch/index.html>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2009). *New media: a critical introduction second edition*. London and New York: Routledge.
- Liu, D., Li, X. & Santhanam, R. (2013). Digital games and beyond: What happens when players compete?. *Mis Quarterly*, s.111-124. Doi: 10.25300/MISQ/2013/37.1.05
- Lu, Z., Xia, H., Heo, S. & Wigdor, D. (2018). You watch, you give, and you engage: a study of live streaming practices in China. *In Proceedings Of The 2018 CHI Conference On Human Factors In Computing Systems* (s. 1-13). Doi: 10.1145/3173574.3174040
- Ludvigsson, J. F. (2020). Systematic review of COVID-19 in children shows milder cases and a better prognosis than adults. *Acta paediatrica*, 109(6), 1088-1095. Doi: 10.1111/apa.15270
- Malone, T. W. (1980). What makes things fun to learn? A study of intrinsically motivating computer games. *Dissertation Abstracts International*, 41(5-B), 1955. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/234608112_What_Makes_Things_Fun_to_Learn_A_Study_of_Intrinsically_Motivating_Computer_Games/link/5c71895b92851c69503ae19c/download
- Markey, P. M., & Markey, C. N. (2010). Vulnerability to violent video games: A review and integration of personality research. *Review of General Psychology*, 14(2), 82–91. Doi: 10.1037/a0019000
- Masnick, M. & Beadon, L. (2019). The Sky Is Rising 2019 Edition. The Sky is rising web sitesinden erişildi. Erişim adresi: <https://skyisrising.com/TheSkyIsRising2019.pdf>
- Mathews, V. P., Kronenberger, W. G., Wang, Y., Lurito, J. T., Lowe, M. J. & Dunn, D. W. (2005). Media violence exposure and frontal lobe activation measured by functional magnetic resonance imaging in aggressive and nonaggressive adolescents. *Journal of Computer Assisted Tomography*, 29(3), 287-292. Doi: 10.1097/01.rct.0000162822.46958.33
- May, E. (2019, 7 Ekim). Streamlabs & newzoo q3 2019 live streaming industry report [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://blog.streamlabs.com/live-streaming-q418-report-fortnite-sees-first-decline-in-mau-mobile-users-up-266-mixer-94f281e5b31f>
- May, E. (2019, 9 Ocak). Live streaming q4'18 report — first decline for fortnite, \$141m in tips, youtube and facebook gaming growing [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://blog.streamlabs.com/live-streaming-q418-report-fortnite-sees-first-decline-in-mau-mobile-users-up-266-mixer-94f281e5b31f>
- May, E. (2020). *Streamlabs & Stream Hatchet Q3 2020 Live Streaming Industry Report* [Blog yazısı]. Erişim Adresi: <https://streamlabs.com/content-hub/post/streamlabs-and-stream-hatchet-q3-2020-live-streaming-industry-report#:~:text=Audiences%20watched%20over%207.46%20billion,hours%20watched%20in%20Q3%202019>
- May, E. (2020, 2 Nisan). Streamlabs & stream hatchet q1 2020 canlı akış sektör raporu. [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://blog.streamlabs.com/streamlabs-stream-hatchet-q1-2020-live-streaming-industry-report-9630bc3e0e1e>

- McLemore, G. (2012). Console-based games. M.J.P. Wolf (Ed.), *Encyclopedia of Video Games: The Culture, Technology, and Art of Gaming* (s.133) içinde. Erişim adresi: [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=deBFx7QAwsQC&oi=fnd&pg=PA133&dq=McLemore,+G.+\(2012\).+Console-based+games&ots=ISrtZoZZWh&sig=hT8OMyZGJMubC5JcuJQqr6mZ3A&redir_esc=y#v=onepage&q=doi&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=deBFx7QAwsQC&oi=fnd&pg=PA133&dq=McLemore,+G.+(2012).+Console-based+games&ots=ISrtZoZZWh&sig=hT8OMyZGJMubC5JcuJQqr6mZ3A&redir_esc=y#v=onepage&q=doi&f=false)
- McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction*. Sage Publications, Inc.
- Mediakix (t.y.). The top 10 twitch stats that marketers must know. Erişim adresi: <https://mediakix.com/blog/top-Twitch-statistics-live-streaming-game-platform/>
- MIT (t.y.). Ralph Baer. Erişim adresi: <https://lemelson.mit.edu/resources/ralph-baer>
- Michaud, Y. (1991). *Şiddet*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. Thousand oaks, ca: Sage publication.
- Mitchell, F. (2014, 30 Ekim). Twitch Wants to Be Your Moral Police, and That's a Problem. Erişim adresi: <https://dotesports.com/general/news/twitch-dress-code-unfair-845>
- Mokeyeva, E. V., Zakirova, V. G. & Masalimova, A. R. (2015). Tolerant pedagogic space as a condition of non-violence position education among elementary school pupils. *Rev. Eur. Stud.*, 7, 216. Doi: 10.5539/res.v7n4p216
- Mooij, T. & Fettelaar, D. (2013). School and pupil effects on secondary pupils' feelings of safety in school, around school, and at home. *Journal of interpersonal violence*, 28(6), 1240-1266. Doi: 10.1177/0886260512468242
- Muchneeded (2021, 5 Ocak). Twitch by the numbers: stats, users, demographics & fun facts. Erişim adresi: <https://muchneeded.com/Twitch-statistics/>
- Murray, J. P. (2008). Media violence: The effects are both real and strong. *American behavioral scientist*, 51(8), 1212-1230. Doi: 10.1177/0002764207312018
- Myers, D. (1990). Computer games genres. *Play & Culture*, 3(4), 286-301. Erişim adresi: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19911884976>
- Nakandala, S., Ciampaglia, G., Su, N. & Ahn, Y. Y. (2017). Gendered conversation in a social game-streaming platform. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 11, No. 1). Erişim adresi: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14885>
- Nasıl Abone Olunur? (2021, 3 Ocak). Erişim adresi: <https://help.twitch.tv/s/article/how-to-subscribe?language=tr>
- Nead, N. (2017, 13 Aralık). Esports & gaming video content (gvc) industry overview. Erişim adresi: <https://investmentbank.com/esports-gaming-video-content/>
- Nematzadeh, A., Ciampaglia, G. L., Ahn, Y. Y. & Flammini, A. (2019). Information overload in group communication: From conversation to cacophony in the twitch chat. *Royal Society open science*, 6(10), 191412. Doi: 10.1098/rsos.191412
- Neugebauer, R. (2000). Research on intergenerational transmission of violence: the next generation. *The Lancet*, 355(9210), 1116-1117. Erişim adresi: <https://elibrary.ru/item.asp?id=3947209>
- Newbie (t.y.). Oxford İngilizce Sözlük içinde. Erişim adresi: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/newbie?q=newbie>
- Newzoo (2020, 17 Nisan). 2020 global games market report global gaming industry report. Erişim adresi: <https://www.businesswire.com/news/home/20200417005189/en/Global-Gaming-Industry-Report-2020-Revenue-Projections-of-Consoles-Tablets-Smartphones-DownloadedBox-PCs-and-Browser-PCs-to-2025--ResearchAndMarkets.com>

- Newzoo (2020, 25 Şubat). 2020 global esports market report. Erişim adresi: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>
- Newzoo 2020 Global Mobil Market Report (2020). Newzoo. Erişim adresi: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-mobile-market-report-2020-free-version/>
- Noob (t.y.). Oxford İngilizce Sözlük içinde. Erişim adresi: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/noob?q=noob>
- OC&C. (2020, 4 Aralık). Growth in the video gaming ecosystem: the new role of games as media. Erişim adresi: https://www.occstrategy.com/media/2686/growth-in-the-video-game-ecosystem_the-new-modes-of-play_-online.pdf
- Olson, C. K. (2010). Children's motivations for video game play in the context of normal development. *Review of general Psychology*, 14(2), 180-187. Doi: 10.1037/a0018984
- Olweus, D. (1993). *Bullying at school: what we know and what we can do*. Oxford and Cambridge, MA:Blackwell publishers.
- Oyun Konsollarının Tarihi. (2015, 4 Eylül). CNNTürk. Erişim adresi: <https://www.cnnturk.com/teknoloji/oyun-konsollarinin-tarihi?page=1>
- Ögel, K., Tari, I. ve Eke, C.Y. (2006). *Okullarda Suç ve Şiddeti Önleme*. İstanbul: Yeniden Yayınları.
- Öktem, F., Sayıl, M., ve Özen, S. Ç. (2006). Çocukların ve Gençlerin Televizyon Programlarındaki Zararlı İçerikten Korunması. *Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi” Akademik Çalışma Altyapısı*. Erişim adresi: <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3>
- Öney, Z. (2015, 24 Mart). Sosyal Medyanın Yeni Gözdesi: Meerkat. Erişim adresi: <http://www.zehraoney.com/2015/03/24/sosyal-medyanin-yeni-gozdesi-meerkat/>
- Öz, N. (2007). *Mimarlıkta Hakikinin Sanallaşması ve Sanalın Hakikileşmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez no: 222730)
- Özcebe, H., Üner, S. ve Çetik, H. (2006). Adolesanlarda Şiddet Davranışları (Üç Lise, Ankara, 2004). *I. Şiddet ve Okul: Okul ve Çevresinde Çocuğa Yönelik Şiddet ve Alınabilecek Tedbirler Uluslararası Katılımlı Sempozyum Bildiri Özetleri* (ss. 27-52). İstanbul: Duman Ofset.
- Özdel, G. (2018). Yeni Reklam Ortamı Olarak Vlog’larda Ürün Tanıtımı ve Anlam Üretimi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(1), 1-15. Doi: 10.17932/IAU.EJNM.254802 00.2018.2/1.1-15
- Özdemir, N. (2006). *Türk Çocuk Oyunları I*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Özdoğan, B. (1997). *Çocuk ve Oyun*. Ankara: Arı Yayıncılık.
- Özerkmen, N. ve Gölbaşı, H. (2010). Toplumsal Bir Olgu Olarak Şiddet. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 8(15), 23-37. Erişim adresi: <http://sbard.org/pdf/sbard/Sbard%20Master/015%20Master.pdf#page=31>
- Özgür, G., Yörükoğlu, G. ve Arabacı, L. (2011). Lise Öğrencilerinin Şiddet Algıları, Şiddet Eğilim Düzeyleri ve Etkileyen Faktörler. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*. 2011; 2(2), 53-60. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/Leyla-Baysan-publication/281648029_Lise_Ogrencilerinin_Siddet_Algilari_Siddet_Eglim_Duzeyleri_ve_Etkileyen_Faktorler_High_School_Student%27s_Perception_of_Violence_Level_of_Tendency_to_Violence_and_Effective_Factors/links/55f2c8b008ae336d49887cff/Lise-Oegrencilerinin-Siddet-Algilari-Siddet-Egilim-Duezeyleri-ve-Etkileyen-Faktoerler-High-School-Students-Perception-of-Violence-Level-of-Tendency-to-Violence-and-Effective-Factors.pdf

- Pallant, J. (2017). *SPSS Kullanma Kılavuzu SPSS ile Adım Adım Veri Analizi*. (S. Balcı ve B. Ahi, Çev.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Parkl, G. (2020, 8 Aralık). With 100 billion hours watched on Youtube for gaming, the site prepares for global growth. Erişim adresi: <https://www.washingtonpost.com/video-games/2020/12/08/youtube-gaming-2020/>
- Parlak, B. (2017). Dijital Çağda Eğitim: Olanaklar ve Uygulamalar Üzerine Bir Analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 1741-1759. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1019075>
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation* (No. 4). Sage.
- Pazarbaşı, B. (2018). Televizyonda Yayınlanan ve Ana Teması Şiddet Olan Çizgi Filmlerin İçerik Analizi. *Intermedia International e-Journal*, 5(8), 28-41. Doi: 10.21645/intermedia.2018.43
- PEGİ (t.y.). Fortnite. Erişim adresi: https://pegi.info/search-pegi?q=fortnite&op=Arama&age%5B%5D=&descriptor%5B%5D=&publisher=&platform%5B%5D=&release_year%5B%5D=&page=1&form_build_id=form-8WUnEgg0sMC5C6Aqt88hIwM73jADoR2PlSDwrEgR8g&form_id=pegi_search_form
- PEGİ (t.y.). Grand theft auto V. Erişim adresi: https://pegi.info/search-pegi?q=grand+theft+auto+v&op=Arama&age%5B%5D=&descriptor%5B%5D=&publisher=&platform%5B%5D=&release_year%5B%5D=&page=1&form_build_id=form-mv8Om34wIs3GPgqCpDB3bA_76mwewde6lMpHtITQW88&form_id=pegi_search_form
- PEGİ (t.y.). Minecraft. Erişim adresi: <https://www.esrb.org/search/?searchKeyword=Minecraft&platform=All%20Platforms&rating=E%2CE10%2B%2CT%2CM%2CAO&descriptor=All%20Content&pg=1&searchType=All>
- PEGİ (t.y.). Roblox. Erişim adresi: https://pegi.info/search-pegi?q=roblox&op=Arama&age%5B%5D=&descriptor%5B%5D=&publisher=&platform%5B%5D=&release_year%5B%5D=&page=1&form_build_id=form-IDYVhbofn32fZa0KNc-Gp1CBFepCMY5zQYKH1xG8bX0&form_id=pegi_search_form
- Pellicone, A. J. & Ahn, J. (2017, May). The game of performing play: understanding streaming as cultural production. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (s. 4863-4874). Doi: 10.1145/3025453.3025854
- Petrova, E. & Gross, N. (2017, Haziran). 4 reasons people watch gaming content on Youtube. Erişim adresi: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/video/statistics-Youtube-gaming-content/>
- Pişkin, M. (2002). Okul Zorbalığı: Tanımı, Türleri, İlişkili Olduğu Faktörler ve Alınabilecek Önlemler. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 2(2), 531-562. Erişim adresi: https://app.trdizin.gov.tr/dokuman-goruntule?ext=pdf&path=CrnWZGRsXTjRjLjWxD978OSUAL2jXitizhVYmCxNvH69irrBoxN_L-KN3rbXRj_Gtv5KCLBawpXnVakaXevU7FbPDsgsb8c1orgvAzbmOyfyOZww_8JtJFw2UQFgGK1KtxIev3H6hFU-TgUoE4rPLI6cd3yj7aDpOt5B1ay0sWsMisrDEX6VRqiL_xvlS7rw5gNDAagPKds-VoX_T9CIgIkUuoF0XtANQcWm2RFyyFM=&contentType=application/pdf

- Polat, F. ve Sohbət, R. (2020). Ortaöğretim Öğrencilerinde Akran Zorbalığı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 15(2), 41-51. Doi: 10.17517/ksutfd.608921
- Polat, O. (2004). *Kriminoloji ve Kriminalistik Üzerine Notlar*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Polat, O. (2016). Şiddet. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 15-34. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download /article-file/274326>
- Polman, H., Castro, B. O. & Aken, M. (2008). Experimental study of the differential effects of playing versus watching violent video games on children's aggressive behavior. *Aggressive Behavior*, 34: 256- 264. Doi: 10.1002/ab.20245
- Polman, R., Trotter, M., Poulus, D. & Borkoles, E. (2018). Esport: Friend or foe?. In *Joint International Conference on Serious Games* (s. 3-8). Springer, Cham. doi:10.1007/978-3-030-02762-9_1
- Price, J. H. & Everett, S. A. (1997). A national assessment of secondary school principals' perceptions of violence in schools. *Health Education & Behavior*, 24(2), 218-229. Doi: 10.1177/109019819702400209
- Privitera, C. & Campbell, M. A. (2009). Cyberbullying: The new face of workplace bullying?. *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 395-400. Doi: 10.1089/cpb.2009.0025
- Rafaeli, S. & Sudweeks, F. (1997). Networked interactivity. *Journal of computer-mediated communication*, 2(4), JCMC243. Doi: 10.1111/j.1083-6101.1997.tb00201.x
- Ramirez, L.J.C., Canizares, S.M.S. & Garcia, F.J.F. (2020). Motivations for the use of video game streaming platforms: the moderating effect of sex, age and self-perception of level as a player. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17(19), 7019. doi:10.3390/ijerph17197019
- Redhouse (2006). *Redhouse sözlüğü*. İstanbul: Sev Matbaacılık.
- Rigby, K. & Slee, P. (1999). Suicidal ideation among adolescent school children, involvement in bully—victim problems, and perceived social support. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 29(2), 119-130. Doi: 10.1111/j.1943-278X.1999.tb01050.x
- Riley, D. (2013, 6 Mart). Despite the economy and less new gaming content in the retail market, core gamers continue to spend money on video games. Erişim adresi: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/new-report-from-the-npd-group-focuses-on-core-gaming-and-core-gamers/>
- Robertson, A. (2019, 27 Mayıs). The Youtube Gaming app is shutting down this week. Erişim adresi: <https://www.theverge.com/2019/5/27/18641413/Youtube-gaming-standalone-app-shutdown-may-30th>
- Rogers, A. (2012). *Launching and marketing a mobile game: Strategy and consumer perceptions*. (Lisans Tezi, Helsinki Metropolia University of Applied Sciences, Helsinki). Erişim adresi: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/50096/Thesis_launching_and_marketing_a_mobile_game_Rogers.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roland, E. (2002). Bullying, depressive symptoms and suicidal thoughts. *Educational research*, 44(1), 55-67. Doi: 10.1080/001318800110107351
- Rosenberg, M. L., Powell, K. E. & Hammond, R. (1997). Applying science to violence prevention. *JAMA*, 277(20), 1641-1642. Doi: 10.1001 / jama.1997.03540440075 036

- Sağlam Ö. (2009). *Ortaöğretim Kurumlarında Yaşanan Şiddet Olgusu; Ankara Sincan Örneğinde Öğrencilerin Eğitim Önceliklerinin Şiddet Eğilimleri Üzerindeki Etkilerin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez no: 249240)
- Sağlam, H. (2011). *Bilgisayar Oyunlarının Ergen Öğrencilerin Sosyalleşme Süreci ve Şiddet Eğilimleri Üzerindeki Etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez no: 296137).
- Salonius-Pasternak, D. E. & Gelfond, H. S. (2005). The next level of research on electronic play: Potential benefits and contextual influences for children and adolescents. *Human Technology: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments*. Erişim adresi: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-2005123>
- Saltuk, M. C. ve Erciyes, C. (2020). Okul Öncesi Çocuklarda Teknoloji Kullanımına İlişkin Ebeveyn Tutumlarına Dair Bir Çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(2), 106-120. Doi: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2020.4/2.106-120
- Sanallık (t.y.). Türk Dil Kurumu Sözlüğü İçinde. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Sandvin. (2018). Sandvine Global Internet Phenomena Report 2018. Erişim adresi: <https://www.sandvine.com/hubfs/downloads/phenomena/2018-phenomena-report.pdf>
- Sandvin. (2020). The Global Internet Phenomena Report COVID-19 Spotlight. Erişim adresi: <https://www.sandvine.com/phenomena>
- Satan, A. (2006). *İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Zorba Davranış Eğilimlerinin Okul Türü ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler ile İlişkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Senemoğlu, N. (2007). *Gelişim Öğrenme ve Öğretim*. Ankara: Gönül Yayıncılık.
- Sherry, J. L., Lucas, K., Greenberg, B. S. & Lachlan, K. (2006). Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference. *Playing video games: Motives, responses, and consequences*, 24(1), 213-224. Erişim adresi: <http://www.arise.mae.usp.br/wp-content/uploads/2018/03/Videogame-uses-gratification-aula.pdf>
- Shutterstock (t.y.). Game streaming. Erişim adresi: <https://www.shutterstock.com/tr/search/game+streaming>
- Sjöblom, M. & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in human behavior*, 75, 985-996. Doi: 10.2139/ssrn.2779543
- Slonje, R. & Smith, P.K. (2008). Cyberbullying: Another main type of bullying? *Scandinavian Journal of Psychology*, 49, 147-154. Do: 10.1111/j.1467-9450.2007.00611.x
- Snoop Dogg is smoking a blunt on Twitch, won't be banned thanks to California's pot laws. (2018, 24 Ocak). Erişim Adresi: <https://www.polygon.com/2018/1/23/16925504/snoop-dogg-Twitch-blunt-streaming-marijuana-legal>
- SocialBlade tracks user statistics for Youtube, Twitch, Instagram, and Twitter! (t.y.). Erişim adresi: <https://socialblade.com/>
- Solak, M. Ş. (2012). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Tutumları ile Saldırganlık ve Yalnızlık Eğilimi Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez no: 610328)
- SODİGEM (t.y.). Dijital Oyun Bağımlılığı Tehlikesi. Erişim adresi : https://www.sodimer.org/content/dijitaloyun_bagimliliği.html
- Southwest Florida Eagle Cam #1 (t.y.). Erişim Adresi: <http://www.ustream.tv/SouthwestFloridaEagleCam>

- Soydan, A. (2011, 6 Nisan). Oyun Çeşitleri: Platform ve Bilgisayar Oyunları, Elektronik Oyun Türleri. Erişim adresi: <https://abdurrahmansoydan059.wordpress.com/tag/oyun-cesitleri/>
- Söğüt, F. (2020). Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlar ve Şiddet İlişkisine Yönelik Algıları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(51), 79-100. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1109927>
- Statista (2021, 1 Şubat). Most viewed Youtube channel owners of all time as of October 2020, by views. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/373753/most-viewed-Youtubers-all-time/>
- Statista (2021, 29 Ocak). Numbers of unique channels on Youtube Gaming Live worldwide from 1st quarter 2019 to 3rd quarter 2020 (in millions). Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1076891/unique-channels-Youtube-gaming/>
- Statista (2021, 9 Şubat). Most Popular Social Networks Worldwide by Number of Active Users (Million Individuals) as of October 2020. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Stephen, B. (2020, 3 Ocak). Ninja, Shroud, and other top Mixer streamers are now free to stream on Twitch again. Erişim adresi: <https://www.theverge.com/2020/6/22/21298963/ninja-shroud-mixer-Facebook-gaming-Twitch>
- Stewart, J. & Misuraca, G. (2013). *The industry and policy context for digital games for empowerment and inclusion: Market analysis, future prospects and key challenges in videogames, serious games and gamification* (No. JRC77656). Joint Research Centre (Seville site). Doi: 10.2791/88361
- Streamlabs (2020). *Streamlabs & Stream Hatchet Q1 2020 Live Streaming Industry Report*. Erişim adresi: <https://blog.streamlabs.com/streamlabs-stream-hatchet-q1-2020-live-streaming-industry-report-9630bc3e0e1e#2b3b>
- Ströh, J. H. A. (2017). *The esports market and esports sponsoring*. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag.
- Şelimen, M. ve Ceylan, H. (2018). Şiddet İçeren Bilgisayar Oyunlarının Çocukların Saldırganlık Davranışı Üzerine Etkileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11, 60. Erişim adresi: https://www.sosyalarastirmalar.com/cilt11/sayi60_pdf/4sosyoloji_psikoloji_felsefe/selimen_mehtap_harunceylan.pdf
- Tankovska, H. (2021, 26 Ocak). Devices used to watch online video in the United States as of November 2018. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/784383/online-video-devices-in-the-us/>
- Tarım, B. ve Senemoğlu, N. (2020). Türkiye ve Gelişmiş Ülkelerin Bilişim Teknolojileri Öğretim Programlarının Benzer ve Farklı Özellikleri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (56), 292-325. Doi: 10.21764/mauefd.771208
- Taştekin, E. (2019). *Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Alışkanlıklarının Öğrenci ve Veli Bakış Açısından İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez no: 610328)
- Tavşancıl, E. ve Aslan E. (2001). *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Taylan, H.H. (2011). *Televizyonla Yetişmek*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Taylor, T.L. (2018). *Watch Me Play Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- TBMM, Araştırma Komisyonu. (2017). *TBMM Araştırma Komisyonu Raporu*. Erişim adresi: https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/arastirma_onergesi_gd.onerge_bilgileri?kanunlar_sira_no=491

- The Loadout (t.y.). The biggest esports games. Erişim adresi: <https://www.theloadout.com/biggest-esports-games>
- The Nielsen Company (2017). Games 360 US report. Erişim adresi: <http://strivesponsorship.com/wp-content/uploads/2017/08/nielsen-games-360-report-2017.pdf>
- Wagner, P. (2018). The road to ubiquity is getting shorter. Erişim adresi: <https://www.statista.com/chart/14395/time-innovations-needed-for-50-million-users/>
- The State Of The Mobile Games Industry In 2020 (2020, 22 Haziran). Erişim adresi: <https://www.techzone360.com/topics/techzone/articles/2020/06/22/445773-state-the-mobile-games-industry-2020.htm>
- Think With Google (t.y.). Youtube gaming content view statistics. Erişim adresi: <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/Youtube-gaming-content-view-statistics/>
- Tırnovalı, S. (2019). *Dijital Oyunlar Üzerinden Karşı İstihbarat Toplama ve Bilgi Edinme: Assassin's Creed Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez no: 546093).
- Tocci, R.J., Widmer, N.S. & Moss, G.L. (2007). *Digital systems: principles and applications*. New Jersey: Pearson Education LTD.
- Top 100 Youtubers in turkey sorted by subscribers (t.y.). Erişim adresi: <https://socialblade.com/youtube/top/country/tr/mostsubscribed>
- Toplum (t.y.). Türk Dil Kurumu Elektronik Sözlüğü İçinde. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Topuz, C. (2019, 4 Kasım). "Roblox" İçin Ebeveyn Kılavuzu. Dijital Medya ve Çocuk. Erişim adresi: <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2019/11/04/roblox-icin-ebeveyn-kilavuzu/>
- Toran, M., Ulusoy, Z., Aydın, B., Deveci, T. ve Akbulut, A. (2016). Çocukların Dijital Oyun Kullanımına İlişkin Annelerin Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24, 5, s.2263-2278. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/309207>
- Tutkun, Ö. F., Demirtaş, Z., Açıkgöz, T. ve Tekşal, S. D. (2017). Televizyon ve Dijital Oyunların Ortaokul Öğrencilerinin Şiddete Eğilimine Etkisi. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 83-91. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/pesausad/issue/36304/410274>
- Twenge, J. M., Gentile, B., DeWall, C. N., Ma, D., Lacefield, K., & Schurtz, D. R. (2010). Birth cohort increases in psychopathology among young Americans, 1938–2007: A cross-temporal meta-analysis of the MMPI. *Clinical psychology review*, 30(2), 145-154. Doi: 10.1016/j.cpr.2009.10.005
- Ulaş, A. H. ve Sevim, O. (2010). İnternet Ortamındaki Türkçenin Genel Durumu. *Ekev Akademi Dergisi*, 44. Erişim adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423878066.pdf>
- Uluçay, T. (2018). Lise Öğrencilerinin Dinledikleri Müzik Türlerinin Şiddet Eğilimlerine Etkisi. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (41), 135-153. Doi: 10.32547/ataunigsed.450424
- Uluışık, Y. P. (2018). Mangala Oyunu Hakkında Bir Değerlendirme. *Turan-Sam*, 10(39), 173-186. Erişim adresi: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=695617>
- Ulusoy, B. (2019). *Öğrencilerin Bilgisayar Oyunu Bağımlılığı Düzeylerine, Bilgisayar Oyunu Bağımlılığı Düzeylerine Etki Eden Etkenlere ve Bilgisayar Oyunlarına İlişkin Veli ve Öğretmen Görüşleri* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez no: 594714).

- Unsworth, G., Devilly, G. J. & Ward, T. (2007). The effect of playing violent video games on adolescents: Should parents be quaking in their boots?. *Psychology, Crime & Law*, 13(4), 383-394. doi:10.1080/10683160601060655
- Uysal, A. ve Temel, A.B. (2009). Şiddet Karşıtı Eğitim Programının Öğrencilerin Çatışma Çözüm, Şiddet Eğilimi ve Şiddet Davranışlarına Yansıması. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2009; 12: 1. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunihem/issue/2644/34010>
- Üngören, Y. (2020). *Dijital Oyun Yayını İzleyicilerinin Kişilik Yapıları ve Kullanım Davranışları ile Yayın İzleme Motivasyonlarının İncelenmesi: Twitch Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi. (Tez No: 638235)
- Ünsal, A. (1996). Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi. *Cogito. sayı 6-7*. s.29-36. Erişim adresi: <http://kaynakca.hacettepe.edu.tr/eser/45377482/genisletilmis-bir-siddet-tipolojisi>
- Ünsal, H. (2011). *Öğrenme Öğretme Kuram ve Yaklaşımları*. Filiz S.B. (Ed.), Beyin temelli öğrenme içinde. Ankara: Pegem.
- Üstün, A., Yılmaz, M. ve Kırbaş, Ş. (2007). *Gençleri Şiddete Yönelten Nedenler*. Solak. A (Ed), Okullarda Şiddet ve Çocuk Suçluluğu İçinde. Ankara: Hegem Yayınları.
- Vahlo, J., Kaakinen, J. K., Holm, S. K. & Koponen, A. (2017). Digital game dynamics preferences and player types. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(2), 88-103. Doi: 10.1111/jcc4.12181
- Verdugo, R. (1999). Safe schools: theory, data and practices. *Education and urban society*, 31, s.267-285. Doi: 10.1177/0013124599031003001
- Verdugo, R. & Schneider, J. (1999). Quality schools, safe schools: a theoretical and empirical discussion. *Education and urban society*, 31, s. 286-308. Doi: 10.1177/0013124599031003003
- Video Game Industry Statistics In 2020 (t.y.). Erişim adresi: <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>
- Virtual (t.y.). Oxford İngilizce Sözlük içinde. Erişim Adresi: <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/virtual>
- Von Salisch, M., Vogelgesang, J., Kristen, A. & Oppl, C. (2011). Preference for violent electronic games and aggressive behavior among children: The beginning of the downward spiral?. *Media Psychology*, 14(3), 233-258. Doi:10.1080/15213269.2011.596468
- Waldfoegel, J. (2018). *Digital renaissance: what data and economics tell us about the future of popular culture*. Princeton University Press.
- Wan, C. S. & Chiou, W. B. (2006). Why are adolescents addicted to online gaming? An interview study in Taiwan. *Cyberpsychology & behavior*, 9(6), 762-766. Doi: 10.1089/cpb.2006.9.762
- We Are Social & Hootsuite Report. (2019). *Global Digital Report 2019* . Erişim adresi: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Werner, H., Guenter, L., Rudolf, H. (2008). Media Violence and Youth Violence. *Journal of Media Psychology*, 20, s.79-96. Doi: 10.1027/1864-1105.20.3.79
- Westwood, D. & Griffiths, M. D. (2010). The role of structural characteristics in video-game play motivation: A Q-methodology study. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(5), 581-585. Doi: 10.1089/cyber.2009.0361
- Wyatt, R. (2020, 8 Aralık). 2020 is Youtube Gaming's biggest year, ever: 100B watch time hours [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://blog.Youtube/news-and-events/Youtube-gaming-2020/>
- X, A. (1251). Alfonso X's Book Of Games. Erişim adresi: <http://jnsilva.ludicum.org/HJT2012/BookofGames.pdf>

- Yaden, J. (2021, 28 Ocak). The bestselling games of all time. Erişim adresi: <https://www.digitaltrends.com/gaming/bestselling-games-of-all-time/>
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/87239>
- Yaman, E. ve Ayar, N. (2009). Okul Güvenliğine Farklı Bir Yaklaşım: Okul Polisi Uygulaması. *Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Dergisi*, 11(2), 147-171. Erişim adresi: http://www.fed.sakarya.edu.tr/arsiv/yayinlenmis_dergiler/2009_2/2009_2_S7.pdf
- Yaman, E., Eroğlu, Y., Bayraktar, B. ve Çolak, T. S. (2010). Öğrencilerin Güdülenme Düzeyinde Etkili Bir Faktör: Okul Zorbalığı. *Uluslararası Akademik Bakış*, 20, 1-20. Erişim adresi: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/6389740/04.pdf?response-content-disposition=inline%3B+filename%3DOGRENCILERIN_GUDULENME_DUZEYINDE_ETKILI.pdf&Expires=1615384113&Signature=O4DH5eyVBqa2eYdf6dzVOWSwcX1vjFsDgovrqqUO1B7ta-V6a0ugftm-ARA5zpTRAJNww~JIIULZFuH47l~b04u9SvCFXYaV3ROmfsW9VJtD7GkSZ2yJU-QFk5oT-Qqgt31oyW4-pFlIDZLt-6gecSJAVc2UT-5wdP5GC~he-xzzB00xDxwYqYf81HPz6g1e3VB69z00fBOKMyT03ro2RIuPfOwoZam0vjZwqw-jl4Vz7z3r6oW1tODCwqziW78QilunUWJvnKbkahxzA9txMWTPohiO3iUqwoLm-9dJ0moWF26mLSazjmIDym28buhjRRyQ4Pl0GdETX JWomn3iw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Yavaşçalı, H. ve Tiryakioğlu, F. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi Bağlamında Twitch Tv Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 2(1), 67-90. Doi: 10.33464/dorduncukuvvet.544341
- Yavuz M.F., Atan Y.K., Atamer T.A. ve Gölge Z.B. (2003). Lise Öğrencilerinde Fiziksel Şiddetin Değerlendirilmesi: Okulda ve Ailede Karşılaşılan Şiddet ve Öğrencinin Kendi Uyguladığı Şiddet. *Adli Bilimler Dergisi*. 2, 35-44. Erişim adresi: <https://jurix.com.tr/article/6811>
- Yavuz, N. (2009). *İlköğretim 7 ve 8. Sınıf Öğrencilerinin Şiddet Eğilimlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No:234820).
- Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & behavior*, 9(6), 772-775. Doi: 10.1089/cpb.2006.9.772
- Yell, M. L. & Rozalski, M. E. (2000). Searching for safe schools: Legal issues in the prevention of school violence. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 8(3), 187–196. Doi: 10.1177/106342660000800306
- Yengin, D. (2012). *Dijital Oyunlarda Şiddet*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Yıldız, B. (2019, 29 Haziran). Youtube İstatistikleri. Erişim adresi: <https://www.brandingturkiye.com/Youtube-istatistikleri-guncel/>
- Yıldız Altın, K. (2019). Kült ve Kültür Arasında: Yeni Bir Kült Tanımlamasına Doğru. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12 (28), 1052-1068. DOI: 10.12981/mahder.630667
- Yılmaz, N. (2017). Sosyal Medyada Canlı Yayın Anlayışı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(1), 127-136. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ejnm/issue/34697/383547>

- YouTube Gaming grew its streamer base by 343% in 2017, Twitch by 197% (2018, 25 Ocak). Erişim adresi: <https://techcrunch.com/2018/01/25/youtube-gaming-grew-its-streamer-base-by-343-in-2017-twitch-by-197/>
- Youtube Live Streaming Statistics (t.y.). Erişim Adresi: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/video/van-life-Youtube-channel-statistics/>
- Youtube Yardım (t.y.). Youtube İş Ortağı Programı'nda Para Kazanma Yolları. Erişim adresi: <https://support.google.com/Youtube/answer/72857?hl=tr>
- Youtube Yardım (t.y.). Youtube'un İzlenebileceğı Platformlar. Erişim adresi: <https://support.google.com/youtube/answer/7582560?hl=tr>
- Yörükoğlu, A. (1998). *Çocuk Ruh Sağlığı*. Ankara: Özgür Yayınları.
- Zeybekoğlu Akbaş, Ö. ve Dursun, C. (2020). Teknolojinin Aileye Etkisi: Değişen Ailenin Dijital Ebeveyn ve Çocukları. *Turkish Studies - Social*, 15(4), 2245-2265. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.43395>
- Zhao, Q., Chen, C. D., Cheng, H. W. & Wang, J. L. (2018). Determinants of live streamers' continuance broadcasting intentions on Twitch: A self-determination theory perspective. *Telematics and Informatics*, 35(2), 406-420. Doi: 10.1016/j.tele.2017.12.018



Ek.1 Şiddet Eğilimi Ölçeği (ŞEÖ)

Sevgili öğrenciler,

Bu ölçek, lise öğrencilerinin şiddet eğilimini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla hazırlanan ölçekte 20 madde bulunmaktadır. Her maddenin karşısında “hiçbir zaman”, “bazen”, “her zaman” şeklinde üç şık bulunmaktadır. Sizden istenen her maddeyi dikkatlice okuyarak size uygun seçeneğin altındaki parantezin içine bir çarpı işareti koymanızdır. Ölçeğin üzerine adınızı ve adresinizi yazmayınız.

Duyarlılığınız için teşekkür ederim.

Gökhan KIZILIŞIKOĞLU

Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü,

Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Ana Bilim Dalı Yüksek lisans Öğrencisi

MADDELER	Hiçbir zaman	Bazen	Her zaman
1. Birine çok öfkeli olduğimde onun canını acıtmak isterim.	()	()	()
2. Konuşarak çözilemeyen sorunlar için şiddete başvurulabilir.	()	()	()
3. Şiddet içeren filmler izlemekten hoşlanırım.	()	()	()
4. Biriyle tartışırken içimden onu yumruklamak gelir.	()	()	()
5. Bana vurulduğunda gücüm yeterse karşılık vermek isterim.	()	()	()
6. Öfkeli olduğimde çevremdeki herkesi cezalandırmak isterim.	()	()	()
7. Bilgisayarda savaş oyunları oynamaktan hoşlanırım.	()	()	()
8. Bana vuranlardan öç almak isterim.	()	()	()
9. Boks maçlarını izlemekten hoşlanırım.	()	()	()
10. Şiddet içeren filmlerin yasaklanması gerektiğini düşünürüm.	()	()	()
11. Bugüne kadar birçok hayvana zarar verdiğim olmuştur.	()	()	()
12. Birinin diğerini dövmesini izlemekten zevk alırım.	()	()	()
13. Rakip olduğum kişileri kaba kuvvetle alt etmek isterim.	()	()	()
14. Birine fikrimi kabul ettiremezsem üstüne yürürüm.	()	()	()
15. Öğretmenlerim genellikle öfkeli davranışlarımdan şikâyetçidir.	()	()	()
16. Öfkeli olduğimde karşımdakine zarar verdiğim olur.	()	()	()
17. Bazı insanlara karşı fiziksel güç kullanmak gereklidir.	()	()	()
18. Benden küçüklerin canını acıttığım olur.	()	()	()
19. Benimle alay edenlerin canını acıtmak isterim.	()	()	()
20. Bazen o kadar öfkelenirim ki, birilerine zarar vermeden sakinleşemem.	()	()	()

Ek.2 Odak Grup Görüşme Formu

Değerli öğrencilerim,

Birçoğunuzun oynamayı çok sevdiği dijital oyunlar uluslararası oyun değerlendirme kuruluşları tarafından değerlendirilir. Bu değerlendirme oyunların içerdiği zararlı unsurlar belirlenerek yapılır. Ardından oyunlara +18, +13 gibi ibareler eklenir. Burada sizler için oynayacağınız oyuna ait bilgilendirme yapılmaktadır. Her ne kadar bu bilgilendirmeler oyunlarda yer alsada birçoğunuzun belirlenen yaş sınırına itibar etmeyip oyunları oynadığı bilinmektedir. Bu noktada oyun içerisindeki şiddet içeriklerine maruz kalıp, bunlardan etkilendiğiniz daha önce yapılan araştırmalarda ortaya konmuştur. Bu etkinin sadece dijital oyunlarda kalmayıp, sosyal medya platformlarında yayımlanan oyun videolarında da artarak devam ettiği düşünülmektedir. Sizlerin oyun videoları hakkındaki görüşleri araştırmam için oldukça önemlidir.

Yapacağımız görüşme sizlerin de izni alınarak ses kayıt cihazı ile kayıt edilecektir. Kayıtların analizinde izniniz olmadan isminiz kullanılmayacaktır. Sizlerden ricam görüşme esnasında samimi olmanızdır. Katkılarınız için teşekkür ederim.

Gökhan KIZILIŞIKOĞLU

*Ankara Üniversitesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalı,
Yüksek Lisans Öğrencisi*

Görüşme Soruları:

1. Hangi kademe öğrenim görüyorsunuz?
2. Okul türünüz nedir?
3. Facebook, Youtube ve Twitch gibi sosyal medya platformlarında yayımlanan oyun videolarını izliyor musunuz? İzliyorsanız neden izliyorsunuz? Özellikle tercih ettiğiniz bir neden var mı?
4. Oyun videolarında sizi rahatsız eden unsurlar var mı? Varsa nelerdir? Örneğin sizi rahatsız eden şiddet unsurları oluyor mu?
5. Hangi oyun videosu fenomenlerini takip ediyorsunuz? Özel bir nedeni var mı?
6. Hangi oyunlara ait oyun videolarını izliyorsunuz?
7. Günlük ortalama kaç dakikanızı oyun videosu izlemeye ayırıyorsunuz?
8. Oyun videolarını günün hangi saatlerinde izliyorsunuz?
9. Gece 03:00 – 05:00 arasında yayımlanan (kriminal zaman dilimi) oyun videolarını izliyor musunuz? İzliyorsanız neden bu saatlerde yayımlanan videoları tercih ediyorsunuz? Ailenizin gece yayımlanan bu videolardan haberi mi? Aileniz bu videoların içeriklerini biliyor mu? Aileniz gece bu videoları izlediğinizi biliyor mu?
10. Oyun videosu kullanırken en çok tercih ettiğiniz aygıt hangisidir?
11. Bunun dışında eklemek istediğiniz var mı?

Ek.3 Şiddet İçerikli Video Kodlama Formu

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kodlayıcı No										
Video No										
Video Süresi	dakika.									
Video Yayıncısı										
Video Kaynağı Sosyal Medya Platformu										

İÇERİK ANALİZİ	Şiddet Unsurlarına Ait Tekrar Sayısı																																						Toplam
SÖZEL ŞİDDET																																							
Küfür																																							
Argo																																							
Bağırma																																							
Nefret																																							
Alay																																							
Tehdit																																							
Lanet Okuma																																							
FİZİKSEL ŞİDDET																																							
Dövme (Tekme, Tokat vs)																																							
Bir Araçla Dövme (Sopa vs)																																							
İtme Kalkma																																							
Çevreye ve Eşyaya Zarar Verme																																							
Ateşli ve Delici Silahlar Kul.																																							
İşkence																																							
Ağır Yaralanma Görüntüleri																																							
PSİKOLOJİK ŞİDDET																																							
Korkutma																																							
Suçla Yöneltilme																																							
Aşağılama																																							
Tesvik Etme (Alkol, Sigara vs.)																																							
CİNSEL ŞİDDET																																							
İfşacılık																																							
Röntgencilik																																							
Pornografik Öğeler																																							
Kıyafet Çıkarma (Teşhircilik)																																							
Cinsel Aşağılama																																							
Kaba Cinsel Şakalar																																							
SİBER ŞİDDET																																							
Oyun hesabı çalma																																							
Takipçi Olmaya Zorlama																																							
EKONOMİK ŞİDDET																																							
Maddi Bağış Talep Etme																																							
OLUMSUZ DAVRANIŞLAR																																							
Ayrımcılık																																							
Alkol İçmek																																							
Sigara İçmek																																							
Uyuşturucu Tüketmek																																							
Kanunsuzluğu Özendirmek																																							

Ek.4 Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri Karma Çalışma Anketi

Sevgili öğrenciler,

Bu anket Ankara Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Gökhan KIZILIŞIKOĞLU'nun “Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri” isimli tez çalışması için yapılmaktadır. Bu anket lise kademesinde öğrenim gören öğrencilerin oyun videoları hakkındaki davranışlarını belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Vereceğiniz yanıtlar sadece bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Yapılan bu çalışmada isminizi yazmanıza gerek yoktur.

Tüm sorulara samimiyetle cevap vereceğinizi umarak çalışmaya katkılarınız için teşekkür ederim. Lütfen soruları tam olarak okuduktan sonra kendinize en uygun olan cevabı işaretleyiniz.

Doç. Dr. Ayfer ALPER
Tez Danışmanı

Gökhan KIZILIŞIKOĞLU
Yüksek Lisans Öğrencisi

Anket Formu

1. Hangi sınıf düzeyinde eğitim görüyorsunuz?
a) 9.sınıf b) 10.sınıf c) 11.sınıf d) 12.sınıf
2. Cinsiyetiniz?
b) Kız b) Erkek
3. Okul Türünüz?
c) Anadolu Lisesi b) İmam Hatip Lisesi c) Mesleki ve Teknik Lise d) Diğer.....
4. En çok kullandığınız sosyal medya platformu hangisidir?
d) Youtube e) Twitter
f) Twitch g) Snapchat
h) Instagram f) Facebook
Diğer.....
5. En çok oynadığınız dijital oyunlar hangileridir?
a) LOL (League of Legends) b) Call of Duty
c) Valorant d) FIFA / PES serisi
e) Cs:Go (Counter-Strike: Global Offensive) f) World of Warcraft
g) Fortnite h) Rainbow Six:Siege
i) PUBG (PlayerUnknown's Battlegrounds) j) Ring of Elysium
k) GTA V veya GTA RP (Grand Theft Auto) l) Outlast 2
m) Dota 2 n) Among Us
o) Diğer.....
6. Oyun oynamaya günlük ortalama ne kadar zaman harcıyorsunuz?
a) 1 saatten az b) 1-2 saat c) 2-3 saat
e) 4-5 saat f) 5 saat ve üzeri
d) 3-4 saat
7. Oyun oynamak için en çok kullandığınız aygıt hangisidir?
a) Cep Telefonu b) Bilgisayar c) Oyun Konsolu d) Tablet
e) Diğer.....
8. Oyun oynayama ayırdığınız vakit, aile üyeleri ile sosyal ilişkilerinizi nasıl etkiler?

- a) Olumlu yönde etkiler b) Olumsuz yönde etkiler c) Bir etkisi yoktur
9. Oyun oynayama ayırdığınız vakit, günlük arkadaşlarınız ile sosyal ilişkilerinizi nasıl etkiler?
- a) Olumlu yönde etkiler b) Olumsuz yönde etkiler c) Bir etkisi yoktur
10. Arkadaşlarınız arasında yaptığınız şakalarda veya sohbetlerde kullandığınız kelimelerin, büyükleriniz tarafından (Öğretmen, anne, baba, amca, teyze, dede vb.) bilinmediği oluyor mu?
- a) Evet b) Hayır c) Bazen
11. Oyun oynamanın ders çalışmanızı etkilediğini düşünüyor musunuz?
- a) Evet b) Hayır c) Bazen
12. Korona virüs (Pandemi) döneminde oyun oynama alışkanlığınız nasıl değişti?
- a) Arttı b) Azaldı c) Bir değişiklik olmadı
13. Sosyal medya platformlarında yayımlanan oyun videolarını izliyor musunuz?
- a) Evet b) Hayır c) Konu hakkında fikrim yok

****13.soruya cevabınız “evet” ise diğer sorulara geçiniz.**

14. Oyun videolarını izlemek için günlük ortalama ne kadar zaman harcıyorsunuz?
- a) 1 saatten az b) 1 – 2 saat c) 2 – 3 saat
- d) 3-4 saat e) 4-5 saat f) 5 saat ve üzeri
15. Oyun videolarını hangi sosyal medya platformlarını kullanarak izliyorsunuz?
- a) Twitch b) Youtube c) Facebook
- d) Dlive e) Nonolive f) Bigolive
- g) Diğer:.....
-
16. Oyun videolarının hangi yayınlarını izlemekten keyif alıyorsunuz?
- a) Canlı yayınları b) Kayıtlı Yayınları c) Fark etmez
17. Oyun videolarını niçin izliyorsunuz?
- a) İyi bir oyuncu olmak ve yeni taktikler öğrenmek için
- b) Vakit geçirmek için
- c) Sıkıldığım için
- d) Sahip olduğum donanım o oyunu oynamaya yetmediği için
- e) Yeni bir oyun satın almadan önce görmek için
- f) Diğer:.....
18. Hangi oyunlara ait oyun videolarını izliyorsunuz?
- a) LOL (League of Legends) b) Call of Duty
- c) Valorant d) FIFA / PES serisi
- e) Cs:Go (Counter-Strike: Global Offensive) f) World of Warcraft
- g) Fortnite h) Rainbos Six:Siege
- i) PUBG (PlayerUnknown's Battlegrounds) j) Ring of Elysium
- k) GTA V veya GTA RP (Grand Theft Auto) l) Outlast 2
- m) Dota 2 n) Among Us
- o) Diğer:.....
19. Oyun videolarını günün hangi vakitlerinde izliyorsunuz?

- a) Sabah (07:00 – 11:00) b) Öğle (11:00 – 17:00)
c) Akşam (17:00 – 00:00) d) Gece (00:00 – 07:00) e) Belirli bir zaman yok

20. Oyun videosu izlemek için en çok kullandığınız aygıt hangisidir?
a) Cep telefonu b) Bilgisayar c) Televizyon d) Diğer.....
21. Oyun videolarında öğrendiğiniz olumsuz davranışları arkadaşlarınız arasında kullanıyor musunuz? (Siz veya bir başkası olabilir)
a) Evet b) Hayır c) Bazen
22. Oyun videolarında sizi rahatsız eden unsurlar var mı? Özellikle rahatsız eden bir unsur varsa noktalı kısma yazınız.
a) Evet b) Hayır c) Bazen

-
23. İzlediğiniz oyun videolarının içeriğinden, yapılan sohbetlerden, oynanan oyundan, yayıncının kimliğinden vb. ebeveynlerinizin bilgisi var mı?
a) Evet b) Hayır c) Kısmen
24. Yapmaktan keyif aldığınız etkinlikleri sıralamanız istendiğinde oyun videolarını izlemek kaçınıcı sırada yer alır?
a) 1. Sırada b) 2. Sırada c) 3. Sırada
d) 4. Sırada e) 5 ve üstü sırada
25. Korona virüs (Pandemi) döneminde oyun videosu izleme alışkanlığınız nasıl değişti?
a) Arttı b) Azaldı c) Bir değişiklik olmadı
26. Gece yarısı yayınlanan (03:00 – 05:00 saatleri) oyun videolarını izliyor musunuz?
a) Evet b) Hayır c) Bazen

****Bu soruya cevabınız “hayır” ise 20. 21. ve 22.soruları cevaplamayınız!**

27. Gece yarısı yayınlanan oyun videolarını niçin izliyorsunuz? Kısaca yazınız.
.....
28. Gece yarısı oyun videosu izlediğinizi ebeveynleriniz biliyor mu?
a) Evet b) Hayır c) Bazen
29. Gece yarısı izlediğiniz oyun videolarının içeriğinden ebeveynlerinizin bilgisi var mı?
a) Evet b) Hayır c) Kısmen

**Verdiğiniz cevaplar için teşekkür ederim. Ankette yer almayan ancak oyun videoları hakkında bilinmesi gereken başka hususlar varsa lütfen aşağıya yazınız.*

.....

.....

Ek.5 Şiddet Eğilim Ölçeği İzni

31 Ara 2019 Sal
09:48

**Gokhan
Kizilisikoglu**

Alıcı: haskan

Değerli Hocam,

Ben Ankara Üniversitesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi Gökhan KIZILIŞIKOĞLU. Dijital oyunların, ortaöğretim öğrencilerinin şiddet içeren davranışlarına yönelik yaptığım tez çalışmam esnasında ölçeğinizin birçok çalışmada kullanıldığını gördüm. Ancak bir türlü ölçeğinizin son haline ulaşamadım. Vaktiniz olursa, rica etsem ölçeğinizin son halini bana yollar mısınız?

Vaktinizi aldığım için özürlerimi sunar, mutlu bir yıl dilerim..

--

Gokhan KIZILISIKOGLU

**Ozlem HASKAN
AVCI**

6 Ocak Pzt
13:39

Alıcı: ben

Merhabalar

Ölçeği ekte gönderiyorum, 10. madde reverse olup tersinden puanlanmaktadır. Alt ölçek bulunmayıp toplam puana göre değerlendiriliyor. Detaylı bilgilere Eğitim ve Bilim dergisi 2012 online arşivinden ulaşabilirsiniz.

İyi çalışmalar dileklerle.

--

Yrd. Doç. Dr. Özlem Haskan Avcı
Hacettepe Üniversitesi
Eğitim Fakültesi
Eğitim Bilimleri Bölümü
Psikolojik Danışma ve Rehberlik Anabilim Dalı
Tlf: 03122978550

Ek.6 Etik Kurul Onayı

ANKARA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ALT ETİK KURULU KARAR ÖRNEĞİ

Karar Tarihi : 12/02/2021
Toplantı Sayısı : 3
Karar Sayısı : 47

47-Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi **Gökhan Kızılsıkoğlu**'nun "Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri" başlıklı tezi ile ilgili "İnsan Üzerinde Yapılan Klinik Dışı Araştırmalar Başvuru Formu" Etik Kurulumuzca incelendi.

Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi **Gökhan Kızılsıkoğlu**'nun "Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri" başlıklı tezinin araştırma protokolüne uyulması ve etik onay tarihinden itibaren geçerli olması koşuluyla uygulanmasının etik açıdan uygun olduğuna oybirliği ile karar verildi.



BENZERLİK BİLDİRİMİ

“Oyun Videolarının Ortaöğretim Öğrencilerinin Okul İçi Şiddete Yönelik Davranışlarına Etkileri” başlıklı tezimin ana bölümü (ön bölüm, kaynaklar ve ekler hariç) Turnitin İntihali Engelleme Programı aracılığıyla incelenmiş ve ilgili rapor danışmanım tarafından da kontrol edilmiştir. Kontrol sırasında (1) “Beş sözcükten daha az olan benzeşmeler” (2) “Kaynaklar” (3) “Doğrudan Alıntılar” dışarıda tutulmuştur. Benzerlik kontrolüne ilişkin rapordan elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Rapor Tarihi	: 17/06/2021
Gönderim Numarası	: 1607921654
Sayfa Sayısı	: 144
Sözcük Sayısı	: 37699
Karakter Sayısı	: 243273
Benzerlik Oranı	: %10
Savunma Tarihi	: 15/ 06/ 2021

Yukarıda belirtilen sonuçları gösteren Turnitin İntihali Engelleme Programı’na ilişkin orijinal raporu, sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmaksızın bu beyanım ekinde Enstitüye teslim ettiğimi, tezimin %10’dan fazla benzerlik oranı içerdiğinin belirlenmesi durumunda, bundan doğabilecek tüm yasal sorumluluğu kabul ettiğimi bildirir, saygılarımı sunarım.

Öğrencinin Adı Soyadı: Gökhan KIZILIŞIKOĞLU
Tarih: 17 / 06/ 2021

İmza:



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Gökhan KIZILIŞIKOĞLU
Doğum Yeri :
Doğum Tarihi :
Cinsiyeti :
En Son Görevi :
En Son Görev Yeri :
Askerlik Durumu :
Cep Telefonu :
E-mail Adresi :



EĞİTİM BİLGİLERİ

02/06/2008 Lisans
Hacettepe Üniversitesi-Eğitim Fakültesi-Bilgisayar ve
Öğretim Teknolojileri Eğitimi/Öğretmenliği-Bilgisayar ve
Öğretim Teknolojileri Eğitimi/Öğretmenliği

İŞ TECRÜBESİ

02.2020-Şu ana kadar	Bilişim Teknolojileri Rehber Öğretmenliği (Görevlendirme)-Anıttepe Anadolu Lisesi (ANKARA/ÇANKAYA)	Süre:1 yıl
09.2019-Şu ana kadar	Öğretmen-Anıttepe Anadolu Lisesi (ANKARA/ÇANKAYA)	Süre:1 yıl 5 ay
09.2017-09.2019	Müdür Yardımcısı-Şehit Savaş Batu Ortaokulu (ANKARA/ALTINDAĞ)	Süre:2 yıl
03.2016-08.2017	Müdür Yardımcısı (Görevlendirme)-Şehit Savaş Batu Ortaokulu (ANKARA/ALTINDAĞ)	Süre:1 yıl 5 ay
01.2016-09.2017	Öğretmen-Şehit Savaş Batu Ortaokulu (ANKARA/ALTINDAĞ)	Süre:1 yıl 7 ay
12.2015-01.2016	Öğretmen (Görevlendirme)-Şehit Savaş Batu Ortaokulu (ANKARA/ALTINDAĞ)	Süre:1 ay
06.2015-01.2016	Öğretmen-23 Nisan Ortaokulu (ANKARA/KEÇİÖREN)	Süre:7 ay
10.2013-04.2014	Şube Müdürü (Görevlendirme)-İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü (SİİRT/PERVARI)	Süre:6 ay
11.2012-05.2013	Müdür Yardımcısı (Görevlendirme)-Ekindüzü Ortaokulu (SİİRT/PERVARI)	Süre:6 ay
06.2012-06.2015	Öğretmen-Ekindüzü Ortaokulu (SİİRT/PERVARI)	Süre:3 yıl
06.2011-06.2012	Öğretmen-Ekindüzü İlköğretim Okulu (SİİRT/PERVARI)	Süre:1 yıl

09.2010-06.2011	Sözleşmeli Öğretmen(657 S.K. 4/B)-Ekindüzü İlköğretim Okulu (SİİRT/PERVARİ)	Süre:3 ay
07.2006-07.2006	-ÖZEL İŞYERİ (AYDIN/MERKEZ)	Süre:0 ay

BİLİMSEL ÇALIŞMALAR

- Makale Kızılışıkoğlu, G. & Canpolat, Ö. (2021). *Türkiye'nin farklı bölgelerinde görev yapan bilişim teknolojileri öğretmenlerinin elektrikli ve elektronik atıklara ilişkin farkındalık düzeyleri*. International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 7(42): 311-326. Doi: 10.31576/smryj.770
- Konferans Bildirisi Alper, A., Kızılışıkoğlu, G., Erdur, S., Şanlı, M., Bilgin, M.M. (2018). *Teachers' Use Of Social Networks For Education*.International Congress Of Human Studies: Milli Kütüphane. Doi: 978-605-9636-52-0

HİZMET İÇİ FAALİYETLER

- 24/02/2020- 2.02.08.11.001 - Çalışanların Temel İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi Kursu - (F.No:2020060893 - F.Türü:Kurs - Katılım Türü:Kursiyer)
- 25/02/2020
- 30/10/2018- 2.01.01.02.029 - Kapsayıcı Eğitim Yöneticilerin Eğitimi Kursu - (F.No:2018061214 - F.Türü:Kurs - Katılım Türü:Kursiyer)
- 05/11/2018
- 27/04/2018- ÖZEL ÖĞRENME GÜÇLÜĞÜ FARKINDALIK EĞİTİMİ SEMİNERİ - (F.No:2018060457 - F.Türü:Seminer (Serbest) - Katılım Türü:Kursiyer)
- 27/04/2018
- 19/06/2017- 4.01.01.02.008 - Proje Hazırlama Yöntem ve Uygulamaları Kursu - (F.No:2017061005 - F.Türü:Kurs - Katılım Türü:Kursiyer)
- 23/06/2017
- 23/01/2017- 4.01.03.01.006 - Doküman Yönetim Sistemi Kursu - (F.No:2017060443 - F.Türü:Kurs - Katılım Türü:Kursiyer)
- 24/01/2017
- 21/04/2015- TAŞINIR YÖNETİMİ SEMİNERİ - (F.No:2015560024 - F.Türü:Seminer (Serbest) - Katılım Türü:Kursiyer)
- 21/04/2015

ALDIĞI ÖDÜLLER

- 17/07/2014 Başarı Belgesi - (Veriliş Nedeni:Çalışkanlık - Veren Makam:Kaymakamlık)