

T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

**DİJİTAL OYUNLARIN İLETİŞİM DİNAMİKLERİ:
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK
BİR ARAŞTIRMA**

İbrahim KAHRAMAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Prof. Dr. Başak SOLMAZ

Konya-2022

ÖNSÖZ

Öncelikle, hayatımın hiçbir anında beni yalnız bırakmayan en değerli varlığım olan aileme, bu süreçte de desteklerini benden esirgemedikleri için minnet ve sevgilerimi sunar, bu çalışmayı onlara ithaf ederim.

Tez çalışmam süresince sabrını ve desteğini benden esirgemeyen saygıdeğer hocam ve danışmanım Prof. Dr. Başak SOLMAZ başta olmak üzere, kendileriyle tanıştığımız günden itibaren tecrübelerini, bilgilerini ve değerli vakitlerini esirgmeden bana yol gösteren kıymetli hocalarım Dr. Öğr. Üy. Havva Nur TARAKCI ve Dr. Öğr. Üy. Nagihan TUFAN YENİÇIKTI'ya saygı ve şükranlarımı sunarım.

Büyük bir keyifle kaleme aldığım çalışmamın, yeni çalışmalara ilham olması ve fayda sağlaması dileğiyle, eğitim hayatım boyunca ilgilerini ve desteklerini benden esirgemeyerek yolumu aydınlatan tüm değerli büyüklerime ve hocalarıma teşekkür ederim.

İbrahim KAHRAMAN

Konya 2022



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	İbrahim KAHRAMAN		
	Numarası	184221001009		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	☒	Doktora ☐
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Başak SOLMAZ		
Tezin Adı		Dijital Oyunların İletişim Dinamikleri: Selçuk Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma		

ÖZET

Dijitalleşme ile evrim geçiren oyunlar yeni iletişim ortamlarının oluşmasını sağlamıştır. Aidiyet, özgürlük, para kazanmak, iyi vakit geçirmek ve sosyalleşmek gibi çeşitli amaçlarla oynanan dijital oyunlar, farklı alanlarda karşımıza çıkmakta ve her yaştan bireyi kendi ortamına dâhil edebilmektedir. Gerçek dünyanın alternatifi olarak ifade edilebilecek olan dijital oyunların sanal dünyasında bireyler, alternatif yaşamlar sürerek sanal-sosyal bir varlık göstermektedir. Bu noktada akla, insanların dijital oyunlarda nasıl iletişim kurdukları, kurulan iletişimin kapsamının ne olduğu ve birey üzerinde ne kadar etkili olduğu gibi sorular gelmektedir. Bu sorulara yanıt bulmak amacıyla şekillendirilen çalışmada, dijital oyunların iletişim dinamikleri ve oyuncuların bu dinamikleri kullanımları ele alınmıştır. Öncelikle literatür taraması yapılarak dijital oyunlara kavramsal ve kuramsal açıdan giriş yapılmıştır. Ardından, iletişim olanakları bakımından zengin olan çeşitli dijital oyunlar incelenerek bu ortamlarda nasıl iletişim kurulduğuna dair bir sınıflama ortaya konulmuştur. Alan araştırma bölümünde ise, dijital oyun oynamak ve oyunlarda iletişim kurmak ile ilgili tutum ve davranışları belirlemek amacıyla, daha aktif bir sosyal hayata sahip oldukları varsayılan genç yaştaki 387 Selçuk Üniversitesi öğrencisine anket uygulanmıştır. Yapılan analizlerde, kadınlara kıyasla erkeklerin dijital oyunlarda daha fazla varlık gösterdikleri ve dijital oyunlardaki iletişimin yüz yüze iletişim kurma becerisi üzerinde

olumsuz etkisinin olmadığı gibi önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların dijital oyun oynama ve oyunlarda iletişim kurma davranışlarının bazı demografik özelliklere göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Oyun, Dijitalleşme, Dijital Oyun, İletişim





T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin

Adı Soyadı	İbrahim KAHRAMAN		
Numarası	184221001009		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım		
Programı	Tezli Yüksek Lisans	☒	Doktora ☐
Tez Danışmanı	Prof. Dr. Başak SOLMAZ		
Tezin Adı	Communication Dynamics of Digital Games: A Research on Selçuk University Students		

ABSTRACT

Games that evolved with digitalization, enabled the creation of new communication environments. Digital games played for various purposes such as feeling emotions of belonging, freedom, making money, having a good time and socializing, appear in different areas and can include individuals of all ages in their own environment. In the virtual world of digital games, individuals show a virtual-social existence by living alternative lives. At this point, the questions come to mind about how people communicate in digital games, what is the scope of the established communication and how effective it is on the individual. In this study, which was shaped to find answers to these questions, the communication dynamics of digital games and the use of these dynamics by the players were discussed. After a conceptual and theoretical introduction to digital games, various digital games were analyzed and a classification was put forward on how to communicate in these environments. Then, a survey was applied to 387 Selçuk University students, who are assumed to have a more active social life, in order to determine the attitudes and behaviors related to playing digital games and communicating in it. In the analyzes made, important results were obtained such as that men show more presence in digital games compared to women, and that communication in digital games does not have negative effects on the ability to communicate face-to-face. In addition, it was observed that the

participants' behaviors of playing digital games and communicating in its differed significantly according to some demographic characteristics.

Keywords: Game, Digitalization, Digital Game, Communication



İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖNSÖZ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	x
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: OYUN VE DİJİTAL OYUNLAR	3
1.1. Oyun Kavramı	3
1.2. Oyunun Sınıflandırılması	10
1.3. Dijitalleşme	15
1.4. Dijital Oyun.....	16
1.5. Dijital Oyunların Gelişim Süreci.....	27
1.6. Dijital Oyun Türleri.....	37
1.6.1. Oynandığı Platforma Göre Dijital Oyunlar	41
1.6.2. İçeriğine Göre Dijital Oyunlar.....	43
1.6.3. Görüş Açısına Göre Dijital Oyunlar.....	47
1.6.4. Oyuncu Sayısına Göre Dijital Oyunlar.....	48
1.6.5. Amacına Göre Dijital Oyunlar	50
1.7. Dijital Oyun Oynama Nedenleri	54
1.8. Oyunlara Yönelik Yaklaşımlar/Kuramlar	63
1.8.1. Klasik Kuramlar	64
1.8.2. Dinamik/Modern/Çağdaş Kuramlar	66

1.8.3. Naratoloji ve Ludoloji Tartışması	74
1.8.4. Baudrillard ve Simülasyon Evreni.....	82
1.9. Dijital Oyunların Etkileri	85
İKİNCİ BÖLÜM: DİJİTAL OYUNLARDA İLETİŞİM.....	98
2.1. İletişim.....	98
2.2. İletişim Süreci ve Öğeleri.....	100
2.3. Yeni İletişim Ortamı.....	103
2.4. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Dijital Oyunlar	110
2.4.1. Dijital Oyunların İletişim Kanalları.....	120
2.4.1.1. Oyun İçi İletişim Kanalları	125
2.4.1.1.1. Sesli İletişim Kanalları.....	125
2.4.1.1.2. Yazılı İletişim Kanalları.....	129
2.4.1.1.3. Görsel İletişim Kanalları.....	132
2.4.1.2. Oyun Dışı İletişim Kanalları.....	136
2.4.1.2.1. Oyun Dışı Dijital İletişim Kanalları.....	136
2.4.1.2.1.1. Dijital Oyun Marketleri.....	136
2.4.1.2.1.1.1. Mobil Oyun Marketleri.....	137
2.4.1.2.1.1.2. Konsol Oyun Marketleri.....	138
2.4.1.2.1.1.3. Bilgisayar Oyun Marketleri.....	139
2.4.1.2.1.2. İletişim Programları	142
2.4.1.2.2. Oyun Dışı Yüz Yüze İletişim Kanalları.....	145
2.4.1.3. Diğer İletişim Kanalları	147
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: DİJİTAL OYUNLARIN İLETİŞİM DİNAMİKLERİNE	
İLİŞKİN ALAN ARAŞTIRMASI VE BULGULARI	150
3.1. Metodoloji	150
3.1.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi.....	150

3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Soruları	151
3.1.3. Araştırma Yöntemi ve Modeli.....	151
3.1.4. Veri Toplama Aracı.....	152
3.1.5. Araştırmanın Örnekleme.....	154
3.1.6. Araştırma Süreci.....	154
3.1.7. Araştırmanın Sınırlılıkları	155
3.2. Dijital Oyun Oynama ve Dijital Oyunlarda İletişim Kurmaya İlişkin Elde Edilen Bulgular	155
3.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	155
3.2.2. Katılımcıların Dijital Oyun Oynamak ve Dijital Oyunlarda İletişim Kurmak ile İlgili Tutum ve Davranışları.....	160
3.2.3. Dijital Oyunlarda İletişime Dair Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelerin Analizleri.....	175
3.2.3.1. Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları.....	176
3.2.3.2. Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları	180
3.2.3.3. Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları.....	182
3.2.3.4. Dijital Oyunlarda İletişime Dair Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Korelasyon Analizi Sonuçları.....	185
3.2.4. Dijital Oyun Oynamak ve Dijital Oyunlarda İletişim Kurmak ile İlgili Tutum ve Davranışların Demografik Özelliklere Göre Farklılaşma Durumu .	187
3.2.4.1. Demografik Özelliklere Göre Dijital Oyun Oynama Amaçları	187
3.2.4.2. Demografik Özelliklere Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı.....	189

3.2.4.3. Demografik Özelliklere Göre Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkileri	191
3.2.4.4. Dijital Oyun Oynamak ve Oyunlarda İletişim Kurmak ile İlgili Diğer Bazı Analizler	193
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	213
KAYNAKÇA	223
EKLER.....	245
EK-1: ANKET FORMU	245



KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

AR: Augmented reality (Artırılmış Gerçeklik)

BAU: Bahçeşehir Üniversitesi

BMW: Bayerische Motoren Werke/Bavarian Motor Works

CD: Compact Disc (Yoğun Disk)

CS:GO: Counter-Strike: Global Offensive

DVD: Digital Versatile Disc (Çok Amaçlı Sayısal Disk)

ENIAC: Electronic Numerical Integrator and Computer

E-SPOR: Electronic Sports

FPS: First Person Shooter (Birinci Şahıs Nişancı)

GG: Good Game

GOG: Good Old Games

HTC: High Tech Corporation (Yüksek Teknoloji Şirketi)

LAN: Local Area Network (Yerel Ağ Bağlantısı)

MMOG: Massively Multiplayer Online Games (Devasa Çok Oyunculu Çevrim içi Oyun)

MOBA: Multiplayer Online Battle Arena (Çok Oyunculu Çevrim İçi Savaş Arenası)

MÖ: Milattan Önce

MUD: Multi-User Dungeon (Çok Kullanıcılı Zindan)

NPC: Non Player Character (Oyuncu Olmayan Karakter)

PC: Personel Computer (Kişisel Bilgisayar)

PSP: Play Station Portable

PUBG: PlayerUnknown's Battlegrounds

RAM: Random Access Memory (Rastgele Erişimli Bellek)

RPG: Rol Playing Games (Rol Yapma Oyunları)

RTS: Real Time Strategy (Gerçek Zamanlı Strateji)

TBS: Turn Based Strategy (Sıra Tabanlı Strateji)

TDK: Türk Dil Kurumu

TPS: Third Person Shooter (Üçüncü Şahıs Nişancı)

TV: Televizyon

VR: Virtual Reality (Sanal Gerçeklik)



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1: Oyunların Sınıflandırılması.....	13
Tablo-2: Oyun Türleri, Mekaniği ve Anlatı Odağı.....	76
Tablo-3: Konzack’a Göre Oyun Araştırmalarında Temel Yaklaşımlar.....	80
Tablo-4: Katılımcıların Cinsiyeti.....	155
Tablo-5: Katılımcıların Yaşı.....	156
Tablo-6: Katılımcıların Eğitim Gördüğü Fakülteler.....	156
Tablo-7: Katılımcıların Eğitim Düzeyi.....	157
Tablo-8: Katılımcıların Sınıf Düzeyi.....	158
Tablo-9: Katılımcıların Medeni Durumu.....	158
Tablo-10: Katılımcıların Çalışma Durumu.....	159
Tablo-11: Katılımcıların Aylık Ortalama Geliri.....	159
Tablo-12: Katılımcıların Sosyallik Düzeyleri.....	160
Tablo-13: Tercih Edilen Dijital Oyun Platformları.....	161
Tablo-14: Tercih Edilen Dijital Oyun Türleri.....	161
Tablo-15: Bir Yılda Satın Alınan Dijital Oyun Sayısı.....	162
Tablo-16: Bir Yılda Dijital Oyunlara Harcanan Para Miktarı.....	163
Tablo-17: Toplam Dijital Oyun Oynama Süresi.....	164
Tablo-18: Bir Haftada Dijital Oyunlara Ayrılan Süre.....	164
Tablo-19: Gün İçinde Dijital Oyun Oynama Zamanının Seçimi.....	165
Tablo-20: Dijital Oyunlarda Öncelikli Olarak Tekli ya da Çoklu Oyun Tercihi....	165
Tablo-21: Dijital Oyunlarda Oyun Arkadaşı Tercihi.....	166
Tablo-22: Dijital Oyunlarda İletişim Kanalı Tercihleri.....	166
Tablo-23: Katılımcıların Genel Olarak Yabancı Dil Yeterlilik Seviyesi.....	167
Tablo-24: Bilinen Yabancı Diller.....	168
Tablo-25: Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişi Sayısı.....	169
Tablo-26: Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişilerle Yüz Yüze Görüşme Oranı.....	170
Tablo-27: Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişilerle İletişimi Sürdürme Oranı.....	170
Tablo-28: Dijital Oyunlardaki İletişimin Gerçek Dünyadaki İletişime Etkisi.....	171
Tablo-29: Dijital Oyunlar Beni Daha Sosyal Bir İnsan Yapar.....	172
Tablo-30: Dijital Oyunlar Uzak Mesafedeki İnsanlarla İletişim Kurmamı Sağlar.	173

Tablo-31: Dijital Oyunlardaki İletişim, Diğer Oyuncuları ve Onların Kültürlerini Öğrenmemi Sağlar	173
Tablo-32: Dijital Oyunlardaki İletişim Bana Gerçek Dünyadaki İletişime Kıyasla Daha Kolay Gelir	174
Tablo-33: Dijital Oyunlarda Kurulan Uzak Mesafeli İletişime Alıştığım için Yüze Yüze İletişim kurmakta Zorluk Yaşarım	175
Tablo-34: Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin Faktörlerin ve Tüm İfade Grubunun Tanımlayıcı Analizleri	177
Tablo-35: Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin İfadelerin Faktörlere Göre Dağılımı	178
Tablo-36: Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı Analizleri	179
Tablo-37: Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin İfade Grubunun Tanımlayıcı Analizleri	180
Tablo-38: Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin İfadeler ve Faktör Yükleri	181
Tablo-39: Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı Analizleri	181
Tablo-40: Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin İfadelerin Genel Tanımlayıcı Analizleri	183
Tablo-41: Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin İfadelerin Faktörlere Göre Dağılımı	184
Tablo-42: Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı Analizleri	184
Tablo-43: Korelasyon Analizi Sonuçları	186
Tablo-44: Dijital Oyun Oynama Amaçlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	187
Tablo-45: Dijital Oyun Oynama Amaçlarının Sosyallik Düzeylerine Göre Farklılaşma Durumu	188
Tablo-46: Cinsiyete Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı	189
Tablo-47: Medeni Duruma Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı..	190

Tablo-48: Sosyallik Düzeylerine Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı	190
Tablo-49: Dijital Oyun Arkadaşlarından Etkilenme Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	191
Tablo-50: Dijital Oyun Arkadaşlarından Etkilenme Düzeylerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumu	192
Tablo-51: Dijital Oyun Arkadaşlarından Etkilenme Düzeylerinin Sosyallik Düzeylerine Göre Farklılaşma Durumu.....	192
Tablo-52: Cinsiyete Göre Dijital Oyun Platformu Tercihi	194
Tablo-53: Cinsiyete Göre Tercih Edilen Dijital Oyun Türleri.....	195
Tablo-54: Dijital Oyunlara Harcanan Para Miktarının Cinsiyete ve Aylık Ortalama Gelire Göre Farklılaşma Durumu	196
Tablo-55: Cinsiyete Göre Haftalık Dijital Oyun Oynama Süresi ve Oyun Süresinin Sosyallik Düzeyi Üzerine Etkisi	198
Tablo-56: Medeni Duruma Göre Oyunlarda Sosyalleşme İfadesine Katılma Durumu	200
Tablo-57: Cinsiyete Göre Gün İçerisinde Dijital Oyun Oynama Durumu	201
Tablo-58: Dijital Oyunlarda Tercih Edilen İletişim Kanallarına Göre Oyunlarda Sosyalleşme İfadesine Katılma Durumu.....	202
Tablo-59: Cinsiyete ve Sosyallik Düzeylerine Göre Öncelikli Dijital Oyun Tercihi	203
Tablo-60: Cinsiyete Göre Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişi Sayısı	205
Tablo-61: Cinsiyete ve Yüz Yüze Görüşme Durumuna Göre İletişim Sürdürme Durumu	206
Tablo-62: Sosyallik Düzeylerine Göre Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişi Sayısı.....	208
Tablo-63: Sosyallik Düzeylerine ve Yüz Yüze Görüşme Durumuna Göre İletişim Sürdürme Durumu	209
Tablo-64: Cinsiyete Göre Dijital Oyunlardaki İletişimin Kolaylığı	210
Tablo-65: Sosyallik Düzeylerine ve Cinsiyete Göre Dijital Oyun Temelli Nedenlerle Yüz Yüze İletişimde Zorluk Yaşama Durumu	211

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil-1: Dijital Oyunların Yapısal Parçaları	18
Şekil-2: Oyuncu ve Dijital Oyun Etkileşim Döngüsü	19
Şekil-3: Katot Işın Tüpü Eğlence Cihazı.....	30
Şekil-4: Tennis for Two	31
Şekil-5: Spacewar Oyunu	32
Şekil-6: İki Önemli Boyuta Göre Dijital Oyun Türlerinin Kavramsal Haritası	39
Şekil-7: İlgi Alanlarına Göre Oyuncu Tipleri	63
Şekil-8: Gerçek Dünya, Sanal Dünya ve Hayal Dünyasının Etkileşimi	120
Şekil-9: PUBG Mobile Oyun İçi Sesli İletişim Kanalları	126
Şekil-10: PUBG Mobile ve CSGO Oyun İçi Sesli İletişim Kanalları.....	127
Şekil-11: PUBG Mobile Oyun İçi Diğer Sesli İletişim Kanalları	128
Şekil-12: PUBG Mobile Oyun İçi Yazılı İletişim Kanalları	131
Şekil-13: Counter Strike: Global Offensive Oyun İçi Yazılı İletişim Kanalları	132
Şekil-14: PUBG Mobile ve Fortnite Karakter Animasyonları	134
Şekil-15: Fortnite ve Counter Strike: Global Offensive Sprey/Grafiti Örnekleri ...	135
Şekil-16: Steam Topluluk Ana Sayfası	140
Şekil-17: Oyun İçi Steam Arayüz Ekranı.....	140
Şekil-18: Twitch Canlı Yayın Platformu.....	144
Şekil-19: E3 Expo 2017, Gamescom 2019, League of Legends World Championship 2018 ve 2019 Organizasyonlarında Kaydedilen Bazı Görüntüler	146
Şekil-20: Dijital Oyun Daveti ve Raporlama Sistemi	148



GİRİŞ

Bilgisayar, internet ve yapay zekâ teknolojilerin gelişmesiyle birlikte dijital ortamlar insan hayatına dâhil olmuştur. Devam eden teknolojik gelişmelerle birlikte bu ortamlar her geçen gün hayatımızda daha fazla yer almaktadır. Zira teknolojik altyapıya sahip ülkelerde sağlık, güvenlik, eğitim, ticaret gibi alanlardaki resmi işlemler ve gündemi takip etmek, film izlemek, kitap okumak, sosyalleşmek gibi birçok günlük aktivite dijital ortamlarda gerçekleştirilebilmektedir. Bunların da ötesinde bireyler, alternatif bir sanal dünya niteliği taşıyan dijital oyunlarda kendilerine bir kimlik ve karakter oluşturarak alternatif yaşamlar sürebilmektedir. Karakterlerin, yapıların, olayların kodlar ve grafiklerle oluşturulduğu bu oyun dünyalarında bireyler, oyunun sınırları çerçevesinde varlık gösterebilmektedir. Ayrıca bireyler, diledikleri zaman yeni karakterler oluşturabilmekte, mevcut karakterlerini düzenleyebilmekte ve böylelikle sanal oyun dünyasında tekrar ve tekrar var olabilmektedir.

Bireyler, gerçek dünyanın sıkıntılarından uzaklaşmak ve keyifli vakit geçirmek gibi amaçların yanında iletişim kurarak sosyalleşmek için de dijital oyun oynayabilmektedir. Çünkü dijital oyunlar, sahip oldukları özellikler itibari ile sosyalleşmeye uygun bir yapıya sahiptir. Geleneksel anlamda yüz yüze olma zorunluluğunun ortadan kalktığı bu oyunlarda bireyler, çoğunlukla fiziksel olarak hareketsiz bir sosyalleşme ortamına girmektedir. Alışlagelmiş sosyallik anlayışına yeni boyutlar kazandıran bu yeni sosyalleşme biçimi, sanal-sosyal nitelikler taşımaktadır.

Dijital olsun ya da olmasın her oyunun kendine has bir dünyası vardır. Bu dünyalar oyunun sınırları ve kurallarına göre oluşmakta, kurulan iletişim de bu kapsamda ortaya çıkmaktadır. Dijital oyun dünyasında kurulan iletişim, gerçek dünyada olduğu gibi yazılı, sesli ve görsel olarak kişiler arasında, grup içinde ve kitlesel boyutta gerçekleştirilebilmektedir. Bu benzerliğin aksine gerçek dünya oyunlarından farklı olarak dijital oyunlar, oyun kolu, mikrofon, kulaklık gibi birtakım teknik donanımları ve bu donanımları kullanabilme becerisini gerektirmektedir. Dijital oyunlarda kurulan iletişim, bu teknik donanımlarla birlikte onları işler hale getiren oyun sistemi ve diğer çeşitli yazılımlar ile sağlanmaktadır. Öyle ki dijital oyunlar,

bilgisayar ile oyunu oynayan kişi arasında söz konusu oyun sistemi kullanılarak etkileşim kurulması temelinde ortaya çıkmış ve zamanla, aynı ortamda bulunan kişilerin yüz yüze iletişim kurarak oyun oynayabilecekleri bir duruma evrilmiştir. İnternet teknolojisinin gelişmesiyle ise, günümüzün çok oyunculu çevrim içi dijital oyunları ortaya çıkmıştır. Bireylerin fiziksel olarak aynı ortamda bulunmadıkları bu oyunlarda iletişim, oyun sistemi ve çeşitli ek dijital iletişim sistemleri ile kurulabilmektedir.

Dijital medyanın özelliklerini bünyesinde barındıran bu çevrim içi dijital oyunların genel yapısının birlikte oyun oynamak mantığı üzerine kurulu olması, oyuncuları iletişim kurmaya teşvik etmektedir. Bu iletişim, kişiler arasında sadece eğlenmek amacıyla kurulan basit bir süreç değildir. Zira dijital oyunlar, alanında yetkin kişilerin bir araya gelerek dijital grafik, kodlama, yapay zekâ tasarımı, seslendirme, animasyon, sahne kurma gibi işlemlerle oluşturdukları kapsamlı ve sistematik bir yapıya sahip olmaları nedeniyle ticari bir iletişimin kurulmasını da sağlamaktadır.

Bu yeni iletişim ortamını analiz edebilmek için öncelikle dijital ortamların temel yapısını ve özelliklerini anlamak, dijital dünyaya ilişkin ifade, tanım ve donanımların neler olduğunu bilmek gerekmektedir. İnsanların neden dijital oyun oynadıklarının, oyunlara yönelik yaklaşımların, oyun oynamanın insanlar, dolayısıyla da toplum üzerindeki etkilerine dair mevcut görüş ve çalışmaların incelenmesinde de fayda vardır. Bunların tümü için dijital oyunları da kapsayan oyun kavramını anlamak gerekmektedir. Bu doğrultuda öncelikle literatür taraması yapılarak oyun, dijitalleşme ve dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan dijital oyun kavramları ele alınmıştır. Ardından, iletişim olanakları bakımından zengin olan çeşitli dijital oyunlar ve diğer ilgili ortamlar incelenerek bu ortamlarda nasıl iletişim kurulduğuna dair bir sınıflama yapılmıştır. Çalışmanın alan araştırma bölümünde ise, amaçlı örneklem alma tekniklerinden biri olan ölçek örnekleme kullanılarak, dijital oyun oynamak ve oyunlarda iletişim kurmak ile ilgili tutum ve davranışları belirlemek amacıyla daha aktif bir sosyal hayata sahip oldukları varsayılan genç yaştaki 387 Selçuk Üniversitesi öğrencisine anket uygulanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM: OYUN VE DİJİTAL OYUNLAR

1.1. Oyun Kavramı

Yaşımız, cinsiyetimiz, yaşadığımız ülke, konuştuğumuz dil ya da inancımız ne olursa olsun oyun daima hayatımızdadır. Hatırlamasak da oyun oynamaya hayatımızın ilk yıllarında anne ve babamızla başlarız. Küçük yaşlarda, evde ya da sokakta arkadaşlarımızla satranç, yakalamaca, saklambaç, futbol gibi oyunlar oynarız. Büyüdükçe birçok tutum ve düşüncemiz gibi oyun anlayışımız da değişir. Kendi kendimize ya da bulunduğumuz yakın çevredeki insanlarla oynadığımız dart, satranç gibi oyunlara tavla, sahne oyunları, bilgisayar, telefon, konsol oyunları gibi birçok yeni oyunu ekler ve daha geniş bir çevrede oyun arkadaşları ediniriz. İlgi ve yeteneklerimiz doğrultusunda tiyatro ya da sinema sahnelerinde rol sergiler, bir spor dalında kazanmak için çaba gösteririz. Sahne sanatlarına ya da diğer çeşitli oyunlara ilgi duymasak bile yakınlarımızın düğünlerinde halk oyunu oynar, onlarla keyifli vakit geçiririz. Anlaşılabileceği üzere oyun, hayatımızın her döneminde farklı tür ve boyutlarda kendini göstermektedir.

Böylesine iç içe olunmasına rağmen oyunun tanımını yapmak oldukça zordur. Çünkü zaman içinde oyun araç ve aksesuarlarındaki değişimle birlikte oyunun ortamı ve tanımı da değişmiş, yeni anlamlar kazanmış (Sağlam, 2019, s. 6) ve kazanmaya devam etmektedir. Özellikle Türkçe “oyun” ve “oynamak” sözcükleri pek çok anlama sahiptir. Çocukların oyunları, dans, dramatik gösterimler, kâğıt, zar gibi şans oyunları ve sporla ilgili faaliyetlerin hepsi oyun sözcüğüyle ifade edilir. Tiyatro metni anlamında da kullanılan oyun sözcüğü, oyun etmek, oyun havası, oyun kâğıdı, oyun vermek, oyuna gelmek, oyuna çıkmak şeklinde türetilmektedir. Hem güzel oyunlar oynayan hem de hilekâr anlamında gelen oyunbaz gibi çok anlamlı kelimeler de bulunmaktadır. Sevinci belirten oynaya oynaya ikilemesi, düzeni bozan anlamındaki oyunbozan kelimesi ve oyuncak gibi kelimeler de oyunla ilgilidir (And, 2012, s. 36).

Bu anlam çeşitliliği, farklı disiplinlerden bilim insanlarının oyunlara dair yaptıkları açıklamalar nedeniyle artmaktadır. Bunun sonucunda net ve kapsamlı bir oyun tanımı yapmak daha güç hale gelmektedir.

Farklı bilim dallarının bakış açısıyla yapılan tanımlara örnek vermek gerekirse, oyuna psikolojik açıdan yaklaşan Berne (1966, s. 48) şu tanımı ortaya koymuştur;

“Oyun, iyice tanımlanmış, öngörülebilir bir sonuca doğru gelişen tamamlayıcı, gizli işlemler dizisidir. Betimsel olarak bu diziler, gizli bir motivasyona sahip, genellikle yinelenen, yüzeysel olarak makul olan veya daha çok konuşma dilinde tuzakla/kandırmaçayla veya hileyle yapılan bir dizi harekettir.

Berne’ye göre oyunlar, prosedürlerden, ritüellerden ve eğlencelerden, gizlilik kaliteleri ve getirileri bakımından ayrılmaktadır. Prosedürler başarılı, ritüeller etkili ve eğlenceler kârlı olabilmekle birlikte her üçü de tanımları gereği samimidir; yarışma içerebilir ancak çatışma olmayabilir ve dramatik olmayan sansasyonel bir sona sahip olabilir. Ancak her oyun temel olarak dürüst değildir ve oyunun sonucu sadece heyecan verici olmaktan ziyade dramatik nitelikler gösterebilmektedir (Berne, 1966, s. 48). Kısaca Berne oyunu, yerine göre yarışma ve çatışma içeren sonu dramatik veya heyecan verici, hileyle yapılan bir dizi davranış olarak değerlendirmiştir.

Felsefi bir bakış açısına sahip olan Platon’a göre oyun, iyi bir toplumun oluşturulması ve bedeninin kontrol edilmesine yönelik bir disiplin aracıdır. Platon’un tanımına zıt bir düşünceye sahip olan Aristoteles ise oyunu, özgürlüğün ve olumsuzluğun ifade alanı bulduğu bir etkinlik alanı olarak tanımlamıştır. Ona göre oyun boş zamanın faydalı ve zararsız bir şekilde geçirilmesi için vardır (Yengin, 2010, s. 89-90).

Jean-Jacques Rousseau, doğal bir ortamdaki oyunun, çocuğu uygarlaştırabileceğini savunurken; Kant oyunun ruhu özgürleştirdiğini savunmuştur. Schiller ise, oyunun bastırılmış enerjiyi açığa çıkardığını ifade etmiştir. Karl Groos da Platon gibi, yetişkin becerilerinin çocukluk yıllarında oyun oynarken kazanıldığını savunmuştur. John Dewey, Rousseau’dan etkilenerek çocuğun gelişiminde oyunun çok önemli olduğunu savunmuştur. Freud, bireyin sonraki yaşamında oyunun önemine dair yazılarıyla öncü bir rol oynamıştır (Bateson ve Martin, 2013, s.7).

Farklı disiplinlerde çeşitli bilim insanları tarafından ele alınan oyun kavramı sosyal bilimler literatürüne Hollandalı tarihçi Johan Huizinga tarafından kazandırılmıştır (Cecan, 2013, s. 29). Huizinga, “Homo Ludens: Oyunun Toplumsal

İşlevi Üzerine Bir Deneme” adlı eserinde “Homo Faber” (üreten/imalât yapan insan) ve “Homo Sapiens” (düşünür/akıllı insan) terimlerinin karşısına “Homo Ludens” (oyun oynayan insan) terimini çıkararak batı uygarlığında çağcıl bilimin ve felsefenin getirdiği iş, ritüel, din, önemli tarih olayları gibi önemli sonuç doğurucuların önceliği karşısında, oyunun bunlardan sonra gelen, bunların önemsiz bir uygulaması olduğu görüşünü değiştirmiştir (And, 2012, s. 27). Huizinga’ya (2006) göre oyun, fiziksel faaliyetin sınırlarını aşmaktadır ve anlam bakımından zengin bir işlemdir. Hangi açıdan ele alınırsa alınsın oyunun karakteri, özünde bulunan maddi olmayan bir unsurun varlığını açık etmektedir. Bu noktada oyunun, fiziksel bir eylem olmanın yanında sosyal bir olgu olduğu ve disiplinler arası bir konu olduğu ortaya çıkmaktadır (s. 17). Ayrıca oyun; hukuk, ticaret, endüstri, sanat, zanaat, şiir, bilgelik, bilim, dini ritüeller vb. doğmasında, yani kültürün ortaya çıkmasında önemli etkiye sahiptir. Başka bir deyişle oyun, kültürün bir temeli ve faktörüdür. Kültürel alan ile toplumsal yaşamı oyundan ayırmak güçtür. Çünkü şekillenmelerinde oyunun rolü vardır (s. 21-22).

İnsanoğlunun ataları, avlanma sistemlerini hareketlerle ve seslerle anlatarak oyun anlayışının başlamasını sağlamışlardır. Büyüklerin avlarını nasıl avladıklarını anlatırken sergiledikleri hareketleri izleyen çocuklar, bu hareketleri taklit ederek kendi aralarında oyunlar oluşturmuşlardır. Oluşturulan oyunlar nesilden nesile geliştirilerek aktarılmış ve bugünkü halini almıştır (Yengin, 2010, s. 86).

Yapılan arkeolojik araştırmalarda oyunun farklı toplumlarda ve dönemlerde var olduğuna dair kanıt niteliğinde çeşitli izler ortaya çıkarılmıştır. Öyle ki M.Ö. 800 yılında yapıldığı tahmin edilen toprak heykelde iki kızın, hayvanların aşık/muşta kemiği ile oynadıkları görülmektedir (Lovett, 2012, s. 280). Eski Mısır, Ortak Krallık döneminde yapıldığı tahmin edilen duvar resimlerinde oyun tahtası üzerinde oynanan oyunlar ve sıçrama oyunları, M.Ö. 2600 yılına yapıldığı düşünülen Ak-hor mezarında bulunan duvar resminde bir kızın oynadığı el vuruşma oyunu görülmektedir. Yunan çömlek resimlerinde, tavlaya benzeyen bir oyuna rastlanırken Girit Uygarlığı’na ait kalıntılarda ise, oyuncak bebeklere, minyatür ev eşyalarına rastlanmıştır. Farklı dönemlerde ve uygarlıklarda oyunların varlığına dair rastlanılan bu örnekleri çoğaltmak mümkündür (Yengin, 2010, s. 86-87). Öyle ki tarihte çocuk oyunlarından

farklı olarak siyaset ve güç odaklı olimpiyat oyunları ve sonu kanlı biten gladyatör oyunları gibi yetişkin oyunlarının varlığını kanıtlayan çeşitli izler de bulunmaktadır.

Oynandığı dönem, toplum ve kültürden izler taşıyan oyunlar, müziğin de yardımıyla yaratıcıyla bir bağ kurmak amacıyla yapılan dini törenlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yani oyunlar, din kültürünün de şekillenmesinde rol almıştır. Dini ritüellerin dışında kalan oyunlar ise avcılık, çiftçilik ve askerlik ile ilgili geleneklerle gelişmiştir (Argün, 2019, s. 43-44; Hatcher vd., 1988, s. 12).

Huizinga (2006, s. 27-28), dini törenle/kutsal eylemle oyun arasında hiçbir biçimsel fark olmadığını söyleyerek (oyunun, oyuncuların sınırları çizilmiş alanlara katılımıyla gerçekleştiği gibi kutsal eylemler de ilgili kişilerin, ilgili alanlara katılımı ile gerçekleşir) oyun temsiline gerçekleştiği, sınırları çizilmiş alanı “sihirli çember” olarak ifade etmiştir. Arena, sahne, tapınak, oyun masası; bunların hepsi biçim ve işlev açısından birer oyun alanıdır. Sınırları çizilmiş, kutsallaştırılmış, kendi içinde kuralları olan, bilinen dünyanın ortasında, belirli eylemleri gerçekleştirmek için tasarlanmış geçici dünyalardır. Oyun oynamak isteyen herkes fiziksel bir varlığı olmayan bu sihirli çemberin içerisine girmektedir. Çembere dâhil olan her oyuncu görevini yerine getirmeden çemberi terk edememektedir. Hoş karşılanmadığı halde çemberi terk eden kişiler ise oyunbozan olarak nitelendirilmekte ve cezalandırılmaktadır. Bu ceza, oyunun yapı ve kurallarına göre değişiklik göstermektedir. Zira ilkel bir dini tören, gladyatör oyunları ve basit bir sokak oyununda verilen ödül ve cezalar aynı değildir. Bu bilgiler doğrultusunda söylenebilir ki oyun, tarih boyunca kültürel bir olgu olarak toplumların yaşayışlarında önemli konumlarda yer almıştır (Özkan, 2018, s. 3).

Farklı başlıklar altında varlık gösteren oyunlar Huizinga’ya göre, bir kültür içinde ortaya çıkmamış, kültürden çok daha önce var olmuştur. Çünkü kültür kavramı ne kadar daraltılırsa daraltılsın her hâlükârda insan toplumunun varlığını gerektirmektedir ve hayvanlar kendilerine oyun oynamayı öğretmeleri için insanların gelmesini beklememiştir. Bu nedenle insan uygarlığının, genel oyun kavramına hiçbir temel nitelik katmadığı rahatlıkla ifade edilebilir (Huizinga, 2006, s. 16). Oyun heskes tarafından gözlenebilir bir olgu olarak hem hayvanlar hem de insanlar alemini kapsamaktadır. Bu nedenle oyun, hiçbir rasyonel ilişki üzerinde temellendirilemez.

Çünkü akla dayandırılması, onun insanlar alemiyle sınırlandırıldığını gösterir. Oyunun bütün temel çizgileri, insanlar gibi oyun oynayan hayvanların oyunlarında çoktan gerçekleştirilmiş durumdadır. Kısaca oyunun varlığı hiçbir uygarlık basamağına ya da evreni kavrayış biçimlerine bağlı değildir (Huizinga, 2006, s. 19).

Aktarılan bilgiler ışığında söylenebilir ki; kültürden önce var olan ve kültürün ortaya çıkmasında rol oynayan oyunun kendine ait kültürel formları vardır. Öyle ki oynanan oyunun kendine has kuralları, ifadeleri, oynanış şekli ve verdiği haz duygusu söz konusudur. Daha çok yüz yüze oynanan oyunlar, içinde bulunulan yer, zaman, kültür, toplum ve hatta toplumu oluşturan daha küçük topluluklara göre kendi yapı ve kurallarını oluşturarak farklılaşmaktadır. Buna karşın oyunların bazı ortak özellikleri de mevcuttur ve bu özelliklere dayanılarak farklı bakış açılarıyla çeşitli oyun tanımları yapılmıştır. Yapılan bu tanımlar, oyunun farklı yaklaşımlarla ele alınması, kapsamının geniş, değişime ve gelişime açık olması gibi nedenlerle hatalı ve/veya eksik kalmaktadır. Bu nedenle oyuna dair bir tanım yapılırken, geneli ifade eden ortak özelliklerini ve kendi kültürel formlarını dikkate almak gerekmektedir. Huizinga (2006, s. 50), hayvanlar, çocuklar ve yetişkinlere ilişkin olarak oyun adı verilen her şeyi kapsamaya yatkın olmakla birlikte hayatın temel ruhsal unsurlarından biri olarak kabul edilebileceğini söylediği oyunu şu şekilde tanımlamıştır:

“Oyun, özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizatihi bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile "alışılmış hayat"tan "başka türlü olmak" bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir.”

Benzer ifadeleri içermekle birlikte yine Huizinga (2006, s. 31-32) biçimsel açıdan oyunu, olağan hayatın dışında olduğu hissedilen, özgür ve “kurmaca” olmasına rağmen yine de oyuncuyu tamamen içine çekme yeteneğine sahip bir eylem olarak tanımlamıştır. Oyunun maddi çıkar sağlamakla bir ilişkisi yoktur. Sınırlandırılmış zaman ve mekânda belirli kurallara uygun olarak bir düzen içinde işlemektedir. Oyunlar, alışılmış dünyaya yabancı olduklarını kılık değiştirerek vurgulayan ya da kendilerini gönüllü olarak bir esrar havasıyla çevreleyen grup ilişkilerini ortaya

çıkartmaktadır. Bu noktada oyuna dair iki işlev ortaya çıkmaktadır; oyun bir şey için mücadele ya da bir şeyin temsilidir. Bu iki işlev, oyunun bir şey için olan mücadeleyi temsil etmesi veya bir şeyi en iyi şekilde temsil etmek için yapılan mücadele anlamında iç içe girebilir.

Huizinga'nın yapmış olduğu tanım ve yorumlar alanda bir öncül niteliği taşımasına karşın eksiklik veya hatalar içermektedir. Nitekim oyunun maddi çıkar ve yarardan arınmış olması ifadesi gerçeği yansıtmamakta ya da oyunların bir bölümünü yapılan tanımın dışında bırakmaktadır. Oyun üzerine yaptığı çalışmalarla bilinen bir diğer isim olan Caillois da bu duruma dikkat çekerek, para kazanmak için oynanan şans oyunlarının, Huizinga'nın tanımında yer almadığını belirtmiştir. Zira en basit anlamda bir tarafın kazanıp bir tarafın kaybettiği şans oyunları maddi çıkar üzerine kurulmaktadır (Caillois, 2001, s. 5). Günümüzde yoğun bir şekilde oynanan dijital oyunlarda da oyuna ait bibloların ve oyun içi sanal eşyaların ticaretinin yapılması, oyunda maddi çıkar gözetilmediği ifadesinin hatalı olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Kaldı ki sokakta oynanan çeşitli oyunlarda kaybeden tarafın, kazanan tarafa gazoz ısmarlaması gibi basit anlaşmaların yapılması da oyunda maddi çıkar gözetilmemesi ifadesine ters düşmektedir.

Oyun kavramı ilk bakışta çocuklara özgü, derinlik ve zenginlikten mahrum, ciddi olmayan bir faaliyet olarak algılanmakta ve bu algının son derece doğru olduğu düşünülmektedir. Ancak bu düşüncenin üzerine gidildiğinde temelinin çok da sağlam olmadığı hemen görülmektedir. Örneğin futbol ve satranç gibi oyunlar, ciddiyetsizliği gösteren gülme isteği olmadan derin bir ciddiyetle oynanmaktadır (Huizinga, 2006, s. 22). İçinde bulunulan ortam ve oyunun kim ya da kimlerle oynandığı gibi unsurlar elbette oyunun ciddiyetini etkilemektedir. Fakat bölgesel, ulusal ya da uluslararası bir satranç turnuvasının son derece ciddi bir atmosferde gerçekleşeceği aşîkârdır.

Oyunlar hakkında Huizinga ile bazı benzer görüşleri paylaşan Caillois, yaptığı analizler ışığında oyunların şu altı özelliğini ortaya koymuştur (2001, s. 9-10):

Oyun serbesttir: Oyun oynamak zorunlu değildir. Eğer öyle olsaydı çekici ve neşeli bir faaliyet olma özelliğini kaybederdi.

Oyun kendine özgüdür: Oyunlar önceden belirlenmiş bir zaman ve mekân sınırı içinde gerçekleşir. Bir sahada oynanan futbol maçının 90 dakika sürmesi, bir satranç tahtası üzerinde oynanan oyunun süreli olması gibi.

Oyun belirsizdir: Oyunun sonucu, yani kazananı ve oyuna birtakım yenilikler eklenip eklenmeyeceği, eklenecekse bunların neler olacağı önceden belli değildir.

Oyun kârsızdır: Beş taş ya da satranç gibi oyunlarda oyunu kim kazanırsa kazansın, oyunun sonunda taşlar yine aynı yerine konulur. Yani maddi bir kazanç söz konusu değildir. Ancak şans oyunları, oyuna heyecan katan ufak anlaşmalar ve oyunu ticari bir unsura dönüştüren dijital oyunlar bu özelliğin kapsamı dışında kalmaktadır.

Oyun kurallarla yönetilir: Oyunun gündelik hayatın kurallarından farklı olarak kendi kuralları vardır ve oyunun devam etmesi için bu kurallara uyulması gerekir. Oyunun kurallarına aykırı davranmak hoş karşılanmaz ve kurala uymayan kişi(ler) cezalandırılır veya diskalifiye edilir.

Oyun kurgusaldır: Oyunun gerçek dünyadan farklı olarak “-mış gibi yapma”yla ve buna inanmayla oluşan kendine has bir gerçekliği vardır.

Oyunun var olabilmesi için bu özelliklerin var olması gerekmektedir. Ancak tüm özellikler bir araya gelse bile oyunun var olacağı ya da varlığını sürdüreceği kesin olarak söylenemez. Çünkü oyun ortamı, doğası gereği istikrarsızdır. Oyun her an dış bir darbenin etkisiyle, kuralların ihlal edilmesiyle ya da oyun duygusunun azalması, yanılmasının ortadan kalkması, büyüünün bozulması gibi bir iç nedenden dolayı bozulabilmekte ve gerçek hayat yeniden egemen duruma geçebilmektedir (Huizinga, 2006, s. 41).

Oyuna ilişkin literatür incelendiğinde, yapılan çalışmaların genel olarak Huizinga ve Caillois’in tanım ve açıklamaları etrafında şekillendiği görülmektedir. Birbirleriyle benzeşen bu açıklamalardan sıyrılan bazı araştırmacılar oyuna başka açılardan yaklaşarak farklı açıklamalar yapmışlardır. Bu araştırmacılardan bir tanesi olan Wittgenstein (2009), “Felsefi Soruşturmalar” adlı eserinde oyunların ortak özelliklerinin olmadığını, bu nedenle net bir oyun tanımı yapılamadığını söylemiştir. Ona göre, oyunlar incelendiğinde tüm oyunları kapsayan ortak noktalar

görülemeyecektir. Fakat bazı oyunları birbirleriyle ilişkilendiren benzerlikler ve bağlantılar görülecektir. Wittgenstein, bu bağlantı ve benzerlikleri nitelendirmek için “aile benzerlikleri” ifadesini kullanmıştır. Çünkü oyunlar da aile üyeleri arasındaki yapı, çehre, göz rengi, yürüyüş, huy gibi birtakım özelliklerle birbirlerine benzeşmekte ve bir yapı oluşturmaktadır. Satranç ve tenis oyununda taraflar, oyunu kazanmak için iyi hamleler yapmaya çalışırlar. Ancak bu oyunlarda ustalaşmak birbirlerine benzeşmemektedir (s. 36).

Net bir tanımlı yapılmış olsa bile oyun, içinde bulunulan kültüre, dönemin araç ve gereçlerine, koşullarına, oyunu oynayanların doğaçlamasına ve teknoloji gibi dönemin egemen değişim ve gelişim unsurlarına göre değişiklik göstermektedir. Değişimin olduğu yerde, yapılan tanım net olsa bile kalıcı olmayı başaramayacaktır. Kaldı ki oyunun net bir tanımının yapılmasına gerek yoktur. Zira bir tanımlı olmadan da bir sözcüğü başarıyla kullanabilmekteyiz (Aktaran: Kızılkaya, 2010, s. 57). Çünkü oyun denildiğinde neyin ifade edilmek istendiği, içinde bulunulan durum ve kurulan cümlelerin akışı gibi unsurlara göre rahatlıkla anlaşılabilmektedir.

1.2. Oyunun Sınıflandırılması

Oyunun tanımlanmasına dair yaşanan zorluklar, oyunun sınıflandırılması noktasında da ortaya çıkmaktadır. Çünkü sınırsız denilebilecek çeşitlilikteki oyunlara hangi açıdan yaklaşılsa yaklaşılsın, özelliklerine göre sınırları net olarak çizilebilen bir ayırım yapılamamaktadır. Zira oyunlar aynı anda farklı sınıflara uygun özellikleri bünyelerinde barındırabilmektedir. Mesela beceri ve bilgi gerektiren oyunlar ile tek başına oynanabilen ve oynanamayan oyunlar şeklinde bir sınıflama yapıldığında futbol, beceri gerektiren çok kişilik bir oyunken; sudoku bilgi gerektiren tek kişilik bir oyundur. Örnekte olduğu gibi oyunların birden çok özelliği bünyelerinde barındırması ve hatta bu özelliklerin tek başına futbol antrenmanı yapmak gibi bazı durumlarda değişkenlik göstermesi nedeniyle net bir sınıflama yapılamamaktadır. Kaldı ki söz konusu sınıflamanın hangi özelliklere göre yapılacağı da bir muammadır.

Beceri ya da oyuncu sayısı yerine oyunun ne ile oynandığına göre bir sınıflandırma yapılacak olunursa, en basit örnekle topla oynanan futbolda topun ele değmesi ceza niteliği taşıırken, basketbolda ayağa değmesi bir ceza gerektirmektedir.

En çok kartın kazanılması hedefine odaklanıldığı bir şans oyunundaki kartlar, en yüksek kuleyi yapmak amacıyla kullanıldığında ise söz konusu oyun, şans oyunundan beceri oyununa dönüşecektir.

Tüm belirsizliklere ve değişkenlere rağmen oyunun sınıflandırılmasına dair yapılan bazı tutarlı değerlendirmeler mevcuttur. Bu değerlendirmelerden birini yapan Boratav (1994, s. 235-237), oyun süresince oyuncunun davranışları ve başarılan işler içinde en belirgin ve baskın olanın oyuna temel niteliğini verdiğini ve buna göre bir sınıflama yapılabileceğini belirtmiştir. Ona göre oyunun özünü meydana getiren tüm davranışlar: (1) büyü, töre, kader olguları ile şartlanan davranışlar, taklitler, sanat oluşumları; (2) vücut gücüne ve becerisine dayanan davranışlar; (3) zihin gücüne ve becerisine dayanan davranışlar olmak üzere üç büyük kategoriye ayrılmaktadır. Buna ek olarak oyunun anlatım biçimi, amaçları ve işlevleri, oyunda yararlanılan maddeler ve oyunun kişileri gibi unsurlar, oyunun alt sınıflara ayrılmasını gerektirmektedir. Boratav yapmış olduğu bu değerlendirmeler doğrultusunda oyunları: (1) sadece çocuklara özgü oyunlar, (2) talih, kumar, fal, niyet oyunları, (3) beceri ve güç oyunları, (4) zekâ oyunları ve hangi oyun davranışının üstün olduğunun belirlenememesi halinde ortaya çıkan (5) katışimli oyunlar olarak beş sınıfa ayırmıştır.

Ayrıca oyunları; oynandıkları platforma, oynanış biçimlerine, oyuncu sayısı veya etkileşim düzeylerine, hızına, zamanına, oyuncunun katılım biçimi ve seviyesine, anlatı veya simülasyon düzeyine, oyunun içeriğine ve daha birçok unsura göre sınıflandırmak da mümkündür (Sezgin, 2019, s. 82). En doğru sınıflama için oyuncu sayısı, rekabet, beceri, zekâ, dikkat, bilgi, mekân, süre, hareket sınırı, sokak, ev, oyun parkı, masaüstü ya da dijital ortam gibi unsurlardan hangisi ya da hangilerine göre ayırım yapılması gerekmektedir? Ne tür bir sınıflama en doğru sonucu verecektir? Bu soruları cevaplamak pek mümkün görünmemektedir. Çünkü daha önce ifade edildiği gibi bir oyunun özelliklerinin birden çok sınıfa uygun olması ve bu özelliklerin, içinde bulunulan kültüre, zamana, dönemin araç ve gereçlerine ya da o oyunu oynayan kişilerin doğaçlamasına göre değişkenlik gösterebileceği için, yapılan sınıflama da değişkenlik gösterebilmektedir. Değişkenliğin söz konusu olduğu bir noktada ise kalıcı bir sınıflama yapmak pek de mümkün olmayacaktır. Zira bilgisayar icat

edilmeden önce dijital oyun şeklinde bir ifade yokken; günümüzde, ilerleyen başlıklarda da ele alındığı üzere çeşitli dijital oyun türlerinden bahsedilmektedir.

Oyunun sınıflandırılması noktasında Caillois de, her oyunun sadece bir türün özelliklerini taşımayabileceğini söyleyerek net olmaya yakın bir sınıflama ortaya koymuştur. Ancak bu sınıflamanın, oyun dünyasının tamamını kapsamadığını da belirtir. Konuyla ilgili olarak farklı olasılıkları incelemiş ve oyunlarda rekabetin, şansın, simülasyonun ve baş dönmesi olarak ifade ettiği, kişiliğin kaba ve vahşi bir şekilde yansıtılması olarak ortaya çıkan şevkin baskın olmasına bağlı olarak dört ana bölümden oluşan bir sınıflama önermiştir. Bu sınıflar: futbol, bilardo ve satrançtaki gibi rekabetin ön planda olduğu *Agon*; rulet veya piyangodaki gibi şansın ön planda olduğu *Alea*; tiyatro, evcilik gibi taklit etmenin ön planda olduğu *Mimicry* ve gondola binmek, salıncakta hızla sallanmak gibi heyecan verici, baş döndürücü bir nitelik taşıyan *Ilinx*'den oluşmaktadır. Bu sınıflarda yer alan oyunlar, *Paida* ve *Ludus* kutupları arasında yer almaktadır. *Paida*, oyalanma, serbest doğaçlama, kaygısızlık ve neşe ile bilinen, neredeyse bölünmez bir ilkedir. *Ludus* ise, çaba, sabır, beceri veya ustalık gerektirmesine rağmen tamamen pratik olmayan, oyunun gösterişli ve dürtüsel coşkusunun bir tamamlayıcı tarafından neredeyse tamamen emildiği ya da disiplin altına alındığı ilkedir (Caillois, 2001, s. 12-13). *Ludus*, kuralları daha belirli ve yapılandırılmış oyunları ifade ederken; *paida* yapılandırılmamış ve kendiliğinden meydana gelen oyunları ifade etmektedir (Koşu, 2010, s. 30).

Caillois'in (2001, s. 36) söz konusu dört tür ve iki kutuptan oluşan oyun sınıflandırması tablosuna aşağıda yer verilmiştir:

Tablo-1: Oyunların Sınıflandırılması

PAIDIA	AGÔN (Rekabet)	ALEA (Şans)	MINICRY (Simülasyon)	ILINX (Baş Dönmesi)
Kargaşa Şamata Gülme Krizi	Yarışmak, Güreşmek vb. Atletizm	Tekerleme Yazı-Tura	Çocuk Öykünmeleri Yanılsama Oyunları	Çocukların dönmesi Dönme dolap Salıncak
Uçurtma Kart Oyunu İşkambil Falları Çapraz Bulmaca	Boks, Bilardo, Kılıç Oyunu, Dama, Futbol, Satranç, Yarışmalar, Genel olarak spor	Bahis Rulet Basit, karma ve aktarmalı piyangolar	Asker Maskeleri Kılık Değiştirme Tiyatro Genel olarak gösteri sanatları	Vals Gezici karnavallar Kayak Dağ tırmanışı İpte yürüme
LUDUS				

*Her sütunda oyunlar, ludus elemanı arttıkça paida elemanının azaldığı bir sırayla sınıflandırılmıştır.
Kaynak: Caillois, 2001, s. 35.

Belirtilen dört sınıf içinde de kurallı ve kontrollü oyunlar olduğu gibi daha serbest ve doğaçlama denilebilecek oyunlar da bulunmaktadır. Birer örnek vermek gerekirse, sokakta bisiklet yarışı yapmak *paidia*, olimpiyatlarda 100 metre yarışı yapmak ise *ludus* kutbunda yer alan *agôn* türü bir oyundur. Basit bir iddia için atılan yazı tura *paida*, her yıl yapılan milli piyango çekilişi ise *ludus* kutbunda yer alan *alea* türü bir oyundur. Çocukların evcilik oynaması daha *paidia*, bir tiyatrodaki sahnelenen suç ve ceza oyunu ise daha *ludus* olarak değerlendirilebilecek *minicry* türü oyunlardır. Son olarak havuza atlamak daha *paidia* iken; yamaç paraşütü yapmak daha *ludus* olarak değerlendirilebilecek *ilinx* türü bir oyundur. Ancak diğer sınıflamalarda olduğu gibi bu sınıflamada da bir oyun, birden çok sınıfa ait özellikleri bünyesinde barındırabilmektedir. Bu nedenle Caillois'in yapmış olduğu kapsamı geniş sınıflama, net olmaya yakın olarak ifade edilmiştir.

Agôn türü oyun özellikleri, satranç, futbol gibi oyunlarda bulunabileceği gibi düello, turnuva, mahkeme gibi oyun koduna uyan bazı sabit ve kayda değer kültürel olaylarda da bulunmaktadır. *Agôn* türü oyunlarda bir oyuncunun, rakibe ya da rakiplerine üstün gelebilmesi için zekâsı, becerisi, stratejisi ya da kasları ile rekabet

etmesi gerekmektedir. *Alea* türü oyunlarda ise, oyuncu tamamen pasiftir. Zira attığı zar, madeni para ya da benzeri cismin işine yarayacak bir şekilde durmasını ümit ederek beklemekten başka yapabileceği bir şey yoktur. Bu bakımdan *agôn*, kişisel sorumluluğun bir haklılığı iken; *alea* iradenin ihmali ve kadere teslim olmaktır. Tavla gibi bazı oyunlar bu iki türü birleştirmektedir. Öyle ki tavlada oyuncular, attıkları zarla şans eseri kazandıkları sayıyı ellerinden gelen en iyi şekilde oynayarak rakibine üstün gelmeye çalışmaktadır (Caillois, 2001, s. 15-18).

Minicry türü bir oyun *alea* türü oyunlarla hiçbir ortak özellik taşımazken; oyuna katılanlar açısından olmasa da oyunu izleyenler açısından *agôn* türü her oyun, oyunun geçerli olması için simülasyonu dışlayan bir gösteridir. Ancak burada taklit eden oyuncular değil seyircilerdir (Caillois, 2001, s. 22). *Ilinx* türü ise, en fazla kendi etrafında dönenin kazandığı bir oyunda *agôn*, duvardan aşağı atlayarak kolların bir kuş gibi çırpıldığı bir oyunda ise *Minicry* türü oyunlar ile benzeşir. *Ilinx* ile oyuncunun pasif kalarak şansını beklemekten başka bir şey yapmadığı *alea* oyunları arasında ise, salıncakta ayağa kalkıp hızla sallanırken salıncak ipinin kopmamasını beklemek gibi durumlar dışında bir bağ kurmak mümkün değildir.

Yapılan oyun sınıflamalarına dijital oyunlar dâhil edildiğinde farklı niteliklerin ortaya çıktığı görülecektir. Zira zaman içinde anlam, biçim, mekân bakımından evrilen ve teknolojik gelişmelerle birlikte daha da evrilmesi beklenen oyunların, dijital oyun ile geleneksel oyun arasındaki farkı dramatik bir şekilde açtığı görülmektedir (İgit, 2019a, s. 37). En basit anlamda dijital bir oyunun türü ne olursa olsun, bu oyunların oynandığı bilgisayar, telefon, konsol gibi cihazları kullanabilme becerisini gerekmektedir. Oyuncular, bu cihazlarda oluşturulan sanal dünyalarda bir oyun karakterine bürünerek, yani oluşturduğu karaktermiş gibi davranarak diğer oyuncularla rekabet edebilmektedir. Bu sayede oyuncu, geleneksel oyunun aksine sanal oyun dünyasında daha detaylı şekilde tasarlayabildiği ikinci bir kimlikle var olabilmektedir. Oyun ve oyuncu kavramlarına farklı bir boyut kazandıran bu yeni oyunlar, dijitalleşme kavramı ile birlikte ortaya çıkmıştır.

1.3. Dijitalleşme

Dijital kelimesi, iş, okul ve günlük hayatın birçok bölümünde doğrudan veya dolaylı olarak karşımıza çıkmaktadır. Artık sunumlarımızı dijital ekranlardan yapmakta, ders notlarımızı dijital not sistemlerinden kontrol etmekte, güzel anlarımızı dijital kameramızla kaydederek dijital arşivlerde saklamaktayız. Hayatımıza böylesine dâhil olan ve yayılan dijital kelimesi, “sayısal” ve “verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi” anlamına gelmektedir (TDK, 2021). Atabek’in (2001, s. 36) ifadesiyle dijitalleşme, gerçek hayattaki sonsuz sayıda değerlerin belirli ve sonlu sayıdaki değerlere dönüştürülmesidir. Bu noktada dijitalleşme; sayısallaşma, sayısal dönüşüm ya da sayısala dönüşüm şeklinde ifade edilebilir. Bu dönüşümün temeli, bilgisayar ve internet gibi teknolojik gelişmelere dayanmaktadır. Sayısallaşma ile geleneksel olanın dijital ortama taşınması, yani sayısallaştırma ise, esas olarak analog bilgilerin ve bu bilgilerin alınmasının şifrelere kodlanarak bilgisayarlarda depolanmasını ifade etmektedir (Yankın, 2019, s. 9). Sayısallaşmayla birlikte hastanelerde dosyalanan hasta bilgilerinden, güvenlik ve adli makamlardaki suç dosyalarına, şirketlerdeki faturalar gibi yazılı evraklarda yer alan bilgilere, okul karnelerindeki öğrenci notlarına, hatta evdeki çamaşır ve bulaşıkların yıkanmasına kadar hayatımızın birçok noktasında analog olan şeyler dijitalleşmiştir. Bu nedenle dijitalleşme, teknoloji ile iç içe olan toplumun tüm kesimlerini ilgilendiren bir olgudur. Hatta sosyolojik, kültürel ve ekonomik açıdan değerlendirmelerin yapılabileceği özelliklere sahip, gelir getirici etkisinden ziyade toplumsal bir dönüşümü ifade etmektedir (Karagöz, 2016, s. 72). Çünkü söz konusu dijitalleşme, insanların yaşayış biçimine doğrudan ve/veya dolaylı bir şekilde etki ederek toplumsal dönüşümü sağlamıştır.

Dijitalleşmenin hâkimiyeti ile ekonomik, politik, sosyal ve kültürel alanlarda olduğu gibi oyun alanında da değişimler meydana gelmiş, var olan oyun söylemi farklılaşmış ve yenileri ortaya çıkmıştır. Kuşkusuz bu farklılaşma oyun türlerinin çeşitliliği, oyunların dolaşıma girmesi ve yaygınlaşması yönünde de gerçekleşmiştir. Geleneksel anlamda salt olarak çocuğa veya küçüğe ait olan oyun, teknolojik olanaklarla birlikte yetişkinlerin gündelik yaşam pratikleri içerisine de girmiş, iletişim dilini ve biçimini değiştirmiştir (İgit, 2019a, s. 40-41).

1.4. Dijital Oyun

Oyun salonlarında, parklarda, sokaklarda yüz yüze bir şekilde oynanan oyunlar dijitalleşmeyle birlikte sanal ortamlara taşınmıştır. Yeni teknolojiler ile ortaya çıkan, fiziksel olarak dar, sanal olarak sınırsız denilebilecek bu oyun ortamlarını tanımlamak için dijital oyun, bilgisayar oyunu, video oyunları, interaktif oyunlar ve elektronik oyunlar ifadeleri kullanılmaktadır. Bu çalışmada sanal dünya oyunlarını ifade etmek için, diğer ifadelerin aksine teknoloji ile şekillenen tüm sanal oyunları kapsayan dijital oyun kavramı (Kerr, 2006, s. 3) kullanılmıştır. Bilgisayar, konsol, telefon, ya da VR (sanal gerçeklik) gibi çeşitli cihazlarda oynanabilen bu oyunlar temel olarak dijital teknolojiler kullanılarak üretilir, dağıtılır, sergilenir ve Lev Manovich'in (2001, s. 52) "sayısal temsiller" adını verdiği şeylerden oluşur. Sayısal temsil sayesinde dijital oyunlar geliştirilebilmekte, düzenlenebilmekte ve farklı platformlara uyarlanabilmektedir.

Sanal dünya oyunlarını ifade etmek için kullanılan diğer ifadelerden bir tanesi olan video oyun ifadesi, dijital oyunların ilk örnekleri olan metin tabanlı oyunları kapsamadığı için tercih edilmemiştir. Bilgisayar oyunları ifadesi, her ne kadar konsollar ve mobil cihazların temelinde de bir bilgisayar donanımı ve yazılımı olsa da genel olarak oyunun kendisinden ziyade hangi cihazla oynandığını çağrıştırmaması nedeniyle; elektronik oyunlar ifadesi ise genel olarak bünyesinde elektrik sistemi barındıran tüm oyunları kapsamaması nedeniyle bu çalışmada kullanılmamıştır.

Dijital teknoloji ile yoğrulan oyun kavramı, her zamankinden daha karmaşık tartışmalara yol açar hale gelmiştir. Dijital oyunlar bugün geldiği noktada kültür, eğlence, ticaret, eğitim ve politika gibi birçok alanda göz ardı edilemeyecek bir araca dönüşmüştür. Bu nedenle başta farklı disiplinlerden bilim insanları ve oyunlarla ilgili yasal düzenlemeleri yapan karar mercileri olmak üzere, toplumların dijital oyunlarla şu veya bu şekilde karşılaşmış olan kesimleri, oyunları anlamaya çalışmakta ve bu nedenle çeşitli açıklamalar getirmektedir (Sezen, 2011, s. 119). Ancak her ne açıklama yapılırsa yapılsın oyuna dair net bir tanım ortaya konulamamaktadır. Çünkü hâlihazırda karmaşık ve çeşitli olan oyunlar, dijitalleşmeyle birlikte daha da karmaşık ve çeşitli bir hale gelmiştir. Bununla birlikte antropolojiden psikolojiye, pedagojiden sosyolojiye kadar çeşitli disiplinler çerçevesinde yapılan açıklamalar, söz konusu

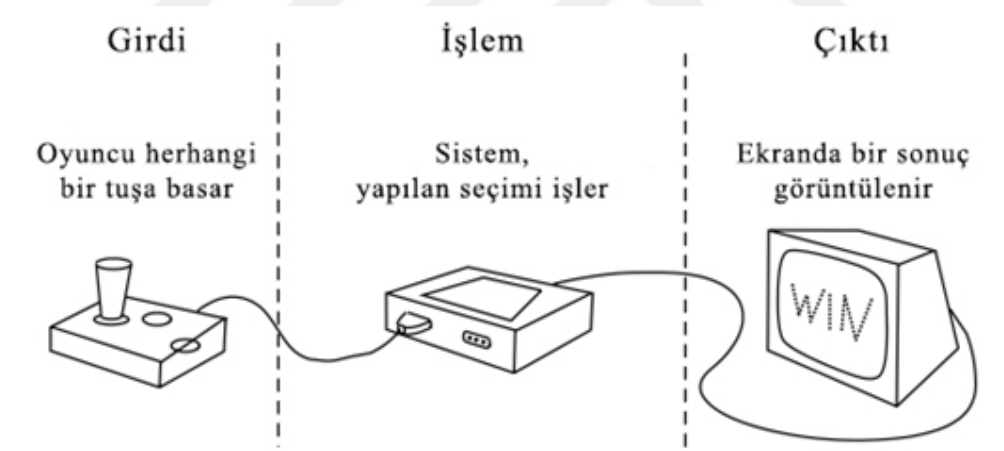
karmaşa ve çeşitliliği artırmaktadır (Akbulut, 2009, s. 25). Bu çeşitlilik durumuyla ilgili olarak Serpil Cengiz (1997, s. 54), oyunu tam olarak tanımlayamamanın belki de en önemli nedeninin, oyunun insan tarafından sürekli yeniden üretilmesi ve bu süreçte de oyunun sürekli olarak yenilenmesi olabileceğini belirtmiştir. Bu çeşitlilik ve yeniden üretime ek olarak Brian Sutton-Smith'e göre (1999, s. 68) oyun, rüyalar, hayaller, fantezi, hayal gücü, yalnız oyun, oyunlar, spor, festival, karnaval, televizyon, dijital oyun, sanal gerçeklik ve benzeri kavramları içine alan, değişken bir kavram ailesidir. Yine ona göre bu ailenin içinde yer alan kavramların bir kültürden diğerine geçerken değişmesi nedeniyle oyun, bulanık bir kavramdır. Bu bulanıklık, yani belirsizlik halinde oyunun net bir tanımı olmadığı gibi, teknolojik gelişimle ortaya çıkan dijital oyuna dair de net bir tanım yapılamamaktadır.

Teknolojik gelişimle birlikte ortaya çıkan ve kendisini sürekli olarak yenileyen dijital oyunlar, zamanla teknolojinin daha da gelişmesi için bir sebep haline gelmiştir (Yin vd., 2005). Her geçen yıl mevcut dijital oyun teknolojileri gelişmekte ve dijital oyun üreticileri daha iyi grafikler ve diğer çeşitli özelliklerle yeni oyunlar üretmektedir. Bu oyunların en iyi şekilde oynanabilmesi için mevcut teknolojilere yeni özellikler eklenmekte, bu yeni özelliklerin sınırlarını zorlayacak yeni oyunlar üretilmekte ve süreç bir döngü halinde gelişerek devam etmektedir. Bu döngüyle birlikte, sürekli güncellenerek değişen dijital oyunların tanımının da güncellenmesi gerekmektedir. Bu durum net bir dijital oyun tanımının yapılamamasının bir diğer nedenidir. Oyunları sosyokültürel bir olgu olarak değerlendiren Arjoranta (2014), onların sürekli olarak yeniden tanımlanması gerektiğini söyler. Bu yeniden tanımlama sürecinin, oyunların daha önce tartışılmamış olabilecek yeni yönlerini açığa çıkarabileceğini ve herhangi bir anda oyunların söylemi hakkında bize değerli şeyler verebileceğini vurgular. Bu durum, oyun tanımlarındaki yerleşik söylemlerden çıkış yolu sağlayabilmektedir.

Yapılmış olan dijital oyun tanımlarından bazıları şöyledir; Erbay'a (2021) göre dijital oyun; sayısal bilgisayar teknolojileri ile üretilen görsel ve işitsel öğelerin belirli alan, zaman ve kurallar dahilinde, çeşitli donanımlar vasıtasıyla hem sunulduğu hem de etkileşim yoluyla kontrol edilmesine imkân tanındığı simülasyonlardır (s. 522). Deterding ve arkadaşlarına (2011a, s. 2) göre dijital oyun, kurallarla karakterize edilen

ve oyuna katılan kişiler tarafından belirlenen farklı sonuçlar ve hedeflere yönelik rekabetlerdir. Crawford (2003) oyun tasarımı üzerine kaleme aldığı çalışmasında dijital oyunların interaktif bir yapıya sahip olduğunu belirtmiştir. Buna göre eğlenceli bir konuşma arkadaşı olarak dijital oyunların oynandığı cihazlarla sırasıyla dinleme, düşünme ve konuşma eylemlerinin gerçekleştirildiği döngüsel bir yapıda etkileşim kurulmaktadır. Djaouti ve arkadaşları da Crawford'un görüşüne katılmış ve buna ek olarak söz konusu bu etkileşimsel döngünün, dijital oyunların yapısal parçaları olarak da adlandırılan girdi (*input*), işlem (*compute*) ve çıktı (*output*) olmak üzere üç temel bölümden oluştuğunu belirtmişlerdir (2008, s. 1-2). Girdi, oyuncunun seçimler yapmasına izin veren cihazlardır. Oyuncunun yaptığı seçimler bir sonuç üretmek üzere işlem bölümünün kuralları ile değerlendirilmekte ve ortaya çıkan sonuç, çıktı cihazı ile oyuncuya iletilmektedir. Burada oyun kolu ile girdi sağlanmakta, bu girdiler oyun cihazında işlem görmekte ve işlem sonuçları çıktı olarak ekranda sunulmaktadır.

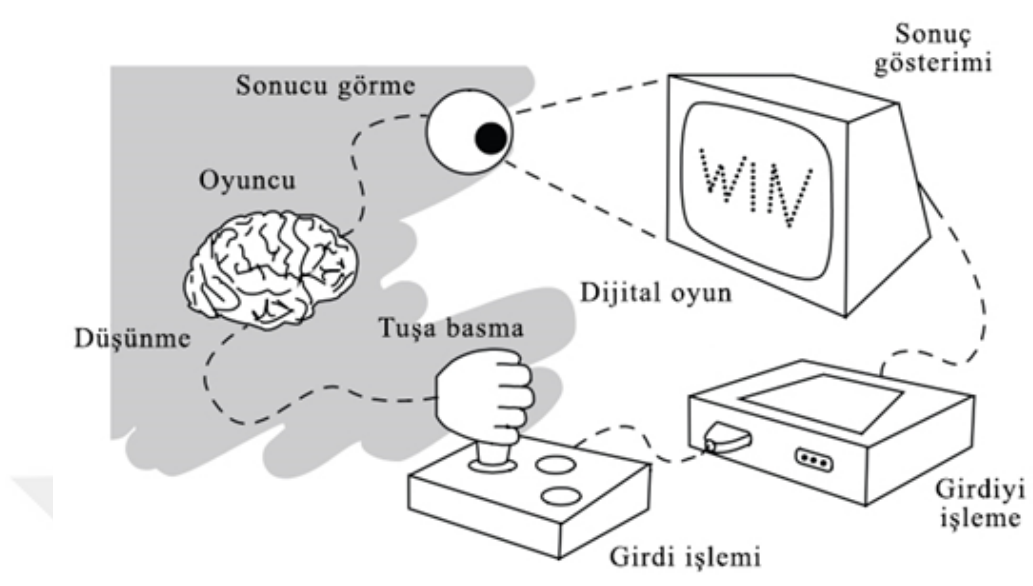
Şekil-1: Dijital Oyunların Yapısal Parçaları.



Kaynak: Djaouti vd., 2008, s. 2.

Oyun ve oyuncu arasındaki etkileşimli döngünün kurulması için dijital oyunun belirtilen üç temel bölümüne oyuncunun rolünü de eklemek gerekmektedir. Yaptığı seçimin sonucunu ekranda gören oyuncu bu sonuç üzerine düşünerek yeni seçimler yapmaktadır. Bu seçimler de işlendikten sonra çıktı olarak oyuncuya sunulmakta ve süreç döngü halinde devam etmektedir.

Şekil-2: Oyuncu ve Dijital Oyun Etkileşim Döngüsü



Kaynak: Djaouti vd., 2008, s. 2.

İlk bakışta bu döngünün her dijital oyun platformunda aynı sırayla gerçekleşmediği düşünülebilir ancak daha dikkatli bakıldığında sürecin aynı doğrultuda döngüsel olarak gerçekleştiği görülecektir. Bir ev oyun konsolu üzerinden verilen örnekteki (Şekil 2) durum diğer oyun konsolları, bilgisayarlar, mobil cihazlar ve sanal gerçeklik gözlükleri için de geçerlidir. Örneğin mobil cihazlarda, sonuçları gördüğümüz telefon ya da tablet gibi cihazların ekranından sanal bir tuşa basarak komut vermekte ve döngüyü devam ettirmekteyiz. Bu döngüsel süreçteki tuşa basma eylemi Microsoft tarafından üretilen Kinect gibi hareket algılama sistemlerinde ya da sesli komutlarla çalışan sistemlerde ortadan kalkmakta, oyuncunun hareket etmesi veya konuşması bir komut işlevi görmektedir. Oyun sistemi bu komutu algılayarak işlemekte ve sonucunu oyuncuya bir ekran aracılığıyla göstermektedir.

Yapılan tanım ve değerlendirmeler incelendiğinde dijital oyunların yapısı ve iç dinamiklerinin çok katmanlı ve çok yönlü olduğu görülecektir. Tüm katman ve yönlerinin içinde dijital oyunlar, öncelikle oyun olmakla birlikte interaktif birer yazılım, görsel işitsel temsil araçları, çeşitli derecelerde anlatı içeren kurmaca yapıtlar veya sosyal paylaşım ortamlarıdır (Sezen, 2011, s. 120).

Dijital oyun ve oyuncu arasındaki etkileşim döngüsünde de görülebileceği üzere dijital oyunları ifade eden bazı temel özellikler/unsurlar söz konusudur. Yukarıda

verilen döngüsel süreç bazında dijital oyunun maddesel unsurlarının oyuncu, oyunun çalışmasını sağlayan teknik donanım ve bu donanımın bir parçası olarak oyuncunun kararlarının sisteme girilmesini ve sonuçlarının gösterilmesini sağlayan oyun donanımının diğer parçaları olduğu söylenebilir.

Oyunun maddesel unsurlarını/özelliklerini ele alan John Kirriemuir, donanımsal anlamda dijital oyunların şu şekillerde oynanabileceğini ifade etmiştir: Genellikle sistemin işlediği oyunu görüntüleyen televizyon, monitör gibi bir ekran bulunmaktadır ve oyuncu komutlarının sonuçlarını bu ekrandan takip etmektedir. Komut giriş aygıtları ise, oyuna ve donanıma bağlı olarak değişmektedir. Ancak, genel olarak bir denetleyici, oyun çubuğu, klavye veya tuş takımı içerir. Böylece bir oyun, oyun yazılımı doğrultusunda, oyun konsoluna giriş cihazları ve bir ekran bağlanarak oynanabilir. Bir televizyon seti kullanılarak, televizyon sistemi üzerinde tanımlanan özelliklerce desteklenen oyunlar oynanabileceği gibi, bilgisayar ve benzeri donanımlar üzerinden, arcade oyun makineleri gibi kabin biçimindeki donanımlardan, Game Boy gibi oyun amaçlı üretilen taşınabilir cihazlardan, cep telefonu ve taşınabilir bilgisayar gibi çok amaçlı donanımlardan da oynanabilmektedir (Kirriemuir, 2002, s. 1-2). Bunlara ek olarak sanal gerçeklik gözlükleri gibi, oyuncuları bedenlen oyuna dâhil eden cihazlardan da oynanabilmektedir.

Dijital oyunlar, aktarılan donanım unsurlarının yanı sıra birtakım soyut özellikleri de bünyelerinde barındırmaktadır. Bu özellikleri detaylı bir şekilde ele alan Prensky, bir oyunu oyun yapan altı yapısal özellik olduğunu belirtmiştir. Her bir oyun, bu kuralların tamamını olmasa da çoğunu içermektedir ve buna rağmen oyun olarak sınıflandırılabilir. Prensky'nin (2001, s. 118) sözünü ettiği, dijital oyunların altı yapısal özelliği şunlardır:

1. Kurallar
2. Amaç ve Hedefler
3. Sonuçlar ve Geribildirim
4. Çatışma/Rekabet/Muhalefet/Meydan Okuma
5. Etkileşim
6. Temsil

Prensky'n ifadesiyle belki de oyunun en temel tanımı kurallı olmasıdır. **Kurallar** oyun içinde sınırları koyar, belirli hedeflere ulaşmak için belirli yolların izlenmesini zorunlu kılar ve tüm oyuncuların aynı yolları izlemesini sağlar. Bu sayede oyun herkes için adil ve heyecan verici bir hale gelmektedir. Bir düzen içindeki oyunu bozan şey kuralların bir hileci tarafından çiğnenmesi değil, onları tamamen reddedenlerdir (Prensky, 2001, s. 119).

Kural unsuru hem geleneksel hem de dijital oyunlar için geçerli olsa da ifade ettiği anlam bakımından farklılık taşımaktadır. Öyle ki geleneksel oyunlarda kurallar yazılmakta ve oyuncular ya da üçüncü kişiler tarafından yönetilmektedir; dijital oyunların temel kuralları oyunun içine yerleştirilmektedir (Prensky, 2001, s. 120). Geleneksel oyunlarda kurallar, ortak kabul doğrultusunda değiştirilebilmektedir; dijital oyunların temel kuralları oyunu yapan yazılımcılar tarafından belirlenmekte ve değiştirilmekte, bu işlem teknik bilgiyle birlikte daha uzun bir süre gerektirmektedir.

Amaçlar ve hedefler, oyuncuyu başarmaya ve kazanmaya iten unsurlardır. Bir oyunda hedef en yüksek puanı almak, oyunun sonuna kadar gitmek, büyük patronu yenmek, kendi belirlediğimiz bir seviyeye ulaşmak veya oyun eşyasına sahip olmak olabilir. Her ne olursa olsun amaçlar, oynamak için bizi motive eden ana unsurlardandır. Bazı açık dünya ve simülasyon oyunlarında oyuncu hiçbir amaç gütmeyen oyunun kendisine sunduğu sınırlar kapsamında istediğini yapabilmektedir. Ancak bu oyunu oyun olmaktan çıkarmaz. Zira oyuncunun kendisine bir amaç belirlemesi halinde oyun, amaçlar ve hedefler unsurunu da bünyesine katmış olacaktır (Prensky, 2001, s. 120-121).

Dijital oyunların bir diğer unsuru olan **sonuçlar ve geribildirim**, oyundaki ilerlemenin hedeflere karşı nasıl ölçüldüğüdür. Oyunda gerçekleştirilen davranışların olumlu veya olumsuz mutlaka bir sonucu olmaktadır. Bu sonuçlar ise geri bildirimler sayesinde öğrenilmektedir. Dijital oyunlardaki geri bildirim: Oyun ya da karakter seviyesini ifade eden bir puanlama, strateji oyununda kurulan medeniyetin büyüklüğü, NPC adı verilen yapay zekâ karakterlerin sözleri, çevrim içi oyunlarda diğer oyuncularla kurulan etkileşim, oyun kumandasındaki bir titreşim, kulaklıktan gelen ses ya da ekrandaki bir grafik animasyonu gibi çeşitli unsurlara bağlı olarak

gerçekleşmektedir. Verilen örneklerden de anlaşılacağı üzere geribildirim nasıl olacağı, oyuna göre farklılık göstermektedir. Ancak geribildirim amacı her zaman deneyimi geliştirmek ve oyunda ilerlemeyi sağlamaktır. Öyle ki oyunlarda yapılan eylemler çeşitli sonuçlar doğurmakta ve bu sonuçlara ilişkin alınan geri bildirimler oyunun durumu ve kazananına dair bilgiler vermektedir. Bu durum ise güçlü bir şekilde duygu ve ego tatmini sağlayarak oyunu çekici kılmaktadır (Prensky, 2001, s. 121-122).

Çatışma/Rekabet/Muhalefet/Meydan Okuma unsuru/özellği bir oyunda çözülmeye çalışılan problemleri ifade etmektedir. Çözülmek üzere bir problemi üreten çatışmanın veya zorluğun illaki başka bir rakibe veya yapay zekâya karşı olması gerekmez. Söz konusu problem bir bulmaca, gizem ya da ilerleme kaydetmenin önündeki bir engel olabilmektedir. Bu problemler heyecanı sağlayarak oyunu canlı tutmaktadır. Zira rekabet adil olduğunda birçok insan bu rekabetten zevk almaktadır. Oyunlarda rekabetin adil olmasına yani rekabet seviyesinin, oyuncunun becerileri ve oyundaki seviyesiyle senkronize tutulmasına dengeleme adı verilmektedir. Dengeleme oyun tasarımlarındaki kilit bir beceriyi ifade etmektedir. Elbette herhangi bir rekabet içermeyen ve takım çalışmasına dayanan oyunlar da vardır. Ancak bu oyunlara bakıldığında, çözülmesi gereken bir tür çatışma, meydan okuma ya da problem içerdiği görülecektir (Prensky, 2001, s. 122-123).

Dijital oyunların bir diğer özelliği/unsuru olan **etkileşimin** iki türü bulunmaktadır. Birincisi, geri bildirim adı altında ele alınan oyun sistemi (bilgisayar, telefon, konsol) ile oyuncu arasındaki etkileşimdir. İkincisi ise, oyunların doğası gereği bünyelerinde bulunan sosyal yönü, yani oyuncular arası etkileşimdir. Oyuncuların yan yana olmadığı durumlarda bu etkileşim, oyun sistemi sayesinde kurulmaktadır. Teknik olarak uygun olan oyunları başkalarıyla birlikte oynamak çok daha eğlenceli olabilmektedir. Zira günümüz dijital oyunlarının büyük çoğunluğu çok oyunculu olarak tasarlanmakta ve sosyal etkileşimi teşvik etmektedir. Bazı hikâye tabanlı oyunlarda ise, oyunun yapısı gereği yapay zekâya karşı sınırlı sayıdaki takım arkadaş(lar)ıyla ya da tek kişi olarak mücadele edilmektedir. Etkileşim özelliğiyle sosyal grupların da oluşumuna imkân tanıyan oyunlardaki iletişimin, her ne kadar yüz

yüze olmasa da insanları daha yakın bir sosyal etkileşime teşvik ettiği söylenebilir (Prensky, 2001, s. 123).

Dijital oyunların son unsuru/özellği olan **temsil**, oyunun soyut veya somut, doğrudan veya dolaylı olarak bir şeyle ilgili olduğunu ifade etmektedir. Temsil, anlatı veya öykü öğelerini içermektedir. Örneğin Satranç, krallıklar arasındaki stratejik mücadele; Tetris ise kalıplar oluşturarak ve tanımlayarak bir düzen oluşturmak ile ilgilidir. Dijital oyunlarda ise, taşlar ve bloklar bir gerçekliği temsil edebileceği gibi gerçekle bağlantısı olmayan bir hikâye anlatımı da söz konusu olabilmektedir. Zira dijital oyunlarda suçlulara karşı mücadele edilebilmekte, uzay yolculuğu yapılabilmekte, bir kariyer hikâyesi oluşturulabilmekte ya da fantastik dünyalarda çeşitli maceralar yaşanabilmektedir (Prensky, 2001, s. 123-124).

Yukarıda belirtilen özelliklerde/unsurlarda olduğu gibi dijital oyunlar, bazı noktalarda geleneksel oyunlarla benzeşirken bazı noktalarda farklılaşmaktadır. Bu farklılıklardan bir tanesi de oyuncular noktasında ortaya çıkmaktadır. Geleneksel oyunlarda daha dar bir çevredeki kişilerden bahsedilirken, dijital oyunlarda dünyanın farklı yerlerinden yüzlerce kişi olabileceği gibi ikinci kişinin yerini yapay zekâ oyun karakterleri de alabilmektedir. Ayrıca geleneksel oyunlarda başarı oyun sonunda ödüllendirilirken; dijital oyunlarda oyun devam ederken de ödüllendirilebilmektedir. Geleneksel oyunlarda oyunun hikâyesi çoğunlukla hazır ve bilinmekte iken (Güneş 2012, s. 17-18); dijital oyunlarda hikâye, oyunun başında anlatılarak bu anlatımın üzerine geliştirilebileceği gibi, oyun içinde ilerleme kaydettikçe öğrenilebilecek şekilde de kurgulanmış olabilmektedir. Dijital oyunlarda oyunculara, hikâyede ilerlemeleri için çeşitli seçenekler sunulur ancak bu bir özgürlük belirtisi değildir. Çünkü söz konusu ilerleme, oyunu tasarlayanlar tarafından sunulan seçenekler ve oyunun çizilen sınırları çerçevesinde gerçekleşmektedir (Doğu, 2006, s. 117).

Geleneksel oyunların fiziksel performansa dayalı yapısına karşın dijital oyunlar, komut vermek için kullanılan fare, klavye, kumanda, telefon gibi cihazlar ve oyun dünyasının kodlandığı teknik donanımlar dışında fiziksel bir gerçekliği olmayan sanal dünyalarda oynanmaktadır. Bu nedenle oyuncuların doğaçlamaları, geleneksel oyunun aksine sınırları çizilmiş dijital bir ortamda gerçekleşmektedir.

Geleneksel oyunla dijital oyunu birbirinden ayıran bir başka fark ise oyunun üretimi ile ilgilidir. Çocuğun kendi kendine ya da diğer çocuklarla birlikte kurduğu geleneksel oyun ortamına karşılık, üretilmesi ve oynanması için teknik bilgi, beceri, belirli miktarlarda maddi varlık ve daha uzun süreler gerektiren dijital oyunlar, endüstriyel bir üretim sonucunda ortaya çıkmaktadır. Dijital oyunlar, dijital ve promosyonel kapitalizmin en önemli kültür endüstrisi ürünlerinden biridir ve meta değeri için üretilmektedir. Yani dijital oyun, geleneksel oyunda olduğu gibi basit bir etkileşim ve belirlenen sözlü kurallardan ziyade teknik bilgi ve beceri ile aylar, yıllar kadar uzun süreçler sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu oyunlarda içerikler ve teknoloji, ekonomik sebepler ön planda tutularak hazırlanmaktadır. Oyun içinde gerçekleştirilen ekonomik ticaret, dijital oyunların bu yeni ekonomideki önemli rolünü iyice belirginleştirmektedir (Gürçay vd., 2019, s. 22; Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2008, s. 51-42).

Aydoğan (2019, s. 68) oyunun ticari bir hal aldığı içinde bulunduğumuz çağı, “Oyunun, teknolojinin ve serbest zamanın giderek metalaştığı, endüstrileştiği bir tekno-kapitalizm çağında yaşamaktayız.” ifadesiyle açıklamaktadır. Bu çağda insanın özgün şekilde serbest zaman ya da oyun deneyimi yaşama hakkı elinden alınmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin oyun oynama ve çalışma faaliyetlerini hem mesai hem de mesai dışı saatlerde gerçekleştirme imkânı sunması, serbest zamanı ve oyunun bir serbest zaman etkinliği olma özelliğini yok etmiştir. Artık oyun, keyif almak için oynanan eğlence unsuru olmasının yanı sıra ticari değeri olan bir endüstri ürünüdür.

Dijital oyunların üretilmesi süreci; hikâye, karakterler ve oyun mekânlarının tasarımı, prototiplerin hazırlanması, tasarım ve üretim öncesi aşamada finans kaynakları bulunarak platform üreticisi, lisans sahibi, yatırımcı ve yayıncılar ile lisans ve finansal konuların görüşülmesi, demo üretimin yapılarak test edilmesi, test sonuçlarına göre lisanslama işlemlerinin gerçekleştirilmesi, oyunun üretim aşamasına alınması, yayınlanması, perakendecilere ve distribütörlere dağıtımı ile pazarlanarak satış gelirlerinin elde edilmesi ve son olarak, eğer planlanmışsa yeni oyun için yatırım yapılması aşamalarından oluşmaktadır (Kerr, 2006, s. 42). Gürçay ve arkadaşları (2019) ise bu süresi oyuna hazırlık dönemi, hikâye, kurgu ve oyun türünün belirlenmesi, ekip içerisinde görev dağılımları ve zaman planı, oyun motoru,

geliştirme süreci, grafikler ve modeller, karakterlere hareket verme, programlama, bölüm tasarımı, ara yüz ve menülerin tasarlanması, test ve yayınlanma süreci, alpha, kapalı ve açık beta süreçleri, reklam, yayınlama ve oyun satışı, teknik destek ve son kullanıcı süreçleri şeklinde sıralamıştır. Hangi platform için üretilirse üretilsin bir oyunun oyuncularla buluşması için tüm bu aşamalardan geçerek tamamlanması gerekmektedir (s. 27-31). Üretim aşamalarının kapsamlı ve çok boyutlu olmasından da anlaşılacağı üzere dijital oyun, zihinde oluşturduğu basit ve eğlenceli olma durumlarından farklı olarak oldukça karmaşık ve ciddi bir kültürel ekonomik üründür (Binark, 2009, s. 132-133). Ancak daha çok CD, DVD ya da benzer formatlarda satılan geleneksel oyunlar için geçerli olan oyunun araçlar ve iş ortakları ile dağıtılması ve satılması (perakende) süreci, mobil ve çevrim içi oyunlarda farklı işlemektedir. Mobil oyunlarda yayıncı ve perakendeciler sürece dahil edilmemekteyken; çevrim içi oyunlar aracı olmaksızın oyun geliştiricisi tarafından doğrudan tüketiciye sunulabilmektedir (EGDF, 2015, s. 6).

Köklü bir geçmişi olan ve dünyanın gelişmiş ekonomilerinde yüksek gelir getirici bir endüstri alanı olarak değerlendirilen dijital oyunlar, bir sektör halini almıştır. Bu sektör, son yıllarda kamu fonları ve büyük yatırımcılarla birlikte oyun severlerin ilgisini çekerek büyümeye devam etmektedir. Sektör, doğası ve tanımı gereği bir yandan yaratıcı bir faaliyet alanı olarak birçok sınıflandırmada yaratıcı endüstriler arasında sayılırken; diğer yandan zorunlu kıldığı donanım gereksinimleri itibarıyla ileri teknolojiyi kullanan ve sürekli dönüşüm içinde olan ekonomik bir faaliyet alanı olarak değerlendirilmektedir. Dijital oyun sektörünü iki ana bileşene ayırarak ele almak, sektörün kapsamını anlayabilmek için anlamlı olacaktır. Birinci bileşen, bir anlamda sektörün insan kaynağı odaklı kısmını oluşturan, oyunların geliştirilmesi sürecinde yer alan tasarımcılar, programlama alanında çalışanlar, sanat ve ses ekibinde yer alan kişilerdir. İkinci bileşen ise, oyunları çalıştıran bilgisayar, oyun konsolu gibi cihazlar ve bunların ekran kartı, işlemci, fare, klavye, oyun kolu gibi donanımsal parçalarıdır. Her iki bileşen de kendi içinde çok çeşitli alt kırılımlara ve dolayısıyla geniş bir ekonomik etki alanına sahiptir. Özellikle durmaksızın gelişim gösteren teknoloji ve pazara sunulan donanımsal yeniliklerle birlikte bu etki alanı ve pazar giderek büyümektedir. Bunun bir sonucu olarak dijital oyun sektörü daha fazla

büyüme kaydetmektedir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016, s. 8-9). Bu sektörde, bir dijital oyunu oynayabilmek için gerekli olan donanımsal gereçlerin yanı sıra, özellikle çevrim içi oyunlarda karakter, beceri ve ekipman satın alabilen dijital oyuncular, elde ettikleri sanal ekipmanların ve geliştirdikleri karakterlerin satışını da yapabilmektedir. Bunlara ek olarak, sevilen oyun karakterlerinin oyuncaklarının, biblolarının, tişörtlerinin, kırtasiye ürünlerinin, ev eşyalarının, aksesuarlarının, sinema filmlerinin, televizyon dizilerinin ve romanlarının üretilmesi, dijital oyunların farklı sektörleri etkilediğini göstermekte ve oyun pazarının genişlemesini sağlamaktadır (Gürçay vd., 2019, s. 43).

Özetlemek gerekirse kaydettiği genişleme ile birlikte sinema sektörünün üzerinde bir ekonomik büyüklüğe ulaşan dijital oyun sektörü, bir anlamda yazılım endüstrisi olarak sınıflandırılabilir de, gerekli oyun donanımı ve teknik altyapısı, oyunların sinema, tv ve edebiyat dünyasına uyarlanması (Warcraft, The Witcher, Hitman film ve dizileri), çocuklar için oyuncaklarının, yetişkinler için ise biblolarının ve koleksiyon ürünlerinin üretilmesi (Pac-Man, Team Fortress, Lego oyuncak ve bibloları), profesyonel takımlar oluşturularak bir stadyum dolusu seyirci önünde gösteri biçimindeki büyük ödüllü ulusal ve uluslararası turnuvalar (Counter Strike, League of Legends, Dota 2 e-spor turnuvaları) düzenlenmesi gibi nedenlerle de birçok farklı sektörü doğrudan ve/veya dolaylı olarak etkileyen önemli bir yaratıcı endüstri alanı özelliği taşımaktadır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016, s. 9). Dijital oyunlar diğer pazarlara etki etmenin yanı sıra “oyuncu” mesleğinin ortaya çıkmasını da sağlayarak bir pazar alanı daha oluşturmuştur. Oyunlardaki başarı düzeyine göre “oyuncu” unvanının kazanılmasıyla elde edilen meslekte oyuncular, gelirlerini yine oyunlardaki başarıları, yaptıkları ticaret ve ünleri doğrultusunda katıldıkları turnuvalar, tv, sinema ve internet dünyasında çekilen reklam filmleri gibi çeşitli film ve programlardan elde etmektedir. Ayrıca “oyuncu” kavramıyla özdeşleşen Twitch yayıncılığı ve Youtube’da oyun kanalına sahip olmak gibi yeni meslekler sayesinde, bu dijital dünya kanallarındaki izleyicilere tanıtım yapma fikri ortaya çıkmıştır. Bu fikirle birlikte reklam sektörü de dijital oyunların etkisinden payını almıştır.

Dijital oyun sektöründen etkilenen, dijital oyun aksesuarları, reklam, yayıncılık gibi yan sektörlerin tüm gelirlerini içinde barındırmamakla birlikte dijital oyun

sektörü, Newzoo 2018 Global Games Market raporuna göre bir önceki yıla oranla %13,7 yani 16,2 milyar dolar artış göstererek 137,9 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşmıştır. Bir önceki yıla oranla %25,5'lik oranla hızlı bir gelişim gösteren mobil oyun sektörü 70,3 milyar dolar ile sektörün %51'ini oluşturmaktadır. Mobil oyunların 13,9 milyar dolarını yani %10'unu tablet oyunları oluştururken; 56,4 milyar doları ise akıllı telefon oyunlarından oluşmaktadır. Tüm pazar içinde konsol oyunları 34,6 milyar dolar ile %25'lik bir paya sahipken; 32,9 milyar dolar ile bilgisayar oyunları sektörün %24'ünü oluşturmaktadır. Bilgisayar oyunları içinde web tarayıcısından oynanabilen oyunlar 4,3 milyar dolarlık bir büyüklüğe sahipken; kutulu ve indirilebilir oyunlar 28.6 milyar dolarlık bir büyüklükle %21'lik bir paya sahiptir. Aynı raporda 2012 yılından başlayarak 2021 yılına kadar olan tahminlerle birlikte verilen bilgiler doğrultusunda oyun sektörünün hızlı bir gelişme kaydettiği ve bu gelişmenin büyük bir bölümünün mobil oyunlardan oluştuğu söylenebilir. Ancak her yıl, uzun vadede öngörülemeyerek gelişen farklı teknolojilerden hareketle farklı pazar alanlarının ortaya çıktığı da söylenebilir. Zira gelişmiş yenilikçi grafikleriyle satışa sunulan Half-Life: Alxy oyunu ışığında sanal gerçeklik gözlüklerinin oyun dünyasında gelişme kaydederek önemli bir paya sahip olacağı öngörülebilir. Oyun pazarının dünya genelindeki dağılımına bakıldığında %28'lik (37,9 milyar dolar) bir pay ile oyun sektörünün en fazla geliştiği ülke Çin iken (Newzoo, 2018); Türkiye'de oyun sektörü 853 milyon dolar ile %24,7'lik bir pazar payına sahiptir (Gamingscan, 2019).

Şu ana kadar aktarılan bilgiler doğrultusunda rahatlıkla söylenebilir ki dijital oyunlar, sadece birey-yapay zekâ ve bireyler arası iletişime değil aynı zamanda kurumsal iletişime de olanak sağlayan, birçok sektörü etkileyen ve yeni sektörlerin ortaya çıkmasını sağlayan bir yaratıcı endüstri alanıdır.

1.5. Dijital Oyunların Gelişim Süreci

Dijital oyunların gelişim sürecini bilmek, sadece dijital oyun türlerini, platformlarını, sektörünü ve dijital oyun ile ilgili çalışmaları değil, aynı zamanda dijital oyunların sosyal yapısını ve iletişim dinamiklerini anlamak için de önemlidir. Çünkü dijital oyunların gelişim süreci aynı zamanda dijital oyunlarda kurulan iletişimin gelişimine dair bilgiler de sunmaktadır.

İlk bilgisayarların ve geleneksel oyunların ilk dijital uyarlamalarının ortaya çıkması ile oyunlar, dijital dönüşümden payını almaya başlamıştır. Dijital oyunlar, teknoloji ürünlerinin içinde bulunduğu duruma göre kimi zaman yavaşça kimi zamansa hızlı bir şekilde değişim ve gelişim göstermiştir. 60'lı ve 70'li yıllarda dijital oyunlar çoğunlukla insan – bilgisayar interaksyonu ve yapay zekâ araştırmalarında yararlanılan bilimsel deneylerden ibarettir. 90'lı yıllarda sektörleşme ile ticari olgunluklarına kavuşan dijital oyunlar, 2000'li yıllarda ticaret, kültür, eğitim ve hatta politika gibi alanlarda dikkate değer bir olguya dönüşmüştür. İçerisinde bulunduğumuz 21. yüzyılın ilk 20 yılında ise, dijital oyunların tarihini yazmak oldukça güçtür (Sezen ve Sezen, 2011, s. 249-250). Çünkü dijital oyunların farklı tür ve formatları ortaya çıkmış ve çıkmakta, farklı akademik disiplinlerce incelenmekte, eğitim alanında yer bulmakta, kültürel, politik ve bazı diğer alanlarda manipülasyon aracı olarak kullanılmaktadır.

Haşmet Gürçay ve çalışma arkadaşları (2019, s. 25), son yıllarda dijital oyunların hızlı bir gelişim göstermesini bilgisayar işlemci ve kartlarının gelişmesine, görüntü kalitesinin artmasına, internet ve mobil cihazlarda yaşanan gelişmelere, sürekli gelişen farklı taleplere göre farklı platform arzlarına, sürekli gelişen oyun içeriklerine ve neredeyse her yaşa uygun olan, farklı kitlelere hitap edebilecek oyunların piyasaya sürülmesine bağlamaktadır.

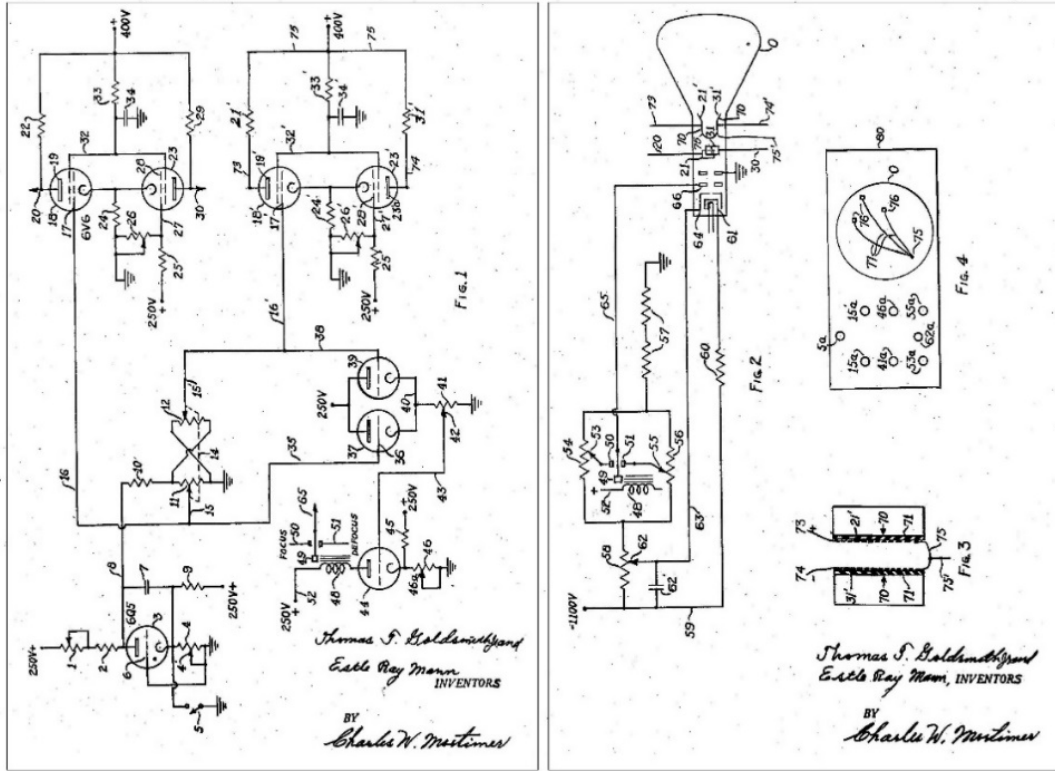
Dijital oyunların ortaya çıkmasıyla birlikte oyunları saklambaç, kart oyunları, satranç gibi geleneksel oyunlar ve dijital oyunlar olmak üzere ikiye ayırmak zorunlu bir hale gelmiştir (Sarı ve Öncel, 2019, s. 13). Dijital teknolojilerle birlikte ortaya çıkan dijital oyunların gelişimi, doğal olarak dijital teknolojilerin gelişimiyle paralellik göstermektedir. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde tüm ilkel dijital oyunların köklerinin İkinci Dünya Savaşı sırasında geliştirilmeye başlanan teknolojilere dayandığı ve günümüz dijital teknolojilerinin çoğu gibi, soğuk savaşın merkezindeki teknolojik yarış ile ortaya çıktığı fikrinin kabul edildiği görülmektedir. Bu dönemde rakip devletler saldırı ve savunma senaryolarını simüle etmek için yeni çıkan bilgisayar gücüne güvenmiştir ve bu sayede dijital oyunlar ortaya çıkmıştır (Krauss, 2009, s. 77). Ancak oyun sektörünün arka planında bulunan simülasyon, yapay zekâ

vb. teknolojiler sadece savunma sanayinde değil, havacılık, otomotiv ve tıp sektörü gibi birçok alanda da kullanılmaktadır (Gürçay vd., 2019, s. 25).

İkinci Dünya Savaşı sırasında askeri üstünlük sağlamak amacıyla Amerikan Ordusu, elektrikle çalışan ve elektronik veri işleme kapasitesine sahip olan ilk genel amaçlı elektronik bilgisayar olan *Electronic Numerical Integrator and Computer* veya kısa adıyla ENIAC'ın geliştirilmesi için onay vermiş ve dijitalleşme sürecinin ilk adımını atmıştır. Yaklaşık 167 metrekaresel bir alanı kaplayan ve 30 tondan fazla ağırlığa sahip olan ENIAC, 1947 yılında tam kapasite ile çalışmaya başlamıştır (Sezen ve Sezen, 2011, s. 255). Her ne kadar askeri amaçlarla üretilmiş olsa da ENIAC'ın varlığı dijital oyunların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Elektronik oyunların bilinen ilk örneği 1947 yılında Jr. Thomas T. Goldsmith ve Estle Ray Mann tarafından “Cathode Ray Tube Amusement Device – Katot Işın Tüpü Eğlence Cihazı” (şekil 3) adıyla üretilmiştir. İkinci dünya savaşında kullanılan radar ekranlardan esinlenilerek üretilen oyunda, analog devreler kullanılarak ekrandaki bir noktanın kontrol edilmesiyle, etraftaki hareketli cisimlerin roketi simgeleyen ışık huzmeleri ile vurulması amaçlanmıştır (Krauss, 2009, s. 76). Analog kontrollerle oynanan oyun, dijital oyun olarak kabul edilmemekte ancak dijital oyunların atası olarak değerlendirilmektedir.

Şekil-3: Katot Işın Tüpü Eğlence Cihazı

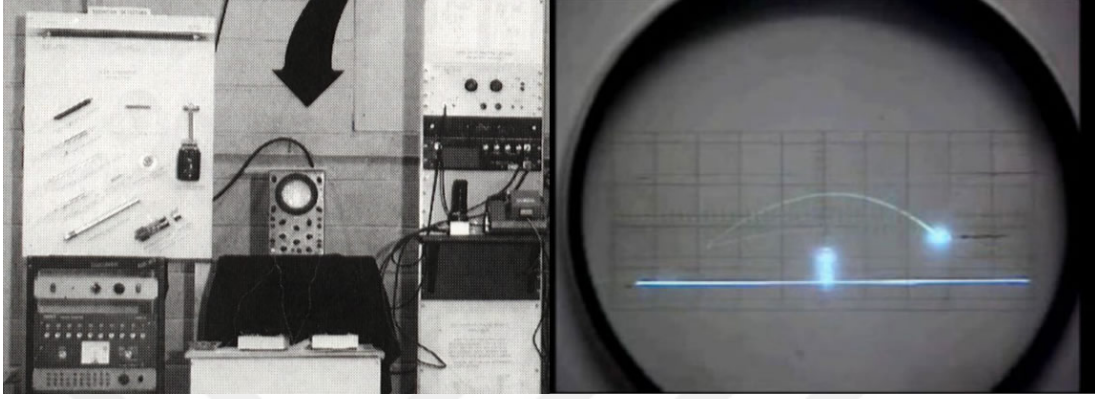


Kaynak: Goldsmith, T. T. Jr., ve Mann, E. R. (1948). Katot Işın Tüpü Eğlence Cihazı. U.S. Patent No. 2455992A. U.S.: Allen B Du Mont Laboratories Inc. Du Mont Allen B Lab. Inc.

1952 yılında Alexander Sandy Douglas, doktora öğrencisi olduğu Cambridge Üniversitesi'ndeki EDSAC bilgisayarında, Türkiye'de SOS olarak da bilinen ve bilgisayara karşı oynanan "tic tac toe" ya da diğer adıyla "OXO" oyununu üretmiştir (Krauss, 2009, s. 76). 1958 yılında ise, Brookhaven Ulusal Laboratuvarı'nda çalışan nükleer fizikçi William Higinbotham, ilk dijital oyun olarak kabul edilen "Tennis For Two"yu (Şekil 4), laboratuvara gelen ziyaretçileri eğlendirmek amacıyla üretmiştir (Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2008, s.52). İki kişi ile oynanabilen oyun, bir osiloskopun ekran olarak kullanılması sayesinde oynanmaktadır. Osiloskop'un ortasında yer alan ve tenis kortunu temsil eden yatay bir çizgi ile tenis ağını temsil eden kısa bir dikey çizgi bulunmaktadır. Oyunculardan biri ekranda görüntülenen ve bir topu temsil eden ışık noktasını filenin üzerinden göndermek için kontrol cihazındaki bir tuşa basmaktadır. Diğer oyuncu ise rakibini taklit ederek, topu rakibinin karşılayamayacağı bir şekilde filenin üstünden geri göndermeye

çalışmaktadır. Tennis for Two, dikkat çekici bir başarı yakalamasına rağmen patent almamış ve yaygınlaşmamıştır (Academic, 2022; Sezen ve Sezen, 2011, s. 258).

Şekil-4: Tennis for Two



Kaynak: Christie, 2013.

1962 yılına gelindiğinde MIT öğrencisi Steve Russell, PDP-1 aldı verilen bilgisayarda, kayda değer bir ticari ve toplumsal etki oluşturduğu kabul edilen ilk bilgisayar oyunu olan “Spacewar”ı (şekil 5) tasarlamıştır. Zamanla diğer öğrenciler (Martin Graetz ve Wayne Wiitanen) tarafından eklenen özelliklerle gelişen oyun, Amerika ile Rusya arasındaki uzay yarışı ve Edward Elmer Smith’in Lensman isimli bilim-kurgu roman serisinden esinlenilerek oluşturulmuştur. Bir edebiyat eserinden esinlenilerek oluşturulan ilk oyun olan Spacewar, iki kişilik bir oyundur. Oyuncular, ekrandaki bir yıldız, gezegen ya da kara delik olarak adlandırılan bölgeye yaklaşmadan uzay gemilerini kontrol ederek, rakibin uzay gemisini torpidolarla yok etmeye çalışmaktadır. Oyunun popüler bir mikrobilgisayar için programlanmış ve program kodlarının başkalarına verilebiliyor olması, Spacewar’ı önemli kılan bir diğer unsurdur. Bu sayede oyun tarihinde unutulmazlar arasına giren Space Invaders gibi oyunlar ile günümüzde popülerliğini koruyan aksiyon ve simülasyon türü oyunların temeli ortaya çıkmıştır (Brand, 1972; Sezen ve Sezen, 2011, s. 258; Krauss, 2009, s. 77).

Şekil-5: Spacewar Oyunu



Kaynak: Lasar, 2011; Bellis, 2019.

1967 yılında Ralph Bear, televizyona bağlanarak oynanabilen ilk ev oyun konsolu olan Brown Box'u icat etmiştir. Bear'ın tasarımı doğrultusunda Sanders Associates Şirketi, Brown Box için 12 farklı oyun ve çoğu oyuncunun örnek avı olarak bildiği oyundan da hatırlanacağı üzere, televizyon ekranına ışın göndererek etkileşime giren oyuncak bir silah geliştirmiştir. Tüm yeniliklerine ve ilk ev oyun konsolu olmasına rağmen Brown Box, ticari varlığını sürdürememiştir (Sezen ve Sezen, 2011, s. 259).

1971 yılına gelindiğinde Nolan Bushnell, Spacewar'dan esinlenerek jeton ile çalışan "Computer Space" oyun makinesini üretmiştir. Ancak karmaşık bir yapısı olan oyun, ticari açıdan başarısız olmuştur. Bir yıl sonra, Ralph Baer'ın tasarladığı Brown Box'tan yola çıkarak Magnavox şirketince geliştirilen ve ticari bir başarı elde eden ilk ev oyun konsolu Magnavox Odyssey piyasaya sürülmüştür. Hokey, tenis ve labirent gibi çeşitli oyunların oynanabildiği konsol, yaklaşık olarak 330 bin adet satmıştır. Aynı yıl içinde Nolan Bushnell ve Ted Dabney, Atari Şirketi'ni kurmuştur. 1980'li yıllarda oyun pazarının en önemli şirketlerinden biri olacak olan Atari'nin ilk oyun tasarımcısı Allan Alcorn, aynı yıl içinde Computer Space için kullanılan oyun makinelerinde oynamak üzere bir tenis oyunu olan Pong'u tasarlamıştır. 1970'lerin en başarılı oyunlarından biri olan Pong, zamanla farklı platformlara da uyarlanmıştır (Sezen ve Sezen, 2011, s. 260-261).

1977 yılında Atari Şirketi, modern oyun konsollarının temel taşlarından biri olan VCS 2600/Atari 2600'ü piyasaya sürmüştür. Çok sayıda oyun kartuşuna sahip olan

VCS 2600, programlanabilir kartuşları popüler hale getirerek oyun sektörünün çeşitlenmesini sağlamıştır (Krauss, 2009, s. 78).

1978 yılında Taito Şirketi, piyasaya sürdüğü Space Invaders isimli oyunla sektörde devrim yapmıştır. Bu devrim Space Invaders'in, ses efektlerinin ve müziğin ilk kez etkin bir şekilde kullanılması, ilkel de olsa bir anlatı yapısının olması ve merkezinde şiddet temasını barındırmasıyla türünün ilk örneği olması sayesinde gerçekleşmiştir (Aktaran: Cekan, 2013, s. 38).

1980'de "şiddet ve tehdit" yerine "dostluk ve mizah" temalarını işleyen ilk büyük oyun olan Pac-Man, Namco tarafından piyasaya sürülmüştür. Oyunculara ilk kez soyut da olsa kendileriyle özdeşleştirebilecekleri bir karakter sunan Pac-Man, parlak renkleri, eğlenceli düşman isimleri ve neşeli arka plan müziği ile erkek egemenliğindeki oyun dünyasına kızları da arcade salonlarına çekerek dâhil etmiş ve oyun pazarını büyütmüştür (Herz, 1997, s. 132; Kızılkaya, 2010, s. 69). Bir yıl sonra Nintendo Şirketi, oyun tarihinde önemli bir yere sahip olan Donkey Kong'u tasarlamıştır. Donkey Kong aynı zamanda, oyun dünyasının ünlü kahramanı ve Nintendo'nun ana karakterlerinden biri olan Mario'nun sahneye çıktığı ilk oyundur (Sezen ve Sezen, 2011, s. 264).

1982 yılında, oyun oynamak için tasarlanmış bir bilgisayar konfigürasyonu olan Commodore 64 piyasaya sürülmüştür (Sezen ve Sezen, 2011, s. 264). Kısa sürede benzerlerinin üretildiği bu bilgisayar, ucuz olması nedeniyle yaygınlık kazanmış, dolayısıyla çok sayıda kalitesiz oyunun ortaya çıkmasına ve oyun sektörünün gerilemesine neden olmuştur. Ancak günümüzde bir klasik niteliği taşıyan Tetris, oyun sektörünün gerileme içinde olduğu 1984 yılında Alexey Pajitrov tarafından Sovyet Rusya'da tasarlanarak piyasaya sürülmüştür. Oyun dünyası, 1985 yılında Nintendo'nun kısaca NES olarak adlandırılan (*Nintendo Entertainment System*) Nintendo Eğlence Sistemi'ni piyasaya sürmesiyle yeniden canlanmış ve oyun dünyasının en ünlü oyunlarından bazıları ortaya çıkmıştır. Bu dönemde Nintendo, zamanla bir efsaneye dönüşecek olan Super Mario Bros. ve Legend of Zelda oyunlarını, Capcom Şirketi Mega Man oyununu, Will Wright Şirketi SimCity oyununu, Broderbund Şirketi ise Prince of Persia oyununu piyasaya sürmüştür. 1989

yılına gelindiğinde oyun oynama deneyimini kolaylaştıran avuç içi Nintendo Game Boy ve SEGA Genesis oyun konsolları piyasaya sürülmüştür (Krauss, 2009, s. 78-79; Sezen ve Sezen, 2011, s. 267-268).

90'lı yıllarda bilgisayar oyunları, konsolların kapsamadığı alanlara odaklanmıştır. Bilgisayarların müdahale edilebilir ve tamamen yeni bir bilgisayar satın alınmasına gerek kalmayacak şekilde geliştirilebilir parçalardan oluşması, oyun tasarımcılarının daha üretken olmalarını sağlamıştır. Bu dönemde Monkey Island, dünyanın ilk FPS oyunu olan Wolfenstein 3D ve internet üzerinden de oynanabilen ilk FPS oyunu olan Doom üretilmiştir. Yine bu dönemde Dune 1, Dune 2, Command and Conquer ve Warcraft: Orcs & Humans oyunları piyasaya sürülmüştür. Oyun grafiklerinin gelişmesiyle birlikte metin tabanlı çok oyunculu macera zindan (rol yapma/MUD) oyunları da gelişim göstererek üç boyutlu çok oyunculu çevrim içi rol yapma oyunlarının, yani MMORPG'lerin temelini oluşturmuştur. İlk çok oyunculu çevrim içi rol yapma oyunu olan Ultima Online 1997'de, Everquest 1999'da, halen geniş bir kitle tarafından oynanan World of Warcraft ise 2004 yılında piyasaya sürülmüştür. Ultima Online ile birlikte oyuncular ilk defa dinamik bir ekonomi ve sosyal yapıya sahip olan bir sanal dünyada diğer oyuncularla eş zamanlı olarak bir araya gelmişler, iletişim kurmuşlar ve birlikte oyun oynamışlardır (Krauss, 2009, s. 79-80). Günümüzde grafikleri, sunduğu etkileşim ve simülasyon olanakları ile çok büyük bir kitleye hitap eden Grand Theft Auto oyununun ilk versiyonu 1997'de, yeni bir oyun türünün ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlayan Baldur's Gate, bilim kurgu temalı gerçek zamanlı strateji oyunu olan StarCraft ve oyun dünyasında bir kült olma niteliği taşıyan Half-Life 1998 yılında piyasaya sürülmüştür (Sezen ve Sezen, 2011, s. 275-276).

90'lı yıllarda bilgisayarların gösterdiği gelişimle birlikte ev oyun konsolları da gelişim göstermeye devam etmiştir. 1990 yılında Süper Nintendo Eğlence Sistemi (SNES), 1993'te Atari Jaguar, 1994 yılında ise günümüzde yoğun bir şekilde tercih edilen Sony PlayStation piyasaya sürülmüştür. CD ve hafıza depolama kartlarının gelişmesiyle birlikte daha büyük boyutlarda, daha iyi grafiklere sahip, daha fazla sinema ve hikâye odaklı oyunlar üretilmeye başlanmıştır. Final Fantasy VII, Resident Evil ve Lara Croft: Tomb Raider bu dönemde PlayStation için üretilen popüler

oyunlardandır (Krauss, 2009, s. 80). Oyun dünyasının ilk kadın karakteri olan Lara Croft, oyuncular tarafından yoğun ilgi görmesi nedeniyle dergi kapakları, reklamlar ve sinema gibi oyun dışı alanlarda da sıkça görülen ilk oyun karakteri olmuştur. Birçok konsolun küresel boyutlardaki lansmanlarının yapıldığı 90'ların sonlarına doğru ise, Nintendo 64 ve SEGA Dreamcast ön plana çıkmıştır (Rutter ve Bryce, 2006, s. 28).

Mobil oyun alanında ise Nokia, 1997 yılında 6110 cep telefonu modeliyle birlikte ilk mobil oyunlardan biri olan “Yılan” oyununu kullanıcılarına sunmuştur. Genel olarak değerlendirildiğinde ilk döneminde mobil cihazların ekranlarının küçük ve siyah-beyaz olması, hafızalarının yetersizliği, grafik işlemcilerinin düşük kapasiteli ve görsellerin iki boyutlu olması gibi nedenlerden dolayı mobil oyunlar, kullanıcıların pek fazla ilgisini çekmemiştir (Altuntaş ve Karaarslan, 2017, s. 281). Yine de bir temel olma niteliği taşıyan yılan oyunu, mobil oyunların popülerleşmesinin ve günümüzdeki halini almasının yolunu açmıştır.

2000'li yılların başında Sony, PlayStation 2 (PS2)'yi üretmiş, Microsoft ise Sony'ye rakip olarak Xbox'ı piyasaya sürmüştür. İşlemci ve grafik kapasitesinin artırıldığı PS2, internete ethernet kablosu ile bağlanabilmesi ve DVD oynatabilmesi özellikleri ile Grand Theft Auto 3, Grand Theft Auto San Andreas, Gran Turismo ve FIFA gibi dönemin ilerisinde oyunların geliştirilmesini sağlayarak rakiplerinin önüne geçmiştir. Sony'nin üstünlüğü ile devam eden oyun konsolu sektöründeki mücadele Microsoft'un Xbox 360, Sony'nin PlayStation 3 ve Nintendo'nun Wii konsollarını piyasaya sürmeleri ile yoğunlaşmış, bununla birlikte oyunlar, hikâye, grafik, etkileşim gibi çeşitli açılardan büyük gelişme kaydetmiştir. Microsoft Xbox 360'a sonradan eklediği Kinect isimli hareket algılama cihazı ile kullanıcıların herhangi bir oyun koluna ihtiyaç duymadan vücut hareketleriyle oyun oynayabilmelerini sağlamıştır. Ayrıca Xbox Live servisi ile oyunculara, çevrim içi oyun platformu oluşturularak sanal ortamdan film, müzik ve oyun indirme imkânı sağlanmıştır. Buna karşılık Sony, Blue-Ray disk okuyucu, dâhili hafıza, kablosuz uzaktan oynama ve PlayStation Network (PSN) adı verilen, oyuncuların birbirlerini arkadaş olarak ekleyip birlikte oyun oynayabildikleri, birbirleriyle sesli, yazılı ve görüntülü olarak iletişim kurabildikleri servisi geliştirmiştir (Krauss, 2009, s. 80; Rutter ve Bryce, 2006, s. 28-29; Tırnovalı, 2019, s. 24-25). Son yıllarda oyun konsolları çok hızlı bir gelişim göstermiş ve

konsolların günümüzdeki son örnekleri olan Nintendo Switch, Sony PlayStation 5 ve Microsoft Xbox Series X cihazları piyasaya sürülmüştür.

Diğer yandan internet teknolojisiyle gelişen Facebook, Mynet gibi sosyal medya uygulamaları ve Appstore, Play Store gibi mobil uygulama marketleriyle birlikte tavla, okey, sudoku gibi günlük oyunların ve kedi beslemek, çiftlik ya da şehir kurmak gibi simülasyonların mobil cihazlarda oynanabilen versiyonları üretilmiştir. Akıllı telefonların gündelik hayata girmesiyle sektör halini alan mobil oyunlar, tüm oyun sektörleri içinde en hızlı büyüme eğilimi gösteren platform olmuştur. Mobil oyun sektörünün bu denli hızlı büyümesinin ardında, kullanım kolaylığı ve telefon ya da tablet dışında genellikle ek bir donanım gerektirmemesi gibi pratik nedenlerle birlikte, oyun geliştirme ve pazarlama olanaklarının PC ve konsola göre çok daha kolay olmasından kaynaklandığı söylenebilir (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016, s. 15-16). Zira 90'lı yıllardaki dijital oyunların birçoğu doğrudan ya da geliştirilmiş grafiklerle akıllı telefon ve tabletlere entegre edilerek tekrar piyasaya sürüldüğü (Mısırlı, 2018, s. 73) gibi doğrudan mobil cihazlar için geliştirilen oyunlar da bulunmaktadır. Pubg ve Call of Duty Mobile oyunları entegre edilen oyunlara, Shadowgun Legends, Modern Combat, Clash of Clans, The House of Da Vinci, The Room gibi oyunlar ise, doğrudan mobil cihazlar için üretilen oyunlara örnek olarak verilebilir.

İnternet teknolojisindeki gelişmelerle birlikte dijital oyunları eskiden olduğu gibi CD, DVD ya da kasetler yoluyla pazarlamak yerine, dijital marketler aracılığıyla pazarlama yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda Origin, Uplay, Gog Galaxy, Epic Games ve Steam gibi çeşitli oyun platformları ortaya çıkmıştır. Oyuncular bu platformlar aracılığıyla diledikleri ücretli ya da ücretsiz oyunu alarak oynayabilmekte, diğer oyuncularla iletişim kurabilmekte ve merkezinde oyun olan bir sosyal ağ ve arşiv oluşturabilmektedir. Ayrıca, oyun dünyasının bir endüstriye dönüşmesiyle birlikte oyuncular, bu platformlarda oyunlarla ilgili sanal eşyaların ticaretini yaparak gelir elde edebilir hale gelmiştir. Bu bakımdan dijital oyunlar oyunculara, geleneksel oyunun verdiği rahatlama ve haz duygusunun yanı sıra, bir ticari faaliyet olarak oynadıkça tüketilen ve aynı zamanda oyuncunun, oyunun bir parçası olarak üretime katıldığı sanal bir ortam sunmaktadır. Bu kapsamda 21. yüzyılın “Homo Sapiens”i boş zamanlarında ve hatta günlük sorumluluklarını yerine getirmesi gereken zamanlarda

oyun oynayarak ikinci kez çalışmakta, yani sanal dünya temelli bir kariyer yapan “Homo Ludens” durumuna gelmektedir (Yıldız, 2007, s. 68).

Son yıllarda gündemde çokça yer alan VR teknolojisi yani sanal gerçeklik gözlükleri, oyun dünyasının geliştirilmekte olan yeni gözde teknolojilerden bir tanesidir. Çünkü mobilize bir yapıya sahip olmasıyla birlikte fare ve klavye ya da oyun kumandasının ötesinde oyuncunun bedeniyle birlikte oyunun atmosferine dâhil olabilmelerini sağlamaktadır. Bu sayede kısmen de olsa gerçek dünyadaki gibi fiziksel eylemlerde bulunabilen oyuncu, oyunun atmosferine daha iyi uyum sağlayabilmekte, oyun atmosferinin verdiği duyguları daha yoğun bir şekilde hissedebilmekte ve oyunun gerektirdiği vücut hareketlerini gerçekleştirerek bedenini eş zamanlı olarak sanal dünyaya taşımaktadır. Son zamanlara kadar basit demolar, uyarlamalar ve eğlence oyunlarından öteye gidemeyen VR oyunları, Valve Şirketi’nin Half-Life: Alxy oyununu piyasaya sürmesiyle büyük bir gelişme kaydetmiştir. Bu gelişimle birlikte VR teknolojisi ve benzer teknolojilerin gelişeceği, bunun sonucunda sanal gerçeklik ve dijital iletişim ortamlarının da gelişim ve değişim göstereceği söylenebilir.

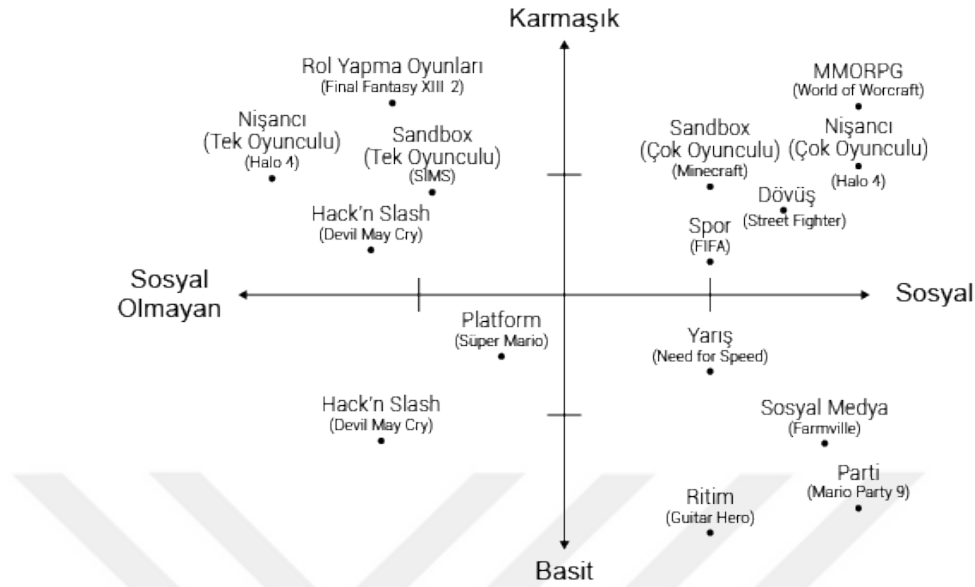
1.6. Dijital Oyun Türleri

Dijital oyun, oyun kavramının altında daha spesifik bir nitelik taşımasına rağmen, oyunların gerçek dünyaya alternatif yeni bir dijital dünyada oynanıyor olması nedeniyle geniş bir kapsama sahiptir. Bu nedenle dijital oyunun net bir tanımı yapılamadığı gibi, net bir şekilde türlerine ayırmak da mümkün değildir. Net olmaya yakın bir ayırım yapılsa bile oyun türleri, teknolojik ve endüstriyel gelişmelerle birlikte dijital oyunlarda yaşanan güncellemeler neticesinde dönüşüme uğramaktadır. Bu durum, yapılan ayırımın geçersiz ve/veya yetersiz kalmasına sebep olabilmektedir. Örneğin, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik oyunlarının yeni olarak nitelendirildiği günlerde Metaverse ile bu meta dünyada oynanan oyunlar gündeme gelmeye başlamıştır. Bu oyunların yaygınlaşması ve özelliklerinin belirginleşmesi sonucunda, yapılan dijital oyun sınıflamalarının yeniden gözden geçirilmesi gerekecektir. Genel anlamda oyunlarda olduğu gibi, tüm dijital oyunları da belirli özellikler doğrultusunda ayırtırmak mümkün değildir. Çünkü dijital bir oyun, sahip olduğu özellikler

bakımından birden çok sınıfa dâhil edilebilmektedir. Bu durum çalışmanın ilerleyen bölümlerinde örnekleriyle birlikte açıklanmıştır.

Dijital oyunların türlerini bilmek, oyunların içerikleri, oynanış şekilleri ve insanlar üzerindeki etkileri kadar oyunlarda kurulan iletişimi anlamak için de önemlidir. Çünkü oyuncuya sunulan iletişim olanakları, dijital oyunun türüne göre farklılık gösterebilmektedir. Isabela Granic vd. (2014) bu duruma açıklık getiren, karmaşıklık düzeyi ve gerekli sosyal etkileşimin kapsamına göre düzenledikleri, kendi ifadeleriyle dijital oyunların ana türlerinin kavramsal haritasını ortaya koymuştur (Şekil 6). Dijital oyunların kullanıcılarıyla etkileşim kurma yollarının çeşitliliğini göstermek amacıyla oluşturdukları bu haritada bazı oyunları zorunlu olarak hariç tutarken; bazı oyunlara yukarıda bahsedildiği üzere birden çok sınıfa dahil edilebilmeleri nedeniyle kasıtlı olarak birden çok kez yer vermişlerdir (s. 70). Aşağıda yer alan şekilden de anlaşılacağı üzere her dijital oyunun sunduğu iletişim olanağı/olanakları aynı olmadığı gibi, söz konusu iletişim olanağının boyutu da aynı değildir. Bununla birlikte tek kişilik ve çok kişilik oyun ayrımında olduğu gibi bir oyunda sunulan oynanış şekillerine göre kurulan iletişimin biçimi ve kapsamı da farklılaşabilmektedir.

Şekil-6: İki Önemli Boyuta Göre Dijital Oyun Türlerinin Kavramsal Haritası



Kaynak: Granic vd., 2014, s. 70.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, dijital oyunların farklı yaklaşımlarla çeşitli başlıklar altında türlerine ayrıştırıldığı görülmektedir. Yapılan ayrımların çoğunda aksiyon, macera, strateji, bulmaca, dövüş, yarış, savaş, simülasyon, rol yapma gibi oyun içeriklerinin temel alındığı görülmektedir (Prensky, 2001, s. 130-131; Adams, 2014, s. xiii-xiv; Crawford, 2014, s. 20-38). Bazı kaynaklarda, oyunun oynandığı platform temel alınarak bilgisayar, konsol ve mobil oyunlar şeklinde bir ayrım yapılmaktadır. Gürçay vd. (2019, s. 32-40) dijital oyunları kullanım alanına ve oynanış şekline göre iki ana gruba ayırmıştır. Kullanım alanına göre oyunları; yoğun emek sonucu ortaya çıkan AAA oyunlar, sosyal medya ortamları için geliştirilen sosyal ağ oyunları, gündelik (casual) oyunlar, mobil oyunlar, çevrim içi oyunlar, ciddi/eğitim içerikli oyunlar ve bağımsız (indie) oyunlar olarak sınıflandırmışlardır. Oynanış şekline göre oyunları ise, FPS, TPS, RPG, MMORPG, MOBA, RTS, TBS, macera, simülasyon, platform, arcade, mantık, masaüstü, spor, konsol, Playstation, Xbox ve Wii oyunları şeklinde sıralamışlardır. Bu başlıklar ile dijital oyunların iyi bir şekilde ayrıştırıldığı söylenemez. Çünkü kapsamı geniş ve karma bir yapı ortaya konulmuştur. Her ne şekilde olursa olsun genel olarak ayrımların, tüketici olarak oyuncunun satın alma konusunda bilgi edinmesine yönelik yapıldığı söylenebilir (Demirbaş, 2015, s. 364). Ancak hangi açıdan yaklaşılsa yaklaşılsın yapılan oyun

türü ayrımının anlamlı olabilmesi için, türler arasındaki çizgilerin mümkün olabildiği kadar net bir şekilde çizilmesi ve tutarlılık göstermesi gerekmektedir.

Geleneksel oyunların sınıflandırılması başlığı altında ele alınan, Caillois tarafından tutarlı bir şekilde ortaya konulan dördü sınıflama, dijital oyunlara uyarlanarak kullanılabilir. Bu uyarlamaya göre dijital kart, zar ve benzeri oyunlar *alea* (*şans*), çiftlik, araç, yaşam simülasyonları *minicry* (*simülasyon*) ve bir sınır ya da kural olmaksızın amaçsız bir şekilde koşmak, kuleye tırmanmak, yüksekten atlamak, hızla araç sürmek gibi anlam taşımayan oyunlar *ilinx* (*baş dönmesi*) başlığı altında yer alırken; en yüksek puanı almak, birinci olmak, diğer oyuncularla rekabet etmek içerikli oyunlar *agôn* (*rekabet*) başlığı altında sınıflanmaktadır. Tüm türler içinde oyuncunun oyun sınırları içinde istediğini yapabildiği açık dünya oyunları *paidia* olarak değerlendirilebilecekken; Counter Strike, League of Legends gibi kurallı e-spor oyunları *ludus* olarak değerlendirilebilir. Ancak geleneksel oyunlardan farklı olarak dijital oyunların oynanabilmesi için bazı teknik donanımların ve becerilerin gerekmesi nedeniyle daha çok kurallı bir yapıya sahip oldukları ve bu nedenle *ludus* kutbuna daha yakın oldukları söylenebilir.

Dijital oyunların sınıflandırılmasına dair var olan çeşitli görüşlerde çoğunlukla belirli bir oyun özelliğine odaklanıldığı görülmektedir. Bu genel çerçeveden farklı bir yaklaşım sergileyen Juul (2005), oyunları soyut, ikonik, tutarsız dünya, tutarlı dünya ve sahnelenen oyunlar olmak üzere beş sınıfa ayırmıştır. Soyut oyunlar, Tetris ya da Dama gibi bir bütün olarak veya parçalar halinde bir şeyi temsil etmeyen oyunlardır. Dama oyununda taşlara ve oyun tahtasına dair bir dizi kural ve gelenek vardır. Ancak bunlar bir şeyi temsil etmemektedir. İkonik oyunlar, oyun parçalarının ikonik bir anlama sahip olduğu oyunlardır. Standart bir iskambil destesindeki kupaların kralı, bir kralı sembolize eder. Bu kralın iskambil destesindeki diğer krallarla ya da aynı takımdaki diğer kartlarla nasıl bir ilişkisi olduğu açık değildir. Tutarsız dünya oyunları, kurgusal bir dünyaya sahip olan ancak oyunun kendisiyle çeliştiği ya da bazı oyun olaylarının kurgusal dünyanın bir parçası olarak açıklanamadığı oyunlardır. Tutarlı dünya oyunları, birçok macera oyununda olduğu gibi hiçbir şeyin, onların ayrıntılı olarak hayal edilmesini engellemediği tutarlı dünyalar içeren oyunlardır. Son olarak

sahnelenen oyunlar, daha ayrıntılı bir dünyada soyut veya bir dereceye kadar temsili oyunun oynandığı özel durumları ifade etmektedir.

Her ne kadar kalıcı ve sınırları net olarak çizilmiş bir ayırım ortaya konulamamış olsa da literatürdeki ayrımlardan yola çıkarak dijital oyunların, oynandığı platforma, içeriğine, görüş açısına, oyuncu sayısına ve amacına göre olmak üzere beş başlıkta sınıflandırılması mümkündür. Ana başlıklara ayrılan oyun türleri kendi içerilerinde alt başlıklara ayrılmaktadır. Bu farklı türler tek çatı altında birleştirilmeye çalışıldığında, türler arası çizgilerin netliği azalmakta ve söz konusu ayırımın tutarlılığı kaybolmaktadır. Bu nedenle dijital oyunlar, ilgili literatürün değerlendirilmesi ile belirtilen beş başlık altında türlerine ayrılarak sunulmuştur.

1.6.1. Oynandığı Platforma Göre Dijital Oyunlar

Geleneksel oyunların bağlamından farklı olarak dijital oyunlar, sanal dünyada oynanmaktadır. Bu sanal dünya kendisini gelişen dijital teknolojiler sonucunda ortaya çıkan teknik donanımlarda göstermektedir. Dijital oyunlar, oynanabildikleri donanımlara yani platformlara göre, arcade oyunlar, konsol oyunları, bilgisayar oyunları ve mobil oyunlar olmak üzere dörde ayrılabilir.

Arcade Oyunlar: Günümüzde çok sık rastlanmasa da halen lunapark ve oyun salonlarında karşılaşılan arcade oyunlar, jetonla çalışan insan boyundaki büyük makinelerde oynanan oyunlara verilen genel addır. Günümüzde her ne kadar teknik ve içerik anlamında arcade oyunların çok üzerinde grafik, oyun donanımı ve oyun hikâyesi üretilmiş olsa da bu makineler, ortaya çıktıkları dönemin ve sundukları oyun oynama deneyiminin etkisiyle farklı bir tarza sahiptir. Bu tarz sayesinde çeşitli oyun salonlarında halen arcade oyun cihazlarıyla karşılaşılabilmektedir. Arcade makinelerin boyutundan dolayı teknik anlamda bir dezavantaja sahip olan bu oyunlar, çeşitli yazılımlar sayesinde telefon ya da bilgisayar gibi cihazlarda da oynanabilmektedir.

Bilgisayar Oyunları: Anakart, ekran kartı, RAM, hafıza kartı, gibi geliştirilebilir parçalardan oluşan, taşınabilir ve masaüstü olarak adlandırılan alternatifleri olan, bilgisayar adı verilen çok amaçlı donanımlarda oynanan oyunlardır. Bilgisayarlar, arcade makineler ve konsolların aksine sadece oyun oynamak amacıyla kullanılmamaktadır. Ancak parçalarının geliştirilebilmesi ve yazılımsal anlamda

oyuna müdahale edebilmeye imkân sağlaması nedeniyle, özellikle çevrim içi oyunlar oynamak amacıyla yoğun bir şekilde tercih edilmektedir. Parçalarının değiştirilebilir olması ve sürekli olarak yeni parçaların üretilmesi nedeniyle maliyet açısından dezavantaja sahipken; konsol ya da mobil cihazlardaki daha sabit nitelikli grafiklerin aksine güncellenebilen yüksek kalitede bir görsellik ve deneyim sunması bakımından avantaj sağlamaktadır. Ayrıca, söz konusu grafiklerin çeşitli yazılımsal modlarla geliştirilebilir olması ve oyun oynama esnasında çeşitli programların kullanımına olanak sağlaması da bir avantaj olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak teknik bilgi ve beceriye sahip olan oyuncuların, oyunların yazılımına müdahale ederek birtakım yasa dışı faaliyetlerde bulunabilmeleri, oyun yapımcıları ve diğer oyuncular açısından bir dezavantaj niteliği taşımaktadır.

Genellikle fare ve klavye kullanılarak oyun oynanan bilgisayar sistemine çeşitli yazılım ve araçlarla oyun kumandası, mobil cihazlar, sanal gerçeklik gözlükleri gibi donanımlar bağlanabilmektedir. Bu sayede farklı donanımlarla oyun oynanabildiği gibi, farklı platformlar için üretilen oyunları bilgisayar sistemine bağlayarak oynamak da mümkün hale gelebilmektedir.

Mobil Oyunlar: İnsanların, günlük hayatlarında yanlarından ayırmadan çok amaçlı olarak kullandıkları cep telefonları ve tabletlerde oynanan oyunlardır. Diğer platformların aksine cebe ya da çantaya sığabilecek boyuttaki bu cihazlar, günümüzde çevrim içi ve çevrim dışı oyunları oynama aracı haline gelmiştir (Gürçan vd., 2008, s. 5). Zira öncelikli olarak diğer platformlar için üretilen Call of Duty, PUBG, League of Legends gibi birçok oyun mobil cihazlara uygun olarak yeniden hazırlanmıştır. Ayrıca, Diablo gibi sevilen birçok serinin yeni oyunları mobil cihazlara özel olarak üretilmektedir. Yeni oyunlarla birlikte içerik olarak zenginleşen mobil oyun platformu, cep telefonlarına entegre edilebilen aparatlarla donanımsal anlamda da zenginleşmektedir (Binark, 2007, s. 13).

Konsol oyunları: Monitör, televizyon gibi ekranlarla görüntü sunan, bir klavye, joystick veya avuç içi bir kumanda ile oyun oynanmasını sağlayan bilgisayar tabanlı eğlence cihazlarına konsol denir. Bu cihazlarda oynanan oyunlar ise konsol oyunu olarak adlandırılır. Günümüzde en çok bilinen oyun konsolları Playstation, Xbox ve

Nintendo cihazlarıdır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016, s. 5). Bu cihazlar sürekli olarak güncellenmekte ve yeni sürümleri üretilmektedir. Nintendo Switch, PSP gibi oyun konsollarının, cep telefonları gibi küçük ve taşınabilir olmaları nedeniyle bu konsollardaki oyunların mobil oyunlar kategorisine dâhil edilmeleri gerektiği düşünülebilir. Ancak konsollar, mobil oyunların oynandığı cep telefonlarının aksine doğrudan oyun oynamak için üretilen cihazlardır. Bu nedenle mini konsollardan oynanan oyunlar, mobil oyunlardan farklılaşmaktadır. Bunun yanı sıra VR adı verilen sanal geçeklik gözlüklerinde oynanabilen oyunlar da VR cihazların doğrudan oyun oynamak amacıyla üretiliyor olmaları nedeniyle konsol oyunları arasında değerlendirilmektedir. Ancak bu cihazları, oyuncuyu fiziksel olarak oyunun içerisine dâhil etmesi, yani oyun donanımının oyuncu tarafından giyilmesi nedeniyle “giyilebilir oyun konsolları” şeklinde bir alt başlık olarak ya da tamamen yeni bir oyun platformu olarak ele almak da mümkündür.

Konsol oyunları, "geleneksel" bilgisayar tabanlı oyunlardan farklıdır. Temel üretilme mantıkları gereği fiziksel bir alan içinde oyuncuların birbirleriyle doğrudan etkileşim kurmasına izin verir. Hareket algılama sistemleri (örneğin, Xbox Kinect) sayesinde oyunların yapay zekâsıyla kurulan etkileşim de fiziksel hale gelir. Konsol oyunları, bireylerin tek başlarına oynamaları için değil, öncelikle bir grup halinde oyun oynanmaları için tasarlanmıştır. Bu nedenle konsol oyunları genellikle oyunculara güçlü bir "birlikte olma" duygusu verecek şekilde tasarlanmaktadır ve doğaları gereği "sosyal"dir (Kröger ve Quandt, 2014, s. 156).

Bazı kaynaklarda, aktarılan bu platformlara çevrim içi oyunlar başlığı da eklenmektedir. Ancak çevrim içi oyunları, bir platform olmaktan ziyade oyuncu sayısını ifade etmeleri nedeniyle, oyuncu sayısına göre dijital oyunlar başlığı altında değerlendirmek daha doğru olacaktır.

1.6.2. İçeriğine Göre Dijital Oyunlar

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, sahip oldukları içerikler dikkate alınarak ortaya konulan oyun sınıflamalarında, temel olarak aynı başlıkların kullanıldığı görülmektedir. Bu sınıflamalardan bir tanesini yapan Level Dergisi hem tematik hem de teknolojik özelliklerine göre dijital oyunları: (1) ağ oyunları, (2) aksiyon oyunları,

(3) FPS oyunları, (4) macera oyunları, (5) yarış oyunları, (6) rol yapma oyunları, (7) simülasyon oyunları, (8) spor oyunları ve (9) strateji oyunları şeklinde türlere ayırmıştır (Binark, 2007, s. 13). Ancak yapılan bu sınıflamada yer alan, oyunun teknik olarak hangi görüş açısından oynandığıyla ilgili olan FPS oyunlarını “görüş açısına göre dijital oyunlar”, ağ oyunlarını ise “oyuncu sayısına göre dijital oyunlar” başlığı altında sınıflandırmak daha doğru olacaktır.

Adams (2014, s. xiii-xiv), Level dergisinin sınıflamasında yer alan başlıkları da içermekle birlikte kendi sınıflamasını ortaya koymuştur. Söz konusu sınıflama şu şekildedir: (1) nişancı oyunları, (2) aksiyon oyunları, (3) müzik, dans ve egzersiz oyunları, (4) strateji oyunları, (5) rol yapma oyunları, (6) spor oyunları, (7) araç simülasyonu oyunları, (8) inşaat ve simülasyon oyunları, (9) macera oyunları, (10) bulmaca ve günlük oyunlar. Benzer şekilde Ceceri (2015, s. 20-21) ve diğer birçok yazar da belirtilen başlıklarla birlikte dövüş, eğitim, platform gibi diğer bazı başlıklar dâhilinde benzer sınıflamalar ortaya koymuştur. Bu sınıflamalar üzerinde biraz durulması halinde türler arası çizgilerin net bir şekilde çizilemeyerek tutarlı bir ayırım yapılamadığı görülecektir. Belirtilen ve literatürde karşılaşılan çeşitli tutarsız sınıflamaların aksine Herz (1997), daha net ve tutarlı bir ayırım ortaya koyarak içeriğine ya da temasına göre dijital oyunlar olarak değerlendirilebilecek olan şu ayrımı yapmıştır (s. 25-31):

Aksiyon oyunları: Soldan sağa atış, zıplama, hazine/bonus puan toplama oyunları, labirent kovalamaca oyunları, platform tırmanma oyunları, ateş etme ve dövüş oyunları bu türün kapsamına giren oyunlardır. Bu oyunlara: Tomb Raider, Half Life, Call of Duty, Crysis gibi yapımlar örnek verilebilir.

Macera oyunları: Hangi platformda oynandıkları fark etmeksizin macera oyunları; seviye atlayabilmek ve oyunun ilerleyen aşamalarındaki bulmacaları çözebilmek için gerekli olan öğeleri biriktirmeyi ve keşfetmeyi gerektiren oyunlardır. Legend of Zelda, Uncharted gibi oyunlar bu türün bilinen örneklerindendir.

Dövüş oyunları: Genel olarak karmaşık tuş kombinasyonları ile saldırı ve savunma yaparak rakibi mağlup etmeye dayanan oyunlardır. Tekken, Street Fighter, Mortal Combat gibi oyunlar bu türün bilinen örneklerindendir.

Bulmaca oyunları: Hedefe giden yolda üstesinden gelinmesi gereken engellerin olduğu macera oyunlarından farklı olarak, bulmaca oyunlarında mantık egzersizleri kendi başlarına birer amaçtır. Oyun bu bulmacaların çözülmesi halinde ilerlemekte, tüm oyun bulmacalar üzerine kurulmaktadır. The Room, Portal ve Inside gibi oyunlar bu türe örnektir.

Rol yapma oyunları: Yüzeysel olarak macera oyunlarına benzeyen, ancak bu oyunlardan farklı olarak daha az soyut olan ve kendini daha az tekrarlayan, farklı oyun karakterleriyle takım halinde seyahat etmeyi ve savaşmayı içeren, uzun destansı anlatıların olduğu oyunlardır. Bu oyunlarda ilk olarak genellikle bir karakter seçilir ya da yeni bir karakter oluşturulur. Bu karakterin belirli yetenekleri vardır ve bu yetenekler oyunda ilerleme sağlandıkça geliştirilir. Günümüzde rol yapma oyunları genellikle çok oyunculu olarak üretilmekle birlikte, hikâye tabanlı aksiyon-macera-rol yapma özelliklerinin birleşimi şeklinde tek kişilik yapıda da üretilmektedir. The Last of Us, Skyrim, Mount and Blade, Kingdom Come Deliverance gibi oyunlar tek kişilik, Ultima Online ve World of Warcraft gibi oyunlar ise çok kişilik rol yapma oyunlarına örnektir.

Simülasyon oyunları: Muhtemelen tüm oyunlar bir şeyin simülasyonu olsa da oyuncular ve programcılar “simülasyon oyununun” ne anlama geldiğine dair oldukça spesifik bir fikre sahiptir. Bu oyunlar, sistemler inşa etmek ve onların gelişimini izlemek ile ilgilidir. Şehirler kurmak, iş yönetmek ya da araç sürmek gibi amaçlarla oynanan, genellikle kariyer temalı eğitim ve/veya eğlence oyunlarıdır. Euro Truck Simülator, Farming Simülator, Arma, Microsoft Flight Simülator gibi oyunlar bu türün bilinen örneklerindendir.

Spor oyunları: Teknik olarak aksiyon ve simülasyonun bir kombinasyonu olan bu oyunlar, ayrı bir kategori olarak sınıflandırılacak kadar belirgindir. Tasarım açısından bu oyunlar birbirleriyle tamamen ilgisiz olabilmektedir. Ancak futbol, basketbol, kayak ya da başka bir oyun olmasına bakılmaksızın sezgisel olarak aynı başlık altında değerlendirilmektedirler. Tenis, kayak, golf gibi oyunların yanı sıra, ayrı bir başlık altında değerlendirilebilecek olan yarış oyunları da bu başlık altında yer almaktadır.

Strateji oyunları: Tüm dijital oyunlar bir tür strateji gerektirmektedir. Ancak strateji oyunlarında oynama eylemi ve hatta oyunun hedefleri soyuttur. Hedeflenen sonuca ulaşmak için kısa ve uzun vadeli planlama yapmayı gerektiren bu oyunların, diğer oyun türlerine kıyasla çok oyunculu oyun olma olasılıkları daha fazladır. Strateji oyunları genellikle “turn-based strategy - TBS” yani sıra tabanlı oyunlar ve “real-time strategy - RTS” yani gerçek zamanlı strateji oyunları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Sıra tabanlı oyunlarda bir eylemde bulunabilmek için rakibin eylemini tamamlaması beklenirken; gerçek zamanlı oyunlarda sıra beklemeksizin bir mücadele söz konusudur. Satranç, Civilization gibi oyunlar sıra tabanlı oyunlara; avla, topla, inşa et, geliştir, savaş, ele geçir, kazan mantığına dayanan Age of Empires gibi oyunlar ise gerçek zamanlı strateji oyunlarına örnek olarak gösterilebilir. Bu iki türe de tam olarak dâhil olmayan kur, geliştir, savun mantığına dayanan kule savunma gibi oyunlarda ise, dalgalar halinde güçlenerek gelen yapay zekâya sahip düşman karakterlere karşı mücadele edilmektedir. Düşmanlar belirli zaman aralıklarıyla saldırdığı gibi, oyuncunun tercihi doğrultusunda daha erken de saldırabilmektedir. Bu nedenle her iki türün özelliklerini de tam olarak taşımamakla birlikte söz konusu oyunlarda, değişken de olsa bir sıra söz konusu olduğu için sıra tabanlı oyunlara daha yakın oldukları söylenebilir.

İçeriklerine göre farklı başlıklar altında tanımlanan oyunlar, sadece tek sınıfa ait özellikler göstermekle kalmayıp aynı anda farklı sınıfsal özellikleri bünyelerinde barındırabilmektedir. Örneğin Tomb Raider oyunu aksiyon, macera ve rol yapma özelliklerini taşıırken, oyun içindeki dövüş mekanikleri, eşya tasarlama ve kullanma dinamikleri ile bir dövüş ve strateji oyunu olma niteliği de göstermektedir. Macera ve diğer niteliklerden ziyade aksiyon ve rol yapma özelliklerinin bir arada olduğu oyunlardan olan, H1Z1 ve DayZ oyunlarından sonra popüler hale gelen hayatta kalma oyunları da bu sınıflamaya dâhil edilebilir. Ancak bu oyun türü, yeni bir başlık olmaktan ziyade önceki başlıkların birleşiminden oluştuğu için, yapılan sınıflamanın tutarlılığını azaltacaktır. Bu nedenle çok nitelikli oyunların her biri için bir başlık ortaya koymak, söz konusu türlerin çeşitliliğini artırarak karmaşaya sebep olmaktan başka bir şey sağlamayacaktır.

1.6.3. Görüş Açısına Göre Dijital Oyunlar

Oyuncunun, oyun karakter(ler)ini hangi ekran açısından kontrol ettiğini ifade eden bu ayrım, oyun literatüründe genellikle üç başlık altında ele alınmaktadır:

Birinci Şahıs Nişancı (First Person Shooter-FPS): Bu bakış açısı, oyun dünyasının gerçek dünyada olduğu gibi karakterin gözünden görüldüğünü ifade eder. Genellikle savaş temalı ve atış içerikli aksiyon oyunlarında kullanılan bu bakış açısına sahip oyunların ekranında çoğunlukla, oyun karakterinin vücudu, kolları, elleri ve ellerindeki eşyalar görülmektedir. Bu durum oyuncunun kendisini, karakter ile bütünleştirerek oyuna dâhil olmasını sağlamaktadır (Tırnovalı, 2019, s. 29). Birinci şahıs bakış açısını daha üst bir boyuta taşıyan giyilebilir nitelikteki sanal gerçeklik gözlükleri, oyuncunun kendisini oyun karakteriyle neredeyse tamamen özdeşleştirerek, kendisini gerçekten oyunun içindeymiş gibi hissetmesini sağlamaktadır. Öyle ki sanal gerçeklik gözlüğüyle birlikte fare ve klavyeden uzaklaşan oyuncunun, oyun karakterinin el, kol ve baş hareketlerini yönetebilmek için fiziksel olarak hareket etmesi gerekmektedir. Böylece oyuna karakterin gözünden bakmaktan ziyade o karaktere bürünen oyuncu, varlığını oyun dünyasına transfer etmektedir.

Görüş açısını başka boyuta taşıyan diğer bir teknoloji, yapay zekâ ile insan-bilgisayar etkileşiminin disiplinlerarası bir konusu olarak ifade edilen AR (artırılmış gerçeklik) teknolojisidir. Bu teknoloji bilgisayar simülasyonu yoluyla gerçek dünyada belirli bir zaman ve mekânda deneyimlenmesi zor ya da imkânsız olan fiziksel (görsel, işitsel) bilgileri gerçek ile sanal dünya arasında organik bir şekilde bütünleştiren bir teknolojidir. Artırılmış gerçeklik herşeyden önce bahsi geçen iki dünya arasında köprü kurulmasıyla ortaya çıkmaktadır. AR dünyasında birey, gerçek dünyadan kısmen ayrılabilir. Sanal gerçeklik oyunlarında birey tamamen yapay bir görüntü ile çevrelenirken, artırılmış gerçeklikte gerçek dünyayı oyun içindeyken de görebilmektedir. Artırılmış gerçeklikte sayısal görüntüleri kullanıcının gerçek dünya görüşüyle harmanlamak için üç boyutlu hareketli grafikler kullanılır. Yani birey, VR teknolojisinde olduğu gibi birinci şahıs bakış açısıyla oyun oynar. Ancak bu oyun VR oyunlarından farklı olarak gerçek dünya ile bütünleşmiş haldedir (Atiker, 2021, s. 308-309). Yayınlandığı dönemde dünya genelinde ün kazanan Pokemon Go, iki dünyanın bütünleştiği AR oyunlarının popüler bir örneğidir.

Üçüncü Şahıs Nişancı (Third Person Shooter-TPS): Bu bakış açısı çoğunlukla aksiyon, macera ve rol yapma türü oyunlarda kullanılmaktadır. FPS bakış açısından farklı olarak bu bakış açısında oyun karakteri, bir kamerayla uzaktan kaydediliyormuş gibi görülmektedir. Üçüncü şahıs bakış açısı sayesinde oyun karakterinin tüm vücudu görülebilmekte ve böylece karakterin çevre ile etkileşimi rahatlıkla kontrol edilebilmektedir (Tırnovalı, 2019, s. 30).

Yaratıcı/Kuş Bakışı Görüş Açısı: Genellikle strateji oyunlarında kullanılan, oyuncunun kendisini oyun dünyasının dışında tutarak, oyunu yukarıdan kontrol ettiği bir bakış açısıdır (Doğu, 2006, s. 127). Örneğin bu bakış açısıyla oynanan Age of Empires oyununda oyuncu, kendisini hiçbir oyun karakteriyle özdeşleştirmeden oyuna hükmeder. İşçilere ağaç kestirir, inşaat yaptırır, askerlere nerede nasıl savaşacaklarını emreder, oyun içindeki ekonomik ve siyasi durumu yönetmeye çalışır. Bu nedenle yaratıcı bakış açısı, yönetici ya da patron bakış açısı olarak da adlandırılmaktadır. Zira bu bakış açısına sahip oyunlarda oyuncu, bir şirketi, askeri birliği, köyü, şehri, ülkeyi, dünyayı ve benzeri bir yapıyı kurup yönetmeye çalışmaktadır.

1.6.4. Oyuncu Sayısına Göre Dijital Oyunlar

Ortaya çıktığı ilk yıllarda tek kişinin ya da aynı ortamda bulunan iki kişinin oynaması için üretilen dijital oyunlar, teknolojik gelişmelerle paralel bir şekilde yerel ağ üzerinden oynanabilen çok kişilik oyunlara ve ardından evrensel ağ üzerinden oynanabilen devasa çevrim içi oyunlara doğru oyuncu sayısının giderek arttığı bir gelişim göstermiştir. Bu açıdan oyuncu sayısına göre dijital oyunlar, genel olarak tek kişilik dijital oyunlar ve çok kişilik dijital oyunlar olmak üzere iki başlıkta ele alınabilir.

Tek Kişilik Oyunlar: Bir ağa bağlanma şartının olmamasıyla birlikte teknik olarak oyuna aynı cihaz üzerinden ikinci bir oyuncunun da dâhil olamadığı oyunlardır. Bu tür oyunlarda oyuncu, NPC adı verilen yapay zekâ oyun karakterlerine, yani bilgisayara karşı oynayarak kazanmayı, problem çözmeyi ya da senaryoyu tamamlamayı amaçlamaktadır. Bu tür oyunlar doğrudan tek kişilik olarak üretilbildiği gibi, oyun içinde bir seçenek olarak da sunulabilmektedir. Örneğin Half-

Life, The Forest, Call of Duty, Tomb Raider, Max Payne gibi birçok ünlü oyunun hem tek kişilik senaryo hem de çok kişilik oyun seçeneği bulunmaktadır.

Çok Kişilik Oyunlar: Bu tür oyunlar, donanımsal olarak ikinci bir oyun kumandasının bağlanmasıyla aynı cihaz üzerinden oynanan dijital oyunlar ve bir ağ bağlantısı üzerinden oynanan çevrim içi oyunlar olmak üzere iki alt başlıkta ele alınabilir. Street Fighter, Blur, Fifa gibi oyunlar, ikinci bir oyun kumandası sayesinde aynı cihazdan oynanan çok oyunculu oyunlara örnektir. Bir ağ bağlantısının olması koşuluyla istenilen zaman ve mekânda telefon gibi mobil cihazlardan oynanabilen çevrim içi oyunlar ise, yeni medya ile gelen özellikleri bünyesinde barındırması sayesinde, dünyanın neresinde oldukları fark etmeksizin farklı kültürlerden insanların aynı sanal ortamda bir araya gelerek oyun oynayabilmelerini sağlamaktadır (Sucu, 2014, s. 139).

Temel olarak internet teknolojisine dayanan çevrim içi çok oyunculu oyunlar, telefon gibi mobil cihazlar üzerinden oynanabildiği gibi bilgisayar, konsol sistemi veya web tarayıcıları üzerinden de oynanabilmektedir. Tarayıcıdan oynanan oyunlar, indirilerek oynanan oyunlara kıyasla daha küçük boyuttadır ve daha basit bir yapıya sahiptir. Bu oyunlar da bir ağa bağlanmak şartıyla aynı cihazda birden çok kişi tarafından oynanabilmektedir. Genellikle çocukların oynadığı bu oyunlar, sokak oyunları kültürünün teknoloji ile bilgisayar oyunları kültürüne dönüşmesine örnek teşkil etmektedir. Zira artık çocuklar, arkadaşlarıyla birlikte en az sokakta oynadıkları kadar, bilgisayar, telefon ve tabletlerinden oyun oynamayı tercih etmektedir.

İndirilebilir çok oyunculu çevrim içi oyunlar genellikle “devasa çok oyunculu çevrim içi oyunlar” (Massively Multiplayer Online Games - MMOG) olarak adlandırılmaktadır. Bu oyunlar dünyanın farklı bölgelerinden binlerce kişinin aynı anda NPC adı verilen yapay zekâ karakterlere ve/veya diğer oyunculara karşı mücadele ettikleri devasa oyunlardır (Lecky-Thompson, 2009, s. 84). Ana temaları doğrultusunda bu oyunlar çeşitli alt başlıklara ayrılmaktadır. İçeriklerine göre dijital oyunların çevrim içi dünyaya taşınmış halleri olan ve “devasa çok oyunculu çevrim içi (MMO)” sıfatıyla tanımlanan söz konusu bu başlıkların en yaygın olarak bilinenleri, örnekleriyle birlikte aşağıda sunulduğu gibidir (Majhi, 2011):

- **MMORPG** (MMO Role Playing Games - Rol Yapma Oyunları): World of Warcraft
- **MMOBA** (MMO Battle Arena - Savaş Arenası Oyunları): League of Legends
- **MMORTS** (MMO Real Time Strategy Games - Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları): Age of Empires, Rise of Nations
- **MMOFPS** (MMO First Person Shooter Games - Birinci Şahıs Nişancı Oyunları): Counter Strike, Halo, Planetside
- **MMOSG** (MMO Sport Games - Spor Oyunları): FIFA, Pro Evolution Soccer
- **MMORG** (MMO Racing Games - Yarış Oyunları): Trackmania
- **MMORG/DG** (MMO Rythm/Music or Dancing Games - Müzik ya da Dans Oyunları): Just Dance, Audition Online, Showup
- **MMOMG** (MMO Management Games - Yönetim Oyunları): Rimworld, Cities: Skylines
- **MMOSG** (MMO Social Games - Sosyal Oyunlar): Second Life, Sanalika
- **MMO Turn Based Strategy Games** (Sıra Tabanlı Strateji Oyunları): Civilization, Hearthstone
- **MMO Simulation Games** (Simülasyon oyunları): The Sims Online, Microsoft Flight Simulator

Sunulan bilgiler doğrultusunda söylenebilir ki; çevrim içi oyunları da çevrim dışı oyunlar gibi tek başlık altında değerlendirmek mümkün değildir. Ancak bu oyunlar, çevrim içi bir şekilde oynanabilmeleri açısından, çevrim dışı oyunlara kıyasla daha fazla iletişim, etkileşim ve kültürel kaynaşma olanağı sunmaktadır.

1.6.5. Amacına Göre Dijital Oyunlar

Temelde tüm dijital oyunlar ticari bir amaç doğrultusunda üretilmektedir. Yapımcıları her oyun için iyi satış rakamlarına ulaşarak kazanç elde edilmesini ve bu kazancın mümkün olabilecek en uzun süre boyunca sürdürülmesini amaçlanmaktadır. Bunun için oyunun tanıtımı yapılmakta, poster, müzik, biblo gibi yan ürünlerle desteklenmekte ve çeşitli pazarlama stratejileri uygulanmaktadır. Çünkü dijital oyunlar maddi olanaklara bağlı olarak üretilmektedir.

Oyunların satışını sağlamanın yanı sıra internetin gelişmesiyle ortaya çıkan bir sektör olan e-spor etkinlikleri, dijital oyunların ticari amacına doğrudan hizmet etmektedir. Gürçay vd. (2019, s. 59) tarafından organize video oyunu yarışmaları olarak adlandırılan elektronik sporda profesyonel oyuncular veya bu oyunculardan oluşan takımlar, küresel veya yerel ağ bağlantısı olan bilgisayarlarda mücadele ederek rakiplerini mağlup etmeye, geçmeye, onlardan daha fazla puan kazanmaya çalışmaktadır. İnsanları sanal dünyalarda bir araya getiren dijital oyunlarla ortaya çıkan e-spor etkinlikleri, oyuncuların ve izleyicilerin fiziksel olarak da bir araya gelmelerini sağlamaktadır. Sosyal olarak önemli bir etkinlik sağlayan e-spor sektörü, maddi anlamda da büyük bir öneme sahiptir. Zira oyun şirketleriyle iş birliği halindeki Dünya Siber Oyunlar (WCG), Elektronik Sporlar Dünya Kupası (ESWC) ve Cyberathlete Profesyonel Lig (CPL) gibi e-spor organizasyonları, ulusal ve uluslararası düzeyde turnuvalar düzenlemektedir. Yani ulusal ve uluslararası boyutta ticari ilişkilerin kurulduğu ve sürdürüldüğü dijital oyun merkezli sosyal ortamlar oluşturulmaktadır. Örneğin 2008 yılı Haziran ayında İsveç'te düzenlenen turnuvada ödül olarak 200 bin İsveç Kronu dağıtılmıştır (Jonasson ve Thiborg, 2010, s. 288).

Temelinde hepsi ticari amaç gütmekle birlikte dijital oyunlar: Eğitim amaçlı, reklam amaçlı, algıları yönetme amaçlı ve bunların dışında sadece eğlenmek amaçlı olmak üzere dört başlıkta değerlendirilebilir. Üstünlük elde etmeye yönelik bir bilgi ya da maddi bir kazanç gözetmeksizin oynanması halinde tüm oyunlar eğlence amaçlı oyun olarak nitelendirilebilir. Örneğin bir oyuncu toplu taşımada ineceği durağa kadar güzel vakit geçirmek amacıyla oyun oynuyorsa, oynadığı oyun eğlence amaçlı olarak nitelendirilebilir.

Askeri eğitim amacıyla da üretildikleri düşünüldüğünde dijital oyunların eğitim alanında etkili bir öğrenme yöntemi olduğu söylenebilir. Bu bakımdan eğitsel oyunlar, eğitimsel amaçlara yönelik bilişsel, sosyal, davranışsal veya duygusal boyutlara sahip bireysel ya da grup oyunları olarak tanımlanabilir. Eğitsel dijital oyunlar ise, teknolojik araçlar yardımıyla hazırlanan, bilişsel, sosyal, davranışsal veya duygusal boyutlara sahip, belirli bir hedefe yönelik olarak öğrenmeyi sağlayan oyunlar olarak tanımlanmaktadır. İster geleneksel ister dijital olsun, oyunlarda genellikle bir fantezi unsuru vardır ve bu unsurlar, oyuncuları bir hikâye ya da anlatı yardımıyla öğrenme

aktivitesinin içerisinde çekmektedir. Eğitsel oyunlar öğrencileri motive etmekte ve onlarda öğrenmeye yönelik bir bilinç oluşturmaktadır. Oyun temelli öğrenmenin başarısı, öğrencilerin, deneyimin tam merkezinde etkileşim halinde ve aktif olarak öğrenme etkinliğinin içinde yer almalarıyla ilgilidir (Çetin, 2013, s. 2).

Dondlinger'e göre (2007, s. 22) eğitsel dijital oyunlar, ezberleme veya basit kavramadan ziyade daha üst düzey düşünmeyle strateji, hipotez testi veya problem çözme gerektirmektedir. Bu tür oyunların özellikleri arasında oyuncuları motive eden bir ödül ve hedefler sistemi, etkinliği konumlandıran ve katılım kurallarını belirleyen bir anlatım bağlamı, anlatım planıyla ilgili içerik öğrenme, öğrenmeyi hızlandıran ve geri bildirim sağlayan etkileşimli ipuçları yer almaktadır. Eğitim amaçlı dijital oyunlar, gerçek bir olumsuz sonuçla karşılaşmadan söz konusu içeriğin öğrenilmesini sağlamaktadır. Örneğin uçuş simülasyonu oyunları, zor hava şartları gibi tehlikeli durumlarda zarar görmeden ve göstermeden hızlı düşünüp doğru karar vermenin ve uygulamanın öğrenilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle çeşitli teknolojilerden yararlanılarak oluşturulan simülasyon oyunları, kamu hizmetinden sağlığa, sosyal gelişimden teknolojik deneylere kadar birçok alanda eğitim amacıyla kullanılmaktadır.

Amacı bakımından bir diğer oyun türü olan advergaming, reklam ve oyun kavramlarının birleştiği bir alandır (Binark, 2007, s. 11). Bir şirketi veya ürünü tanıtmak için tasarlanmış olan advergaming kavramının farklı kullanımları vardır. Reklam ve bilgisayar oyunu arasındaki çizgi üstünde tüketicinin satın alma davranışını etkilemeyi amaçlayan bir pazarlama yöntemi (İlgın, 2013, s. 26) olan advergaming, Özer'e (2011) göre üçe ayrılmaktadır. Marka farkındalığı sağlamak ve kullanıcıları web sitesinde daha fazla tutabilmek amacıyla hazırlanan interaktif uygulamalara çağrışimli, oyun içi reklam uygulamalarını içeren türüne görsel, kullanıcının reklamı yapılan ürünü birebir olarak deneyimlediği türüne ise canlandırıcı oyunlar adı verilmektedir (Aktaran: Güneş, 2012, s. 46).

Farklı sektörlerde, farklı amaçlarla çok geniş kitlelere hitap eden dijital oyunlar, belirli görüşleri kitlelere empoze etmek isteyen kişi, kurum ve kuruluşlar tarafından da tercih edilmektedir. Zira dijital oyunlar bir ideolojiyi tanıtmak, hayata geçirmek,

bilinçaltı mesajlar aktarıp insanlarda algı oluşturarak onları etkilemek ve yönlendirmek için de kullanılabilir. Bu amaçlarla dijital oyunlarda gönderilen bilinçaltı mesajlarda cinsellik, ırkçılık, bir topluma karşı kin, öfke, şiddet, bir dine karşı olumsuzluk ve aşağılama, bir dini inancı yayma, güç gösterme, bir gerçeği tanıtmaya gibi birçok unsur yer almaktadır (Tırnovalı, 2019, s. 36-37). Zira ünlü birçok savaş oyununda söz konusu savaş, Orta Doğu’da Müslüman insanlara karşı yapılmaktadır ve o coğrafyada yaşayan insanlar genellikle terörist olarak sunulmaktadır. Bu oyunlarda sıklıkla İslam dini ve Orta Doğu insanları karalanırken; hikâyenin merkezinde yer alan ülke ve askerleri kahraman olarak tanıtılmaktadır. Hedef kitlelerinin çoğunlukla çocuk ve gençlerden oluştuğu düşünüldüğünde, dijital oyunların ideolojileri yaymak için ideal oldukları açıktır. Söz konusu ideolojiler dini, askeri, toplumsal ve siyasi olabileceği gibi ekonomik, coğrafi ve kültürel boyutta da olabilmektedir.

Miguel Sicart (2003), bir oyunun ideolojik olabilmesi için yapısal olarak bir ideoloji doğrultusunda hazırlanması gerektiğini belirtmiştir. Yani oyunlar, belirli ideolojik kurallar ve oynanış şekilleriyle oluşturularak sunulmaları halinde ideolojik olma özelliği göstermektedir.

Matthew Weise (2003) ise “Video oyunları fikirleri nasıl ifade eder?” isimli çalışmasında, dijital oyunların ideolojik bir fikir sunabilmesi için oynanamayan ara sahnelerinin, kural tabanlı sistemlerinin ve bu ikisi arasında bir ilişkinin olması gerektiğini belirtmiştir. Ara sahnelerde televizyon izler gibi oyunu izleyen oyuncu, sunulacak mesaja açık hale gelmektedir. Oyuncu bu sahnelerde gördüklerine göre oyunun kurallarını ve sınırlarını keşfederek söz konusu ideolojilerden etkilenmekte, hangi ideolojinin doğru veya yanlış olduğuna karar vererek bir tercih yapabilmektedir. Örneğin oyuncu, bir savaş oyununda vahşi bir hayvanı öldürmeyi cesur fakat acımasızca, öldürmek yerine ondan kaçmayı ise korkakça ancak şefkatli bir davranış olarak değerlendirebilmektedir. Hangi davranışın doğru hangisinin yanlış olduğu, oyuncuya aktarılan şefkat, saldırma ve cesaret içerikli ideolojiler doğrultusunda belirlenecektir. Örneğin bir av oyununda, büyük ve güçlü bir hayvanı öldürmek başarı olarak değerlendirilecek ve ödüllendirilecekken; keşfetmeye dayalı bir macera oyununda acımasızlık olarak algılanacak ve hoş karşılanmayacaktır. Benzer şekilde

batı ülkelerinde üretilen ve hikâyesi Orta Doğu'da geçen bir savaş oyununda bölge halkı genellikle terörist olarak gösterilirken; tersi durumda bölge halkı işgalcilere karşı topraklarını savunan kahramanlar olarak gösterilebilmektedir.

Aktarılan bilgiler doğrultusunda söylenebilir ki ideolojiler, güç sahibi belirli yapılar tarafından dijital oyun ortamında aşılınmaya çalışılmaktadır. Öyle ki ülkeler, kâr amacı güden ve gütmeyen gruplar, okullar, özel ve kamu kurumları gibi çeşitli yapılar kendi propagandalarını yaparak ideolojilerini yaymak için oyunları kullanmaktadır (Squire, t.y., s. 22).

Farklı başlıklar altında sunulan tüm sınıflamaların yanı sıra birçok ülke, dijital oyunları kendi toplumlarının ahlâki yapısına, kültürüne ve sosyal yaşantısına göre değerlendirme ve derecelendirmeye çalışmaktadır. Bu çabayı gösteren her ülke kendi toplum yapısı doğrultusunda dijital oyunları şiddet, olumsuz örnek, silah içeriği, cinsellik, argo, alkol gibi uyarılarla nitelendirerek ya da bu içerikler doğrultusunda yaş sınırları belirleyerek sınıflandırmaktadır. Her toplumun bazı benzerliklerle birlikte genel olarak farklı özelliklere sahip olması nedeniyle, dijital oyunlara dair yapılan bu sınıflamalar ülkeden ülkeye farklılık gösterebilmektedir (Güneş, 2012, s. 47).

1.7. Dijital Oyun Oynama Nedenleri

Dijital oyunlar; amaçları, platformları, içerikleri, oynanış şekilleri ya da oyuncu sayıları ne olursa olsun geniş kitlelerce oynanmaktadır. Özellikle mobil cihazların gelişmesiyle birlikte evde, sokakta, toplu taşıma araçlarında, okulda ders aralarında ve hatta derslerde, işte, önemli iş ve sorumlulukları aksatmak pahasına dijital oyun oynanmakta veya oynandığına şahit olunmaktadır. Peki, buna sebep olan nedir? Neden dersi dinlemek ve önemli işleri bitirmek yerine, dersten kalmayı ya da mesaiye kalmayı göze alarak, kabarık bir internet faturası geleceği bilindiği halde bağımlılık olarak adlandırılabilir derecede oyun oynanmaktadır? Bu sorulara ne cevap verilirse verilsin, verilen her cevap karşısında şu soru geçerliliğini korumaktadır: Tamam öyle olsun, ama sonuçta oyunun “zevkli yanı” nedir? Bebek neden zevkle bağırır? Oyuncunun neden hırstan gözü döner, neden binlerce kişi kalabalık futbol maçlarında çılgınlığa varan bir heyecan yaşar? Ki zaten oyunun özü, tamamen onun

kökeninde yer alan yanı, tamda bu yoğunlukta, bu aşırı tahrik etme gücünde bulunmaktadır (Huizinga, 2006, s. 18-19).

Oyunun insanları nasıl ve neden tahrik ettiğini, başka bir deyişle insanların (oyun oynamaktan) nasıl ve neden keyif aldıklarını açıklamak amacıyla çeşitli çalışmalar ortaya konulmuştur. Bunlardan bir tanesi Mihaly Csikszentmihalyi'nin (1991) "Akış, optimal deneyim psikolojisi" adlı çalışmadır. Csikszentmihalyi (1991, s. 71), bu çalışmasında doğrudan oyunların neden keyifli olduğuna değil, genel olarak deneyimleri neyin eğlenceli/keyifli hale getirdiğini açıklamaya çalışmıştır ve bu keyfin sağlandığı süreci "akış" olarak ifade etmiştir. Kendiliğinden de meydana gelebilen söz konusu akış, yapılandırılmış bir faaliyetten ya da bir bireyin akışı gerçekleştirme yeteneğinden kaynaklanabileceği gibi bunların her ikisinden kaynaklanması da daha güçlü bir olasılık olarak ortaya çıkmaktadır. Akış esnasında konsantrasyon o kadar yüksektir ki, alakasız konular arka planda kalmaktadır. Bu tür deneyimler üreten bir etkinlik o kadar sevindiricidir ki, zor ya da tehlikeli olsalar bile insanlar bunu kendi iyilikleri için yapmaya isteklidir ve bundan ne elde edeceklerine dair çok az endişe duyarlar. Benzer duyguların yaşandığı oyun oynamanın da bir deneyim olduğu düşünüldüğünde, çalışmanın dijital oyun konusundaki önemi ortaya çıkmaktadır.

Csikszentmihalyi belirtilen çalışmasında, uzun süren araştırmalar sonucunda çok farklı aktiviteler için aynı tanımların kullanıldığını ve benzer şekilde kültürden, modernleşme aşamasından, sosyal sınıftan, yaş ve cinsiyetten bağımsız olarak araştırmasına katılan kişilerin keyfi aynı şekilde tanımladığını ortaya koymuştur. Ulaştığı bu sonuçtan hareketle Csikszentmihalyi, optimal deneyimlerin ve bunu mümkün kılan psikolojik koşulların tüm dünyada aynı görüldüğünü belirtmiş ve söz konusu keyif olgusunun sekiz ana bileşenini ortaya koymuştur. Onun ifadesiyle insanlar, deneyimlerinin en olumlu olduğu zamanlarda nasıl hissettiklerini düşündüklerinde, bu bileşenlerin en az biri olmak üzere çoğu zaman hepsini birden belirtmektedir. Bu bileşenlerden birincisi, yüzleşildiğinde genellikle deneyimi ortaya çıkaran ve tamamlanma şansı olan görevlerdir. İkincisi, göreve odaklanma yeteneği, üçüncü ve dördüncüsü odaklanmayı sağlayan, üstlenilen görevin net hedefleri ve sağlanan geri bildirimlerdir. Beşinci bileşen, günlük hayatın endişelerini ve hayal kırıklıklarını farkındalıktan uzaklaştıran derin ama zahmetsiz bir katılımdır. Eğlenceli

deneyimlerin, insanların eylemleri üzerindeki kontrol duygusunu kullanmalarına izin vermesi altıncı, benlik duygusunun kaybolması ise yedinci bileşendir. Fakat paradoksal olarak benlik duygusu akış deneyimi bittikten sonra daha güçlü bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Csikszentmihalyi'nin sunduğu son bileşen ise, zaman kavramının değişmesidir. Öyle ki oyun oynarken saatler dakikalar içinde geçmekte veya dakikalar saatler kadar uzunmuş gibi hissedilebilmektedir. Tüm bu unsurların bileşimi, derin bir zevk duygusuna neden olur ve insanlar yüksek miktarda enerji harcamanın sadece bunu hissetmek için değerli olduğunu düşünmektedir (Csikszentmihalyi, 1991, s. 48-49).

Csikszentmihalyi'in ortaya koyduğu akış ifadesini dijital oyunlar için uyarlayan Sweetser ve Wyeth (2005), kapsamlı bir literatür incelemesi yaparak söz konusu akış öğelerine ve oyunlardaki akış deneyimlerinin kanıtlarına dayanarak neden oyun oynandığı sorusuna yanıt olabilecek olan, (dijital) oyunlarda keyif (GameFlow) modelini oluşturmuşlardır. Bu model, her oyun için genel bir hedef ve oyuncu zevkine göre oyunları tasarlamak, değerlendirmek için kullanılabilecek bir dizi merkezi kriter içermektedir. Burak İli ve Begüm Negiz (2021, s. 50) söz konusu kriterleri zorluk-yetenek dengesi, eylem-farkındalık birleşmesi, net hedefler, kesin geribildirim, eldeki göreve yoğunlaşma, kontrol algısı, bilinç kaybı, zamanın dönüşümü ve kendine özgü bir deneyime sahip olmak şeklinde dokuzaya ayırmıştır. Sweetser ve Wyeth (2005) ise söz konusu kriterleri aşağıda belirtildiği şekilde sıralamıştır:

- **Konsantrasyon:** Oyunlar konsantrasyon gerektirmeli ve oyuncu oyuna konsantre olmalıdır.
- **Meydan Okuma:** Oyunlarda farklı oyuncular ve bu oyuncular arasında beceri seviyelerine uygun mücadeleler olmalıdır.
- **Oyuncu Becerileri:** Oyun, oyuncu beceri gelişimini ve ustalığını desteklemelidir.
- **Kontrol:** Oyuncular, oyundaki eylemleri üzerinde kontrol duygusu hissetmelidir.
- **Açık Hedefler:** Oyunlar, oyuncuya uygun zamanlarda açık hedefler sağlamalıdır.
- **Geri Bildirim:** Oyuncular, uygun zamanlarda uygun geri bildirimler almalıdır.

- **Daldırma:** Oyuncular, oyuna derinlemesine ama zahmetsiz bir şekilde katılmalıdır.
- **Sosyal etkileşim:** Oyunlar, sosyal etkileşimi desteklemeli ve bunun için fırsatlar oluşturmaktadır.

Sweetser ve Wyeth, belirttikleri bu kriterleri şu şekilde açıklar: akışın ilk ögesi olan tamamlanabilecek bir görev, oyunun kendisi olduğu için doğrudan GameFlow ögeleri arasında gösterilemez. Kalan ögelerin tümü birbirleriyle yakından ilişkilidir ve birbirlerine bağlıdır. Kısaca oyunlar, yüksek konsantrasyonlu bir oyuncunun konsantrasyonunu korumalıdır. Ancak görevlerin eğlenceli olabilmesi için yeterince zorlayıcı olmaları gerekmektedir. Oyuncu bu zorlu görevleri üstlenecek kadar yetenekli olmalıdır (Sweetser ve Wyeth, 2005). Oyunun zorluk dengesi sağlanmamışsa, yani oyundaki düşmanlar ya da bölüm zorluğu oyuncu için gerektiğinden daha basit ya da zorsa söz konusu akış bozulacaktır (Alpan, 2021, s. 290). Akışın sağlanabilmesi için görevlerin tamamlanabilir olmaları, bunun için ise net hedeflerinin olması ve oyuncunun, görevlerin tamamlamasına dair ilerleyiş hakkında geri bildirim alması gerekmektedir. Oyuncu, yeterince yetenekliyse ve görevler net hedeflerle birlikte geri bildirime sahipse, görev üstünde kontrol duygusu hissedecektir. Oyuncu için ortaya çıkan duygu, oyuna tamamen dâhil olma veya emilim duygusudur (Sweetser ve Wyeth, 2005).

Emma-Ogbangwo vd. (2014, s. 410) tarafından “Bir kullanıcının gerçek dünya ortamına ilişkin bilincine göre sanal bir alana fiziksel ya da psikolojik olarak girme düzeyine atıfta bulunan” şeklinde ifade edilen daldırma deneyimi, yeni bir ortama alışılması sonrasında daha çok deneyimin kendisine odaklanması nedeniyle ortam farkındalığının azalmasından kaynaklanmaktadır (Atiker, 2021, s. 330). Daldırma yerine sarmalanma sözcüğünü kullanan Burak İli ve Begüm Negiz (2021, s. 44-47) bu sözcüğün genel anlamda dijital oyunlarda oyuncunun katılımının ve oyuna karşı bir bağlılığının olması anlamına geldiğini ifade eder. Onların ifadesiyle sarmalanma farklı seviyelerde ortaya çıkmaktadır. Temel seviye; oyuncunun oyuna katılması, oyun oynamak için emek ve zaman harcanan bağlılık duygusudur. İkinci seviye, oyuncunun odaklanarak duygusal bir katılım sağlamasıdır. Son, en yüksek ve en yoğun hissedilen seviye; sarmalanmanın kendini “bulunuşluk” olarak tanımladığı, bağlılık ve

meşguliyet çeşitliliği en fazla hissedilen oyun deneyimidir. Bu seviyede oyuncu, oyunun dünyasında var olduğunu hisseder. Ancak bu durum her zaman geçerli değildir. Tetris benzeri oyunlara katılan bir oyuncunun bu oyun dünyasına bulunduğunu hissetmesi zordur. Tam tersi bir durumda sıkıcı bir görevi yaparken oyun dünyasında bulunduğunu hisseden bir oyuncu, kendini oyun tarafından sarmalanmış hissetmeyebilir. Buna göre sarmalanma ya da daldırma, oyuncuların dijital oyun oynarken yaşadıkları bilişsel bir deneyimdir.

Akışın sürekliliği, oyuncunun gerçek zaman ve mekândan izolasyonu ile doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle, yaşanan herhangi bir aksama, akışla birlikte daldırma etkisini de büyük oranda bozmaktadır. Bir tuşa basan ya da VR ve AR teknolojileri ile bir eylemde bulunan oyuncunun, bu eylemlerin sanal dünyadaki karşılığını gecikmeli olarak görmesi bu zorluklardan biridir (Atiker, 2021, s. 330-332). Oyunda eşitsizliğe de neden olan bu durum “gecikme (lag)” olarak adlandırılmaktadır (Barmanbek ve Fidaner, 2009, s. 354-355). Oyunun akışına dalan oyuncu, kendisi için endişe duyabilmekte, günlük yaşamın farkındalığını ve zaman duygusunu kaybedebilmektedir. Oyuncu keyfinin nihai unsuru olan sosyal etkileşim ise, akış unsurlarıyla eşleşmemektedir. Ancak oyunlarda kullanıcı deneyimi ile ilgili literatürde oldukça öne çıkmaktadır. Zira insanlar, görevleri ne olursa olsun diğer insanlarla etkileşime girebilmek için sevmedikleri oyunları bile oynayabilmektedir (Sweetser ve Wyeth, 2005). Kısaca, tüm bu akış süreci boyunca ve sürecin sonunda hissedilen keyif alma hali “Neden dijital oyun oynuyoruz?” sorusunun cevabı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Huizinga’ya göre keyifli bir akış sürecinin gerçekleşeceği oyunun varlığı, kurallara bağlıdır. Zira oyunun tüm unsurları belirli kurallar çerçevesinde birleşmekte ve oyun bu kurallara bağlı kalındığı sürece varlığını sürdürmektedir (Huizinga, 2006, s. 29). Benzer şekilde Salen ve Zimmerman de (2003), tüm akış öğelerinin kurallar tarafından bir arada tutulduğunu ve bu sayede oluşan “olasılıklar uzamının” genişliğinin oyunlardan alınan keyif için en belirleyici kıstas olduğunu belirtmiştir. Bu ifadeler ve (dijital) oyunlara dair yapılan gözlemler doğrultusunda söylenebilir ki, oyunun olduğu yerde kural vardır. Bu kurallar oyunun yapısını oluşturmakta,

korumakta ve bu sayede oluşan oyun ortamında yaşanan süreç, keyif duygusunu ortaya çıkarmaktadır.

Oyun akışından keyif alma ifadesinden de anlaşılacağı üzere oyuncuların, oyunlardan maddi ya da manevi/duygusal bir tatmin sağlamaları söz konusudur. Bu da oyun oynamanın bir diğer nedeni olarak ortaya çıkmaktadır. Duygusal tatmin, Steve Reiss'in, insanların davranışlarının belirleyicisi olduğunu ileri sürdüğü on altı temel arzu ile açıklanabilir. Zira insanlar bu arzuları yerlerinden bile kalkmadan, gerçek hayatın riskleri ve fiziksel şartları olmadan dijital oyunlarda tatmin edebilmektedir. Reiss'in ortaya koyduğu söz konusu temel arzular şunlardır (Reiss, 2004, s. 307):

- **Kabul:** Kabul edilme, onaylanma arzusu.
- **Merak:** Bilgiye olan merak, arzu.
- **Yeme:** Yeme, doyma arzusu.
- **Aile:** Çocuk yetiştirme arzusu.
- **Onur:** Ahlaki ve etik değerlere bağlı olma arzusu.
- **İdealizm:** Adalet arzusu.
- **Bağımsızlık:** Özerklik, kendine güven, özgürlük arzusu.
- **Düzen:** Organize olma, istikrar sağlama arzusu.
- **Fiziksel Egzersiz:** Kasların çalıştırılması, dinamik kalma arzusu.
- **Güç:** Etkileme, liderlik etme, zafer kazanma arzusu.
- **Romantizm:** Güzellik ve duygusal arzular.
- **Birikim:** Bir şeyler toplama, sahip olma arzusu.
- **Sosyal İletişim:** Arkadaşlık kurma, bir gruba dâhil olma arzusu.
- **Statü:** Prestij, sosyal duruş sahibi olma arzusu.
- **Huzur:** İç huzur, rahatlama arzusu.
- **İntikam:** Kendini savunma, misilleme yapma arzusu.

Oyuncular gerçek hayatın uzun süren, emek, sabır ve irade isteyen, riskli, zor ve yer yer tehlikeli olabilen koşulları nedeniyle gerçekleştiremedikleri arzularını, dijital oyunlarda kısa sürede gerçekleştirebilmektedir. Olumsuz bir durumla karşılaşılması halinde, oluşturulan sanal karakter üzerinde değişiklik yapılabilmekte, oyun daha önce kaydedilmiş olan oyun kayıt dosyasından yeniden başlatılabilmekte ya da yeni bir

karakter oluşturularak oyuna yeniden başlanabilmektedir. Dijital oyunlar, gerçek hayattaki gibi tehlikeye fiziksel olarak yakın olunmaması açısından güvenli bir ortam sunmaktadır. Bu düşünce fiziksel tehlikeler açısından ele alındığında oldukça doğrudur. Ancak manevi tehlikeler ve bireylerin sanal dünyadaki varlıkları açısından aynı şeyi net olarak ifade etmek mümkün değildir (Prensky, 2001, s. 123). Çünkü dijital oyunlar, kapsamı geniş ve çeşitli bir dünyadır. Bu dünyada olumlu şeyler olduğu kadar, rahatlıkla argo ve küfürlü ifadelerin kullanılabilmesi, tehlikeli ideolojilerin paylaşılabilmesi, dolandırıcılık ve çeşitli yasa dışı faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi gibi olumsuz şeyler de bulunmaktadır. Oyuncular, çeşitli olumlu ve olumsuz yönleri olan bu dünyada kendi istekleriyle bulunarak gerçek dünyayla bağlantılı sanal bir yaşam sürmektedir.

Dijital oyun dünyasında kurdukları iletişimle oyuncular, oyun grupları tarafından kabul görebilmekte, bir düzen içinde çizdikleri idealler doğrultusunda güç ve statü elde edebilmektedir. Bunu ne şekilde yapacakları, oyunun kuralları çerçevesinde oyuncuların tercihidir. Oyuncu bu dünyada çeşitli bilgiler edinebilmekte ve aidiyet, aşk, özgürlük gibi duyguları hissedebilmektedir. Benliğine karşı yapılan saldırılara, gerçek dünyaya nazaran daha rahat bir şekilde karşı koyabilmekte ve tüm bunların sonucunda huzurlu hissedebilmektedir. Bu nedenle bireyler, başka bir nedene bağlı olmaksızın sadece gerçek dünyanın baskı ve sorunlarından kaçarak huzurlu hissetmek için oyun oynayabilmektedir. Duyguların oyun oynamadaki rolünü inceleyen Lazzaro da insanların günlük hayatın endişelerinden kurtulma arayışında olduklarını ve bu nedenle oyun oynadıklarını belirtmiştir. Ona göre insanlar, rekabet etmek, strateji kurmak, problem çözmenin (üstesinden gelmenin) sevincini yaşamak, heyecan duymak, meraklarını gidermek, içsel, bilişsel ve sosyal ihtiyaçlarını gidermek, yani sosyal etkileşimler kurarak eğlenmek için oyun oynamaktadır (Lazzaro, 2004, s. 1-7). Kısaca oyun oynamanın nedenlerinden bir tanesi, oyunun sunduğu akışa girerek haz duygusu hissetmek ve bu yolla gerçek dünyanın sorunlarından uzaklaşmaktır.

Oyunun oynandığı evrene dair önemli açıklamalar yapan Baudrillard'a (2012) göre oyun, uygulanırken maddi koşulların görmezden gelindiği egemen bir özgürlük biçimi, doğaüstü bir özgürlük ortamı ve biricik savurganlık eylemidir. Oyunun doğal

özgürlükle hiçbir alakası yoktur ve daha çok dolaysız suç ortaklığıyla, dünyanın zekâsıyla suç ortaklığı yapmakla ilgilidir. Baudrillard'a göre haz duygusunu oluşturan budur ve insan bu duygunun cazibesine kapılmaktadır. Bu görüşü irdeleyen Baudrillard, gerçek dünyanın baskıları yerine, oyunun kurallarında yer alan çok daha katı baskıları kabul ettiğimize göre, oyunun bizi özgürlükten kurtardığını belirtmiştir. Zira yalnızca bir gerçeklik olarak yaşanmayan özgürlük kaybedilecektir. Bu noktada oyunun mucizesi ise, özgürlüğü bir gerçeklik yerine yanılsama olarak yaşatmasıdır (s. 68-69). Buradan hareketle oyunun cezbedici olma halinin, bu yanılsamanın gerçek olmasa da iyi hissettirmesi, gerçek hayata nazaran daha esnek, eğlenceli ve oyuncunun kontrolünde olmasına dayandırılabilir.

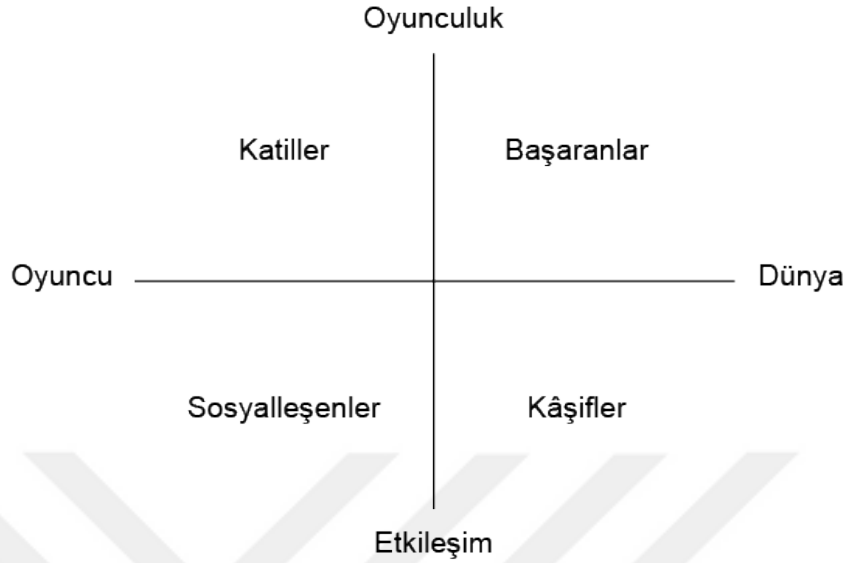
Daha çok, genç ve orta yaşlı bireyler için geçerli olan hayatın zorluklarından kaçma güdüsü, çocuklar ve yaşlılar için kısmen geçerli, bebekler için ise geçerli değildir. Genel olarak hayatın zorluklarını geride bırakmış yaşlı ve emekli bireyler yaşama tutunmak için boş zamanlarını oyun oynayarak değerlendirirken; çocukların, keyif almanın yanı sıra okul ve ev ödevleri gibi sorumluluklarından kaçmak için oyun oynadıkları söylenebilir. Hayatın sorumluluklarından tamamen muaf olan bebekler ise, sadece istedikleri ve keyif aldıkları için oyun oynamaktadır (Aktaran: Mısırlı, 2018, s. 57).

Nick Yee (2006), bazı motivasyon kaynaklarının kendilerini cezbetmesi nedeniyle bireylerin dijital oyun oynadığını belirtmiştir. Dijital oyun oynamayı sağlayan bu motivasyon kaynaklarını başarı, sosyalleşme ve sarmalanma (kendini kaptırma) olmak üzere üç ana başlıkta değerlendirmiştir. Başarı başlığı altındaki motivasyonlar; güç kazanma, hızla gelişme, oyun içi zenginlik ve statü sembolleri biriktirme alt bileşenlerinden oluşan yükselme, karakter performansını optimize etmek için temel kuralları ve sistemi analiz etmeye ilgi duymak anlamına gelen mekanikler ve diğer oyunlara meydan okuma, onlarla rekabet etme isteği anlamına gelen rekabettir. Sosyalleşme başlığı altında yer alan motivasyonlar; diğer oyunculara yardım etmeye ve onlarla sohbet etmeye ilgi duymak anlamına gelen sosyallik, başkalarıyla uzun vadeli anlamlı ilişkiler kurma isteği anlamına gelen ilişki ve bir grup çalışmasının parçası olmaktan memnuniyet duymak anlamına gelen takım çalışmasıdır. Son olarak sarmalanma başlığı altında yer alan motivasyonlar; diğer

oyuncuların çoğunun bilmediği şeyleri bulma ve bilme anlamına gelen keşif, oyun içi bir kişilik oluşturmak ve doğaçlama bir hikâye ortaya koymak için diğer oyuncularla bu kişilik üzerinden etkileşim kurmak anlamına gelen rol oynama, karakterlerin görünümünü özelleştirmekle ingilenmek anlamına gelen kişiselleştirme ve gerçek hayatın sorunlarından uzaklaşmak için oyun ortamını kullanmak anlamına gelen gerçeklerden kaçıştır (s. 773-774). Ancak her oyuncu bu motivasyonların tamamına sahip değildir ve bu motivasyonlar her oyuncuda aynı düzeyde var olmamaktadır. Yani dijital oyun oynama nedenleri kişiden kişiye değişebilmekte ve farklı düzeylerde ortaya çıkabilmektedir. Çünkü oyuncuların motivasyonları ve amaçları zaman içerisinde değişebildiği gibi oynanan oyuna göre de farklılık gösterebilmektedir. Oyuncular her oyunu aynı şekilde oynamamakta ve hatta sevdikleri bir oyunu farklı günlerde farklı oyuncular ve motivasyonlarla oynayabilmektedirler (Bartle, 1996; Bostan, 2022, s. 247). Kısaca, aşağıda sunulan oyuncu tipleri arasında keskin çizgiler olmadığı gibi oyun oynama motivasyon ve nedenleri arasında da keskin çizgiler yoktur. Bir gün keyif aldığı için dijital oyun oynayan oyuncu, bir diğer gün gündelik hayatın sorunlarından uzaklaşmak için oyun oynamayı tercih edebilmektedir.

Bartle (1996), ilgi alanlarına göre oyuncu tiplerini başarılar, keşifler, sosyalleşenler ve katiller olarak dörde ayırmıştır (Şekil 7). Başarılar, oyun dünyasında oynarken/hareket ederken o oyunun detaylarına inerek her konuda başarı elde etmek isterler. Başarıya ulaşanlar, eriştikleri statüden ve buna ulaşmak için ne kadar az zaman harcadıklarından gurur duyarlar. Keşifler, oyun dünyasıyla etkileşim kurma arayışına girerler ve bunun sonucunda oyunun onları şaşırtmalarıyla ilgilenirler. Bu oyuncular, oyunun daha ince noktalarına dair bilgi sahibi olmaktan gurur duyarlar. Sosyalleşenler, oyuncularla etkileşimde olmakla ilgilenirler ve kurdukları bağlantılardan, arkadaşlıklardan, oluşturdukları etkilerden gurur duyarlar. Son olarak katiller, diğer oyunculardan üstün olduklarını göstermek için sınırları aşan davranışlarda bulunurlar. Diğer oyunculara yardım ederek iyilik yapıyormuş gibi görünseler de karşılarındaki oyuncunun istekleri dikkate almadan kendi istediklerini yaparlar. Bu kişiler itibarlarıyla ve oyunlarda sıklıkla uyguladıkları dövüş becerileriyle gurur duyarlar.

Şekil-7: İlgi Alanlarına Göre Oyuncu Tipleri



Kaynak: Bartle, 1996.

Belirtilen oyuncu tipleri ve onların özellikleri, oyuncuların farklı nedenlerle dijital oyun oynadıklarını göstermektedir. Bu dört başlık altında ve yukarıda verilen diğer bilgiler, dijital oyun oynamanın tüm nedenlerini kapsamamaktadır. Bahsedilen nedenlere, oyun karakterlerine duyulan hayranlık gibi çeşitli nedenleri de eklemek gereklidir. Ayrıca manevi açıdan olduğu gibi maddi kazanç elde etme arzusu da oyun oynamanın nedenlerindendir. Çünkü oyuncular, oyun kaseti, CD, DVD ya da dijital oyun kütüphanelerini satışa sunabilmekte, çok oyunculu çevrim içi oyunlarda geliştirdikleri karakterlerini ya da sanal oyun eşyalarını satabilmekte, dijital oyun sektöründen doğan “oyuncu”luk, yayıncılık gibi mesleklerden para kazanabilmektedir. Kısaca, eğlenirken para kazanma arzusu da dijital oyun oynamanın nedenlerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır.

1.8. Oyunlara Yönelik Yaklaşımlar/Kuramlar

Farklı disiplinler tarafından ele alınan oyun kavramına dair çeşitli kuramlar ortaya konulmuştur. Bu kuramlardan olan klasik kuramlara, dinamik/modern/çağdaş kuramlara, dijital oyun literatüründe sık karşılaşılan Naratoloji-Ludoloji tartışmasına ve Baudrillard’ın simülasyon evreni kuramına ilerleyen sayfalarda yer verilmiştir. (Sevinç, 2009, s. 57; Dönmez, 1992, s. 18; Ahioğlu, 1999, s. 5).

1.8.1. Klasik Kuramlar

Klasik kuramcılar oyunun amacı ile ortaya çıkış nedenlerini açıklamaya çalışmışlar ve bunu yaparken oyunda harcanan güce dikkat çekip, oyunun fiziksel ve içgüdüsel yanlarını ele almışlardır (Argün, 2019, s. 47). Klasik kuramlar: Fazla enerji kuramı, tekrarlama (rekapitülasyon) kuramı, yetişkin hayatına hazırlık (öncül deneme/alıştırma) kuramı ve dinlenme (rahatlama) kuramı olmak üzere dört başlığa ayrılmaktadır (Kaya, 2013; Sevinç, 2009, s. 57). Birbirine karşıt olan bu kuramlarda, oyun fazla veya eksik enerjiyi temsil etmekte, ilerideki davranışların denemesi ya da ilkel hareketlerin bir devamı olarak olarak ele alınmaktadır (Dönmez, 1992, s. 18).

Fazla Enerji Kuramı: Herbert Spencer'in "Psikoloji Prensipleri" çalışmasında açıkladığı bu kurama göre birey, işlevlerini yerine getirebilmek için ihtiyacı olandan fazla enerjiye sahip olması halinde ya çalışmakta ya da oyun oynamakta ve bu sayede, vücudunda bulunan fazla enerjiden kurtulabilmektedir. Gerginliğe sebep olan bu fazla enerjiden oyun oynayarak kurtulabilen birey, daha sağlıklı bir dengeye kavuşmaktadır. Bu kurama göre, oyun içeriğinin bir önemi yoktur ve çok oyun oynayan çocuk sağlıklı çocuktur (Pehlivan, 2005, s.33; Sevinç, 2009, s. 59-60; Dönmez, 1992, s. 18; Argün, 2019, s. 47).

Tekrarlama (Rekapitülasyon) Kuramı: Öncül Deneme Kuramının karşıtı olan bu kuruma göre oyun ile gelecekteki davranışlar arasında değil, ırkın geçmişteki davranışları arasında bağlantı kurulabilir. Evrim teorisinden etkilenen G. Stanley Hall'ün ortaya koyduğu rekapitülasyon kuramına göre çocukluğun çeşitli evreleri, insan evriminin çeşitli dönemlerine karşılık gelmektedir. Çocuklar, doğuştan sahip oldukları içgüdüler ile ilkel dönemde yaşayan atalarının geçirdikleri devinimsel ve ruhsal aşamaları tekrar yaşamaktadır. Bu bakımdan oyular, eski ataların ciddi uğraşlarının kısaltılmış ve sportif formlardaki tekrarlarıdır. Oyun, ilkel davranışları içeren oyunlardan sosyal oyunlara doğru değişim göstermektedir. Bu kurama göre oyun, bireyi ilkel içgüdülerden kurtarmakta ve onu ilkel yaşamdan modern yaşama götürdüğü için günümüz yaşamına da hazırlamaktadır. Ancak bu görüş, günümüzün yaşam şartlarında görülen farklılıkları açıklama noktasında yetersiz kalmakta, yatarıcılık ve yeniliğe yer vermemektedir (Dönmez, 1992, s. 18; Sevinç, 2009, s. 59; Williams-Roberson, 1994, s. 53).

Ortaya koyduğu bu kuramda Hall, evrim kuramından yola çıkarak hayvan ile insan arasında bir bağ olduğunu savunmuştur. Ona göre çocuklar, hayvanlarla yetişkin insanlar arasındaki zincirin bir halkasını oluşturmaktadır (Sevinç, 2009, s. 59). Ayrıca Hall, şehir yaşamının söz konusu ilkel etkilerin çoğunu ortadan kaldırmasa da en aza indirme eğiliminde olduğunu, kırsal yaşamın ise bunların ortaya çıkmasını desteklediğini öne sürer (Williams-Roberson, 1994, s. 53). Buna benzer bir değerlendirme dijital oyunlar için yapılabilir. Çünkü yakın dönemdeki teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan ve sürekli olarak gelişim gösteren dijital oyunların oynanmasıyla, ilkel dönemlerdeki ataların değil, ancak 20. yüzyıldaki ataların geçirdikleri devinimsel ve ruhsal aşamalar kısmen tekrar edilmiş olacaktır.

Yetişkin Hayatına Hazırlık (Öncül Deneme) Kuramı: Kuramı ortaya koyan Karl Groos'a (1901) göre oyun, ilkel güçleri geliştirmek ve yaşamda kullanmak üzere hazırlamak için baş vurulan bir araçtır (s. 375). Ayrıca oyun, antisosyal eğilimlerden arındırma özelliğine sahiptir. Bu kurama göre, geçmişte kazanılan içgüdüsel alışkanlıklar, gelecekteki içgüdüsel alışkanlıkların oluşmasında rol oynamaktadır. Bu noktada önemli bir role sahip olan oyun, kişiyi gelecekteki sorumluluklara ve rollere hazırlamaktadır (Kök, 2017, s. 29). Bu oyunlar, bireyin gelişimiyle birlikte farklılaşmaktadır. Gelişimin ilk aşamasındaki deneyimsel oyunlar içinde duyuşsal ve motor alıştırmalar görülmektedir. Bu oyunlar sonradan yapı-inşa ve kurallı oyunlara dönüşmektedir. İkinci aşamada ise, sosyonomik oyunlarda taklit, sosyal ve evcilik oyunları, kovalamaca ve kapışmalı oyunlar görülmektedir. Deneyimsel oyunlar bireyin kendini kontrol etmesine yardım ederken; sosyonomik oyunlar, içinde barındırdıkları kişiler arası ilişkiler ile bireyi diğer insanlarla etkileşim kurmaya hazırlamaktadır (Sevinç, 2009, s. 58).

Rahatlama (Eğlenme) Kuramı: Bu kurama göre günlük hayattaki etkinlikler insanı zihnen ve bedenen yormakta, bunun sonucunda dinlenme ve uyku ihtiyacı hissedilmektedir. Gerçek dinlenme insanın günlük görevleri dışında balık tutmaya gitmek, doğa yürüyüşü yapmak ve benzeri etkinliklerle ilgilenmesiyle olabilmektedir. Oyun oynamak da insanı dinlendiren faaliyetlerden biridir. Günlük yaşamın stresinden kurtulmak için ihtiyaç duyulan koşma, kovalamaca, yüzmeye, tırmanma gibi ilkel yaşam etkinlikleri sık görülen oyun davranışlarıdır. Moritz Lazarus'un savunuculuğunu

yaptığı bu kurama göre oyun, “fazla enerji kuramı”nın akine enerji artırmak için oynanır. Ancak her iki kuramda da oyunun şeklinin ve içeriğinin bir önemi yoktur. Önemli olan, bireyin enerjisini artırarak ya da azaltarak onu, üzerindeki baskı, stres ve yorgunluktan kurtarmasıdır (Dönmez, 1992, s. 18; Sevinç, 2009, s. 59; Kök, 2017, s. 29).

1.8.2. Dinamik/Modern/Çağdaş Kuramlar

Dinamik/modern kuramlarda oyunun neden oynandığına değil, içeriği üzerine yoğunlaşmaktadır (Dönmez, 1992, s. 18; Kaya, 2013). Bu başlık altında yer alan kuramlar bazı kaynaklarda “diğer oyun kuramları”, bazılarında ise “psikanalitik kuramlar” ve “bilişsel kuramlar” gibi başlıklar altında da sınıflandırılmıştır. Bu çalışmada “dinamik/modern/çağdaş kuramlar” başlığı altında sunulan söz konusu kuramlardan bazıları şunlardır:

Freud’un Oyun Kuramı: Freud’a göre her davranışın bir nedeni vardır. Çocukların oyunları rastgele ya da şans eseri oluşmamakta, bireyin farkında olduğu veya olmadığı duyguları ortaya koymaktadır. İnsanın duyguları ve istekleri denetimden uzak olan oyunda, düş ve fantezilerde ortaya çıkmaktadır. Gerçeği oyundan ayırt edebilen çocuk, gerçek dünyanın nesne ve olaylarını, kendine özgü bir dünya/oyun oluşturmak için kullanmaktadır. Öyle ki oyunlar, çocukların istediklerini gerçekleştirmeleri ve kaygı veren olayların üstesinden gelmeleri için uygun bir ortam sağlamaktadır. Bu ortamda çocuklar, sevgi, nefret, kızgınlık gibi duygularını oyundaki kişilere ya da nesnelere yansıtabilmektedir. Özellikle hoş olmayan deneyim ve duygular oyun içinde sık sık tekrarlanmaktadır. Yani oyun, hoş olmayan deneyimlerin tekrarlandığı ve bu yolla çocuğun olaylara egemen olduğu bir faaliyettir. Başka bir deyişle, çocuğun zor durumlar karşısında deneyim kazanmasını sağlayan bir etkinliktir. Çocuk, hayal içindeki zorluklar karşısında oynadığı yetişkin rolü ile kazandığı duyguları, ileride gerçek durumlar karşısında kullanmak üzere saklamaktadır. Bu yönüyle oyun, bozulan dengenin yeniden oluşturulması ve hazlara yönelmede önem taşımakta, yani bir denge unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kurama göre, benliğin gelişmesiyle bağlantılı olarak mantıksal düşünmenin başlamasıyla çocuk, oyundan uzaklaşmaktadır (Sevinç, 2009, s. 62; Dönmez, 1992, s.

19; Kaya, 2013). Ancak bu durumun doğru olduğu söylenemez. Çünkü büyümeyle birlikte oyun oynama eylemi terk edilmemekte, oynamak için yeni oyunlar tercih edilmektedir. Kısaca büyümek, sokak oyunlarının boyama oyunlarına tercih edilmesinde olduğu gibi, oyun tercihlerinin değişmesine neden olmaktadır.

Piaget'in Oyun Kuramı: Bu kuram bilişsel gelişime dayanmaktadır. İnsan zekâsının gelişimi ise özümseme ve uyumlaştırma arasındaki dengenin sağlanmasına bağlıdır. Özümseme, insanın çevresindeki bilgileri toplayarak daha önce öğrendiklerinin bulunduğu sisteme almasıdır. Uyumlaştırma ise bireyin kendini benzetmesi yani bilgileri kendi sistemine yerleştirmek için dış dünyaya göre uyumu, ayarlanmasıdır. Tüm doğal gelişimlerin temelinde birbirini tamamlayan bu iki işlev vardır. Zekâ, bu iki işlev arasında sürekli olarak gerçekleşen aktif ve karşılıklı etkileşim ile gelişmektedir. Piaget'e göre oyun, dış dünyadan alınanları söz konusu sisteme yerleştirmenin bir yoludur. Yani oyun, çocuğun deneyimlerinin, bilgilerinin ve anlayışının birleştiği bir olgudur. Buna göre oyun, insan davranışında daima vardır ve çocuğun zihinsel gelişimini destekleyen önemli bir unsurdur. Oyundaki özümseme ile uyumlaştırma arasındaki ilişki, bilişsel veya uyarlanmış temsildekinden farklıdır. Bilişsel temsilde özümseme ile uyum arasında kalıcı bir denge söz konusuysa, oyuncağı simgecilikte çocuk ile gösterilen arasındaki ilişkide ve hatta gösterenin inşasında özümseme baskındır. Çünkü oyun özümsemede baskındır ve artık iki işlev arasında bir denge değildir (Dönmez, 1992, s. 19-20; Piaget, 1952).

Piaget, çocuklar arasında oyunun yaygın olmasını, oyun alanına özgü belirli nedenlerle değil, tüm davranışların ve tüm düşüncelerin özelliklerinin, zihinsel gelişimin erken evresinde yetişkinlere kıyasla daha az dengede olmasına dayandırmaktadır. Ona göre pratik/alıştırmalı oyun, özümsemenin kendi kendine işlemeye meylederek ve ona tabi kılınarak uyumdan ayrıştırılmasından itibaren öğrenme isteği ve merakı baskın olduğu için ortaya çıkmakta, yani özümseme ve uyum sağlama arasındaki ilk ayrışmayla başlamaktadır. Bu durum, yeni bilgilerin mevcut şemalar ile özümlemesini gerektirmektedir. Bu aşamada çocuk dış gerçeği kendi perspektifinden algılar ve düşünce yapısında bir yapma ihtiyacı hissetmez. Uyumlaştırma gerektiren durumlarda ise oyun, taklidi de gerektirmektedir. Çocuk bu durumda değişiklik yapma gereksinimi duymaktadır. Bu davranış, yeni şemalar

özümseme oyunu başlatana kadar tekrar edilmektedir. Oyun ve zihin gelişimi arasındaki ilişkinin önemini vurgulayan Piaget, yaşam boyu yaklaşımı ile oyunun gelişimini üç evrede incelemiştir (Piaget, 1999, s. 110; Dönmez, 1992, s. 20; Sevinç, 2009, s. 71):

Alıştırıcı Oyun (0-2 yaş): Tamamen fiziksel davranışlara bağlı olan çocukluğun ilk evresindeki oyunlardır. Bu evrede bakma, emme, elleri açıp kapatma gibi duyu-motor gelişimine bağlı oyun davranışlarının varlığı ve bunların tekrarlanması söz konusudur (Dönmez, 1992, s. 20). Belirli bir teknik içermeyen, bir zorunluluk ya da yeni bir davranış öğrenme isteğinden ziyade eğlenmek için bir akıntının üzerinden atlamak ve bu davranışı tekrarlamak bu oyunların bir örneğidir (Piaget, 1999, s. 110).

Bu oyunlar çocuğun ilk on sekiz ayında/iki yaşına kadar oynadığı oyunlardır. Ancak bu oyun türü on sekiz ay ile sınırlı kalmamakta, her yeni edinimde yeniden ortaya çıkabildiği için erken çocukluk döneminin ötesine geçmektedir. Bu durum alıştırıcı oyunların her yaşta çok sayıda olduğu anlamına gelmez. Aksine, yeni kazanımlar azaldıkça, sembol ve kuralları olan diğer oyun türleri ortaya çıktıkça, dilin ortaya çıkışından sonra zaman geçtikçe alıştırıcı oyunların sıklığı azalmaktadır. Bu on sekiz ay boyunca çocuk tarafından edinilen hemen hemen tüm duyu-motor şemalar uyum sürecinin sınırları içinde işlevsel özümsemeye, yani bir tür zevk için işlevselliğe yol açmaktadır (Piaget, 1999, s. 114).

Sembolik Oyun (2-7 / 2-11 yaş): Sembolik oyunlar, verili ve hayal edilen bir öge arasında kıyaslama olduğu için mevcut olmayan bir nesnenin temsilini ima etmektedir. Örneğin, ittiği bir kutuyu araba olarak hayal eden çocuk, arabayı kutuyla simgesel olarak temsil etmektedir ve "gösteren" ile "gösterilen" arasındaki ilişki tamamen öznel olduğu için, bu iddiasından memnundur. Tamamen hayal ürünü olanlar haricinde, çoğu sembolik oyun karmaşık eylemlerden faydalanmaktadır. Bu oyunlar bu nedenle hem duyu-motor hem de sembolizmin diğer unsurları bütünleştirmesi nedeniyle semboliktir. Örneğin bir çocuk yeşil bir yaprak yiyormuş gibi yaptığında ve onun ıspanak olduğunu

söylediğinde, yeme eyleminin duyuşal-motor tasvirine ek olarak, sembolik bir çağrışım söz konusudur. Çocuk, gerçekte olan olayları oyunda kullanır ama oyundaki bu olayların gerçeğe uyma zorunluluğu olmadığı için değişikliğe uğrayabilmektedir (Koçyiğit vd., 2007, s. 334; Piaget, 1999, s. 110-112).

Sembolizm, taklidin içselleştirilmesini sağlayan bireysel davranışlarla başlar (Piaget, 1999, s. 112). Çocuk, sembolik oyunların bu ilkel formlarında sadece kendisi ile ilişkili şemaları uygular. Mesela kurduğu hayali oyun içinde ağlar, uyur, ellerini yıkar. Sembolizasyon daha sonra, çeşitli nesleri ve kişileri kapsayacak şekilde genişler. Yukarıda bahsedildiği üzere bir kutunun araba olarak hayal edilmesi gibi bir nesnenin başka bir nesne yerine konumlandırıldığı, oyun içinde bir bebeğe yemek yedirmek gibi günlük yaşamdaki çeşitli eylemlerin gerçekleştirildiği, doktorculuk, annecilik gibi farklı kişilerin rollerinin taklit edildiği, hayali karakterler oluşturarak onlarla oyun oynanıldığı bu sembolik oyunlarda gerçek nesneleri temsil eden semboller, çocuğun gerçekliği istek ve ilgileri doğrultusunda algılamasını sağlamaktadır (Kurt ve Özkaya, 2015, s. 129).

Kurallı Oyun (7-12 yaş): Bu oyunlar nadiren 4-7 yaş aralığında, esas olarak 7-11 yaşlarında ortaya çıkmaktadır. Yetişkinlik döneminde alıştırmalı ve sembolik oyunların nadir olmasına karşılık kart oyunları, satranç gibi kurallı oyunlar varlıklarını sürdürmekte ve hatta yaşam boyu gelişim göstermektedir. Yani oyun, yaşam boyu süren gelişim ve öğrenme sürecidir (Piaget, 1999, s. 142; Dönmez, 1992, s. 20).

Sembollerden farklı olarak kurallar zorunlu bir şekilde sosyal ve kişiler arası ilişkileri ima etmektedir. Bu oyunlarda kurallar, grup tarafından dayatılan bir düzenlemedir ve ihlaller yaptırıma tabiidir. Yürürken bir çitin her iki ucuna da dokunmak gibi salt duyuşal-motor oyunda hiçbir zorlama olmadığı için hiçbir kural yoktur. En fazla bir düzenlilik duygusu söz konusudur. Kurallı birkaç oyun çocuklar ve yetişkinler için ortak olsa da oyunların çoğu çocuklara yöneliktir ve yetişkinlerin etkisi olmadan nesilden nesile aktarılır (Piaget, 1999, s. 112-113).

Bu üç dönemdeki oyunları anlaşılır kılmak için aynı oyun üzerinden örnek sunulursa, bir çocuğun sadece keyif aldığı için sağa sola koşması alıştırma oyunu; kollarını açıp bir uçak olduğunu hayal ederek koşması sembolik oyundur. Belirlenen bir noktaya koşarak ilk ulaşanın oyunu kazanacağı bir durumda ise söz konusu oyun, kurallı oyun olacaktır.

Erikson Kuramı: Erikson, oyunun benlik gelişimine etkileri üzerinde durmuş, kültürel kurumlar ve psikoseksüel evrelerin, bireyin gelişiminde önemli olduğunu belirtmiştir. Onun ifadesine göre bu iki unsurun yönlendirilmesiyle benlik, psikososyal gelişim göstermektedir. Bu evrelerin uyum sağlayıcı sonuçları biyolojik ve sosyal alandaki işlevlerin kaynaşmasını sağlamaktadır. Oyun bunu geçmişte yaşanan, şimdi ve gelecekte yaşanabilecek durumların oluşmasıyla sağlamaktadır. Bu noktada oyun, çocuğun psikososyal gelişiminin aynası olma niteliği taşımaktadır ve çocuğun gelişimi boyunca farklılık göstermektedir. Çocuk, oyun yoluyla gerçek duygu, düşünce ve olaylarla başa çıkmak için yeni modeller oluşturmakta, benliğinin belirsizliklerini, kaygılarını ve arzularını dramatize etmektedir. Erikson’a göre çocuğun oyun yoluyla kazandığı olumlu sosyal deneyimler, benliğinin gelişmesini ve duygusal açıdan sağlıklı bir birey olmasını sağlamaktadır (Sevinç, 2009, s. 65).

Vygotsky Kuramı: Vygotsky’a göre gerçek oyun 3 yaş civarında -mış gibi yapma oyunları ile başlar. Ona göre oyun daima toplumsal bir sembolik etkinliktir. Tipik olarak bir çocuktan fazlasını kapsar. Oyun parçalarındaki konular, hikâyeler veya roller, çocukların içinde yer aldıkları toplumların sosyokültürel malzemelerini kavrayışlarını ve oyun amacıyla kullanımlarını ortaya koyar. Dolayısıyla bir çocuk tek başına oynadığında bile böyle bir oyun, oyunun parçaları ve konuları sosyokültürel öğeleri ifade ettiği için önemli şekilde toplumsaldır (Nicolopoulou, 2004, s. 146).

Çocuklar, oyunlar sayesinde kendilerini bilişsel olarak “esnetme”, kendi dünyalarını genişletme imkânı bulmaktadır. Vygotsky oyunu nitelendirirken birbirleriyle ilişkili olan imgesel durum ve imgesel durumdaki dolaylı kuralların varlığını vurgular. İmgesel durum, sadece -mış gibi oyunların değil, kurallı oyunların da belirleyici bir özelliğidir. Örneğin çocuklar kurdukları bazı oyunlarda anne ya da baba imiş gibi yaparken satranç oyununda şah, vezir, piyon ve diğer aktörlerle

doldurulmuş imgesel bir dünya yapılandırılmaktadır. Çocuklar bu oyunları oynarken, özellikle organize grup oyunlarında ya da sporlarda belirli kurallara uymak zorundadır. Çocuklar, davranışlarında kuralların getirdiği kısıtlamalara uyarak ileriye yönelik planlar yapma, bir davranışta bulunmadan önce düşünme ve kendini kontrol etme gibi yetişkin dünyasına başarılı biçimde katılmak için gerekli olan yetenekleri öğrenirler. Bu nedenle oyun bir zaman kaybı değildir. Bunun aksine yetişkin hayatı için kıymetli bir eğitim alanı sağlamaktadır. Okul öncesi çocuk için oyunun bilişsel gelişim açısından sağladığı faydalar, ilerleyen yıllarda başarılı bir eğitim süresince ortaya çıkacak öğrenme ve gelişimin değerli açılardan bir prototipi niteliğindedir (Morsünbül, 2020, s. 318; Nicolopoulou, 2004, s. 148-150).

Bateson Kuramı: Oyunun evriminin, iletişimin evriminde önemli bir adım olduğunu söyleyen Bateson’a göre oyun oynamak, evrimsel olarak sosyal etkileşime aracılık eden, türün doğasına uygun bir eylemdir. Ona göre hayvanlar ya da insanlardan oyun oynayanlara dışarıdan bakıldığında kavga, çatışma ya da bir yarış halindelermiş gibi görünseler de üst-iletişimsel olarak birbirlerine “bu bir oyun” mesajını vermektedirler. Gregory Bateson, bu mesajın verilmemesi halinde yanlış anlaşılmanın yaşanabileceğini ve ciddi sonuçların ortaya çıkabileceğini belirtir. Olası sorunların önlenmesi için “bu bir oyun” mesajının verilmesi ve sürekli olarak hatırlanması gerekmektedir (Bateson, 1987; Kaya, 2018, s. 69).

Sutton-Smith Kuramı: Oyunla ilgili yapılmış birçok tanımlamayı ele alan Sutton-Smith yaklaşık bir asırdan beri tüm çabalara rağmen oyun ve işlevlerini açıklamada yetersiz kaldığını söyler. Herkesin, oyunun neye benzediğini bildiğini ama oyunu kuramsal olarak açıklama konusunda çıkmaza girdiğini belirten Sutton-Smith’e göre, bu yetersizliğin sonucunda oyunun idealleştirilmesi ve evcilleştirilmesi olmak üzere iki eğilim ortaya çıkmıştır. Ona göre bütün oyun kuramları oyunu idealize etmektedir. Tüm modern oyun kuramları oyunların, çocuğun gelişimine katkı sağladığını iddia etmiş ama bu iddayı yeterince kanıtlayamamıştır. Oyunların evcilleştirilmesi, kurumlardaki programlı, yönlendirilmiş ve disipline edilmiş oyunların “iyi” oyun; bahçelerdeki, sokaklardaki atılğan oyunların “kötü” oyun olarak değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Bu yaklaşımın toplumsal, kültürel ve hatta ekonomik açıdan birçok nedeni vardır (Arslan ve Bulgu, 2010, s. 12).

Sutton-Smith'e göre oyunlar, işlevsel açıdan kültürle ilişkilidir. Smith yaptığı çalışmalarda, kültürler arası çalışmalarda oyun ve kültürel değişkenler arasında istatistiksel açıdan yüzlerce anlamlı ilişki olduğunu, farklı türdeki oyunlarda farklı ilişki bileşenlerinin ortaya çıktığını ve ilişkilerin meydana geldiği kültürel değişkenlerin çocuk oyunu değişkenleriyle birlikte ekonomik, teknolojik, politik ve sosyolojik değişkenleri içerdiğini ortaya koymuştur. Türü fark etmeksizin her oyunun bileşenleri arasında yapısal ilişkiler bulunmaktadır. Örneğin oyundaki şans sorumlulukla, inanç değerleri göçebelik alışkanlıklarıyla, fiziksel beceri ise yaşanan bölge ve avlanma alışkanlıklarıyla bağlantılıdır. Ayrıca Smith'e göre oyunda yenilik üretmek, Piaget'in söylediği gibi bozucu bir etki oluşturmamakta, aksine uyumu sağlamak için yönelmelere kaynak olmaktadır (Arslan ve Bulgu, 2010, s. 14).

Helanko'nun Sistem Kuramı: Helanko'ya göre oyun oynamanın nedeni insan ile çevresi arasında bir ilişkinin kurulmasıdır. Bu ilişkiyi bir sistem olarak değerlendirir ve bireyi sistemin özne, çevreyi ise nesnel kutbu olarak tanımlar (Uğurel ve Morali, 2008, s. 80). Ona göre birey, oyun ortamı oluşturarak ve kendi kendine bir oyun ortamından diğerine geçerek, dışarıdan gelen olumsuz etkileri ortadan kaldırmaktadır. Bu oyunların nesnesi, kişi tarafından serbest bir şekilde seçilebilmektedir. Poyraz bu kuramı daha anlaşılır kılmak için şu örneği vermiştir; Çocuk 15 dakika kitap okumak için yatağına uzanır. Bir süre sonra kitaba dalar ve gerçek dünyadan uzaklaşır. Bu sistemin özne kutbu çocuk, nesnel kutbu ise kitaptır. Annesi gelip çocuğa kısa bir süre daha kitap okumaya devam edebileceğini, ardından hemen uyuması gerektiğini söylerse söz konusu sistem, yani oyun ortamı bozulacaktır. Ancak çocuk tekrar kitap okumaya daldığında yeniden oyun davranışına girmiş olur. Bir sistem içinde özne, sistemin oyun olup olmadığına karar verebilir. Ancak dışarıdan biri, bireyin davranışını gözlemleyerek o davranışa dair bir karar veremez (Poyraz, 2012, s. 32-33).

İçten Uyarılma Kuramı: Kuramı ortaya koyan Beryle'e göre oyun, keşfetme davranışlarına bağlıdır ve uyarılma durumlarının dengelenmesidir. Bu durumlar içten güdümlü davranışlara yol açmaktadır. Gereğinden az ya da çok olan uyarıcı durumlar kişiyi harekete geçirip uyarıları dengede tutmaya teşvik etmektedir. Oyundaki uyarılma mekanizması organizma tarafından kontrol edilmekte ve işlemin sonunda haz

duygusu yaşanmaktadır. Örneğin çocuk kaydırdıktan kayma eyleminden tedirgin olabilmekte, ama buna rağmen bu eylemi gerçekleştirebilmekte ve tekrarlayabilmektedir. Bir süre sonra eylemi gerçekleştirme şekli farklılık gösterebilmektedir. Her farklı hareket beraberinde üstesinden gelinmesi gereken yeni belirsizlikler getirmektedir. Kendisine yenilik katacak tüm seçenekler tüketildikten sonra oyun, çekiciliğini kaybetmektedir. O zamana kadar çocuğu oyuna teşvik eden şey, çocuğun içten uyarılması durumudur (Sevinç, 2009, s. 66; Poyraz, 2012, s. 33-34).

Çoğunlukla geleneksel oyunlarla ilgili olan bu kuramlar, dijital oyunlara da uyarlanabilmektedir. Öyle ki oyuncu, dijital oyunlarda çok fazla fiziksel güç harcamasa da sahip olduğu fazla enerjiyi zihinsel olarak atabilmektedir. Aynı şekilde günün yorgunluğunu atmak, sakinleşmek, rahatlamak isteyen kişiler de kendilerini gerçek dünyadan soyutlayarak dijital oyunların sanal dünyasında huzur bulabilmektedir.

Geleneksel oyunların kapsam, imkân ve kural bakımından sınırlı olan dünyasına karşılık dijital oyunların, bulunulan yerden hareket bile etmeden dünyanın farklı bölgelerindeki insanlarla, farklı kurgular dâhilinde farklı tecrübeler yaşatması ile oyuncuları yetişkin hayatına hazırlama konusunda daha etkili olduğu söylenebilir. Ancak aynı karşılaştırma üzerinden dijital oyunların, geleneksel oyunların aksine oyuncuyu söz konusu durumla gerçekten karşı karşıya getirmek yerine, durumu bir ekrandan göstermesi nedeniyle oyuncuyu yetişkin hayatına hazırlama konusunda başarısız olacağı da söylenebilir. Her halükârda bu durum test edilmesi ve/veya gözlemlenmesi gereken tartışmalı bir konudur.

Freud'un ortaya koyduğu, oyunun bireyi duygusal olarak hayata hazırladığı yönündeki kuramı dijital oyunlar için değerlendirildiğinde, yetişkinliğe hazırlık kuramı için yapılanlarla benzer ifadeler ortaya çıkmaktadır. Öyle ki birey duygularını dijital oyunlarda yansıttığında, gelecek tepkilerin hangi yön ve boyutta olacağını tahmin etmek güçtür. Çünkü dijital oyunlar, temsili bir kimlikle bir yazılıma karşı ya da çoğunlukla gerçekte kim oldukları bilinmeyen diğer oyunculara karşı temel olarak eğlenmeye yönelik, yani ciddi olmaktan uzak ortamlarda oynanmaktadır. Böyle bir

dünyada oyuncunun, sergilediği sevgi, nefret ve kırgınlık gibi duygularına karşılık bulması mümkün olmayabilmektedir. Yani dijital oyun ortamında söz konusu duyguların ciddiye alınmaması ve bu nedenle kişiler üzerinde bir etki bırakmaması durumunun olduğu söylenebilir. Ancak bu duyguların, dünyanın farklı bölgelerinden farklı insanların olduğu dijital oyun ortamlarında sergilenmesi nedeniyle, diğer insanları olumsuz etkileme riskinin yüksek olduğu da söylenebilir. Çünkü daha özgür ve kural tanımaz bir yapı sunan bu ortamlarda duygular; nefret, ırkçılık, küfür, hareket ve aşağılama içeren ifadelerle kolaylıkla yansıtılabilmektedir. Duyguların bir aşırılık şeklinde oyuna yansıtılması halinde oyuncu, oyun kuralları doğrultusunda kısıtlanmak ve oyundan uzaklaştırılmak gibi cezalar alabilmekte ya da gerekli görülürse gerçek dünyanın kanunları doğrultusunda cezalandırılabilir.

Piaget'in ortaya koyduğu kuramın ilk evresi olan alıştırıcı oyunun daha çok fiziksel hareketleri gerektiren oyunlarla ilgili olması nedeniyle, çoğunlukla basit parmak, el, kol ve baş hareketlerini gerektiren dijital oyunları kapsadığı pek söylenemez. Çocuğun sembolleştirmelerden yararlandığı sembolik oyun ve zihinsel işlevlerin ileri düzeyde olduğu kurallı oyun evrelerinde ise, dijital oyunlardan bahsetmek mümkündür.

Tüm modern/dinamik oyun kuramlarının dijital oyunları kapsadığı söylenebilir. Ancak sınırları, içeriği, türleri ve tanımı net olarak ortaya konulamayan dijital oyunların kişiler ve toplum üzerinde nasıl ve/veya ne derecede etkili olduğuna, buna bağlı olarak söz konusu kuramların ne ölçüde geçerli olduğuna dair tüm dijital oyunları kapsayan genelleyici bir üslupla net ifadeler kullanmak mümkün değildir.

1.8.3. Naratoloji ve Ludoloji Tartışması

Yıllardır dijital oyunlara dair geniş kitlelerce kabul görmüş net bir açıklama yapılamamasına rağmen, yine de dijital oyunları bir akademik araştırma disiplini olarak tanımlama çabası söz konusudur. Bu tanımlama çabası sürecinde, söz konusu çok katmanlı yapının oyun ve anlatı öğeleri üzerinde yaşanan tartışma büyük rol oynamıştır. 90'lı yılların sonu, 2000'li yılların başında gerçekleşen bu tartışma, dijital oyun araştırmaları tarihinde "Ludoloji ve Naratoloji Tartışması" olarak anılmaktadır (Sezen, 2011, s. 120).

Dijital oyunların incelenmesi için en uygun metodolojik yöntemin hangisi olduğuna dair sürdürülen bu tartışmada Naratolojistler, sinema ve edebiyat gibi geleneksel öykü anlatımları ile oyun arasında bir benzerlik olduğunu ileri sürerek, dijital oyunların da birer anlatısal yapıt olarak görülmesi ve incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. Onlara göre, dijital oyunun içyapısı tartışmasında materyal temeline, yani görsel temsil, hareket kavramı, anlatı mekânı ve zamanı, karakter anlatısı ve animasyon teknikleri gibi unsurlara yönelmek gerekmektedir. Buna karşılık Ludolojistler ise, dijital oyunların öyküsel anlatı özelliklerini reddetmektedir. Onlara göre oyunlar öncelikli olarak metinsel değildir. Herhangi bir oyun; kurallar, materyal/semiyotik sistem ve oynanıştan oluşmaktadır. Dijital oyunlar incelenirken, bu ve benzeri nitelikleri içeren oyun biçimi üzerine odaklanılmalıdır (Aktaran: Kokonis, 2014, s. 173; Aarseth, 2004, s. 47-48).

Naratolojistlerin savunduğu görüşün aksine, Counter Strike gibi bazı dijital oyunlarda anlatılacak bir hikâye bulunmamaktadır. Ancak dijital oyun piyasasında öne çıkan Half Life, Quantum Break, The Last of Us gibi oyunlar hikâye temelinde gelişmiş ve ünlenmiştir. Buradan hareketle dijital oyunlarla, sinema ya da edebiyat eserleri arasında birtakım benzerlikler olmasının yanı sıra, oyunlarda anlatının sinema ve edebiyat eserlerinde olduğundan daha az önemli veya daha az merkezi bir rol oynadığı söylenebilir (King ve Krzywinska, 2002, s. 147). Bu durum, hikâyelerin dijital oyunlarda bir öneme sahip olmadığı şeklinde yorumlanmamalıdır. Bahsi geçen bazı oyunlarda hikâyeler oyunun oynanışından daha baskındır.

Heussner vd. (2015, s. 29) hikâyenin, oyunun türüne göre farklılaşan baskın olma durumunu aşağıda verilen tablo ile ortaya koymuştur.

Tablo-2: Oyun Türleri, Mekanik ve Anlatı Odağı

Oyun Türü	Oyun Mekanikleri	Anlatı Odağı/Teknikleri
Birinci Şahıs Nişancı Oyunları	Nişan almak, Ateş etmek, Kaçınmak	Hızlı tempolu, aksiyon odaklı, an be an hikâye anlatımı. Daha uzun hikâyeler aksiyon arasında mola bölümlerinde anlatılır.
Taktiksel Strateji Oyunları	Kaynak yönetimi, birim hareketi, taktik dövüş	Hikâye öğelerini oyunda olduğu gibi anlatan olaya dayalı hikâye anlatımı. Haritanın başında ve sonunda kısa sahneler kullanılır.
Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları	Kaynak yönetimi, birim oluşturma, üs oluşturma	Görev sırasında belirli bir olay olduğunda küçük, diyalog benzeri hikâye parçaları sunulur. Ana hikâye görevler arasında (etkileşimli) ara sahnelerde verilir.
Rol Yapma Oyunları	Sorgulama, keşif, dövüş	Derin karakter olay örgüleri ile zenginleştirilmiş ve birbirine bağlanabilen karmaşık, yavaş tempolu hikâyeler vardır. Hikâye her zaman mevcuttur ve oyunu yönlendirir.
Simülasyon Oyunları	Yönetme, bir şeyi kullanma...	Simülasyonun türüne bağlıdır, ancak genel olarak kısa, dikkat dağıtıcı olmayan olaylarla sınırlıdır.
Platform Oyunları	Zıplamak	Hikâye, genel bir amaç ve çoğunlukla çevresel anlatı yoluyla sunulan seviye temelli bir anlatı ile sunulur.
Aksiyon Macera Oyunları	Keşif, dövüş	Oyuncu-karakterin karşılaştığı zorluklar etrafında karışık tempolu (yavaş ve hızlı parçalar) vardır. Bir kahramanın derinlemesine, kişisel hikâyesiyle zenginleştirilebilir.
Aksiyon Rol Yapma Oyunları	Dövüş, arayış, eşya toplama	Oyuncu çevrim içi ortamda savaşırken hızlı tempolu, aksiyon odaklı isteğe bağlı hikâye anlatımı vardır. Hikâye parçaları, diğer oyun öğeleri gibi kısa ve hızlı tutulur. Aksiyona mola verildiğinde biraz daha uzun anlatılar verilebilir.
Sandbox Oyunları	İnşaat, keşif, birleştirme	Hikâye, oyuncu karakterin yaşadığı ve etkileşimde bulunduğu dünyanın bir parçası olarak keşfi etrafında şekillenir.
Macera Oyunları	Bulmaca çözme, keşif	Genellikle, bulmacalara ve çevreye güçlü bir şekilde dayanan yavaş tempolu hikâye anlatımı vardır.

Kaynak: Heussner vd., 2015, s. 29.

Hangi açıdan yapılırsa yapılsın dijital oyunlar üzerine gerçekleştirilecek tüm araştırmalarda, onları diğer tüm kültürel yapıtlardan ayıran ve hem oyunsal hem de dijital bir yapıya sahip olmalarından kaynaklanan özelliklerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Zira sinema, nasıl film dili ve estetiği tamamen göz

ardı edilerek, sadece Hollywood üretim pratikleri veya şiddet içeren filmlerin izleyici üzerindeki etkisinin tartışılması ile tam olarak anlaşılamayacaksa, dijital oyunlar da içyapıları incelenmeden anlaşılamayacaktır (Sezen, 2011, s. 119-120). Naratolojistler ve ludolojistler arasında yaşanan oyunun içyapısı tartışması bu noktada önemini göstermektedir.

Naratoloji (*la narrotologie*) kelimesi, edebi bir bilim adamı olan Tzvetan Todorov tarafından, kendisinin ve Roland Barthes, Claude Bremond, Gerard Genette, A.J. Greimas gibi diğer yapısalcı teorisyenlerin bir anlatım biçimi olarak düşündüklerini ifade etmek için ortaya konulmuştur. Daha sonra Rus bilim insanları, anlatı üzerine yapılacak araştırmaların temelini oluşturan bir dizi çığır açıcı çalışma ortaya koymuştur (Herman, 2009, s. 24-27). Bu çalışmalar temelinde yapılan araştırmalar ve tartışmalar, görüşün bugünkü halini almasını sağlamıştır.

Latince bir kelime olan “Ludos”tan gelen, oyunu inceleyen toplumsal, kültürel ve giderek yeni medya çalışmaları alanıyla kesişmeye başlayan bir çalışma alanı olan Ludoloji ise, özellikle 2000’li yıllardan itibaren çeşitli akademik çalışmalarla kendisini göstermeye başlamıştır (Aktaran: Tabanlı, 2010, s. 3-4; Frasca, 2003, s. 221). Bu noktada bir karışıklığa sebep olmamak için ludolojist bakış açısına göre oyunların, anlatı ya da dijital medyanın bir alt türü olarak değil, oyun olarak ele alındığını vurgulamakta fayda vardır (Karadeniz, 2017, s. 62). Genel olarak oyunları, özelde de dijital oyunları inceleyen bir disiplin olarak tanımlanabilecek olan Ludoloji, yeni bir kavram değildir. Zira daha önce, dijital olmayan masa oyunları ile ilgili olarak kullanılmıştır (Frasca, 2003, s. 222).

Ludoloji kavramı ilk olarak Aarseth’in, Murray’in yaklaşımını eleştirerek başladığı “Sibermetin: Ergodik Edebiyat Üzerine Perspektifler” adlı eserinde ortaya çıkmıştır (Kızılkaya, 2010, s. 104). Oyunlar ile edebiyat arasında değil, oyunlar ile anlatılar arasındaki farkı ortaya koyduğunu söyleyen Aarseth’e göre, oyunlar ile anlatılar arasında hiçbir fark olmadığını iddia etmek, her iki kategorinin de temel niteliklerini göz ardı etmek anlamına gelmektedir. Ayrıca Aarseth, bahsettiği bu farkın net olmadığını ve iki kategori arasında önemli bir çakışmanın olduğunu da belirtmiştir (Aarseth, 1997, s. 4-5). Aarseth’in elektronik metinleri vurguladığı bu çalışmasına ek

olarak Ludoloji alanında, Crawford ve Zimmerman'ın oyun tasarımı, Gonzala'nın Ludoloji ve anlatı, Juul'un ise oyun aksiyonları üzerine gerçekleştirdiği birbirinden farklı çalışmalar bulunmaktadır. Ludoloji olarak adlandırılan ve çeşitli çalışmalarda kullanılmaya devam edilen "Oyunbilim" kavramı, Gonzalo Franca'nın "Ludoloji Naratoloji ile Buluşuyor: (Video)oyunlar ve Anlatı Arasındaki Benzerlik ve Farklılıklar" adlı makalesiyle popüler bir hale gelmiştir (Yengin, 2010, s. 100).

Söz konusu Ludoloji ve Naratoloji tartışmasıyla ilgili literatür incelendiğinde, sıklıkla etkileşim ve oynanış başlıklarıyla karşılaşılmaktadır. Oyuncunun, oyundaki konumunun tartışıldığı bu konuya dair çeşitli görüşler ortaya konulmuştur. Görüş bildiren kişilerden bir tanesi olan Çetin Tüker'e (2014) göre, video oyunlarında izleyici pasif değildir. Oyun deneyiminin yaşanabilmesi ve oyun oynama eyleminin gerçekleşebilmesi için oyuncunun oyuna aktif olarak katılması gerekmektedir (s. 181). Söz konusu etkileşime dayalı aktif olma durumunun, az veya çok tüm oyunlarda olduğu düşünüldüğünde etkileşim ve oynanışın, Naratoloji ve Ludoloji görüşlerinin ortak noktası olduğu açıkça görülmektedir (Demirbaş, 2017, s. 353-354).

Etkileşim ve oynanışla alakalı olarak söz konusu tartışmanın zirve noktasında, dijital oyunlarda ara sahnelerin olması gerekip gerekmediği gibi konuların tartışıldığı görülmektedir (Sezen, 2011, s. 121). Oyuna dair temel bilgilerin NPC'ler, oyun içi yazılı notlar ve ses kayıtları gibi yöntemlerle verildiği bazı oyunlarda sahneler tamamen etkileşimlidir ve oyuncunun hareket etmesine izin verilmektedir (King ve Krzywinska, 2002, s. 147). Bazı oyunlarda ise, oyuncunun ara sahne bitene kadar beklemekten başka seçeneği yoktur. Sunulan etkileşim ve oynanışta serbestliğin düzeyi, oyuncunun edebiyat eserlerinde olduğu gibi olayları sırasıyla takip eden bir okuyucu mu, yoksa olay örgüsünü şekillendiren bir oyuncu mu olacağını göstermektedir.

Dijital oyunlarda ara sahneler, etkileşim ve hikâye olsun ya da olmasın, söz konusu tartışmanın mantıklı ve faydalı bir sonucunun olduğunu söylemek güçtür. Öyle ki bazı kişiler de bu tartışmanın hiçbir zaman gerçekten var olmadığını, bazı yanlış anlamalar ve belirsizliklerin ürünü olduğunu belirtmektedir. Bu kişiler, oyunların ve anlatıların temelde birbirleriyle çelişmediği, aksine birbirlerini tamamlayabilecekleri

konusunda artarak destek bulan bir fikir sunmaktadır (Howard, 2008, s. xi). Zira anlatı ve biçim, düzenli çalışan bir makinenin dişlileri gibi birbirine bağlı olup, ancak birbiriyle bütünlük içinde oldukları zaman sığıdan uzaklaşıp derinleşebilmekte ve böylece anlam kazanabilmektedir (İgit, 2019a, s. 37).

Tüm bakış açıları ve tartışmaların sonucunda net bir sonuç, tanım ya da açıklama ortaya konulsun ya da konulmasın Naratoloji ve Ludoloji tartışması, dijital oyun araştırmalarının akademik bir disiplin olarak ortaya çıkmasında ve üniversitelerde dijital oyun araştırmaları bölümlerinin kurulmasında önemli bir rol oynamıştır. Özellikle, kendisini anlatıbilimden uzaklaştırmaya odaklanan ludoloji, başından beri dijital oyun çalışmalarını ayrı bir akademik alan haline getirmeye çalışmaktadır (Sezen, 2011, s. 120; Juul, 2005).

Konzack (2007) da dijital oyun araştırmalarının (özellikle oyun tasarımı, psikoloji ve esestetik gibi alanlarda) büyüdüğünü belirtmiştir. Araştırmacılar artık dijital oyunlara sadece teknoloji ve pazar araştırması açısından değil, çağdaş toplumda önemli anlamları olan bir kültür türü olarak yaklaşmaktadır. Dijital oyunların incelenmesine yönelik her yaklaşım, dijital oyunların nasıl anlaşıldığını şekillendiren belirli bir retorik çerçeveden oluşmakta ve bu retorik çerçevelerin her biri dijital oyunlar hakkında söylenenleri (ve söylenebilecekleri) şekillendirmektedir. Bu anlamda dijital oyun retorikleri, dijital oyun araştırmalarını sınırlamaktadır. Ancak, dijital oyunlar ile retorik arasındaki ilişki daha iyimser açıdan ele alındığında, her retoriğin yeni bir dijital oyun araştırma ekolünün oluşturulmasına yardımcı olduğu söylenebilir (s. 110).

Konzack (2007), Brian Sutton-Smith'in (2001) oyun retoriği analizinden esinlenerek, araştırmacıların tartışmalı ifadeler kümesi içinde nasıl çalışma eğiliminde olduklarını gösteren sekiz etkili retorik türünü tanımlamıştır. Bunu yaparken, alanındaki birçok kişi tarafından etkili ve tartışmalı olarak algılandıkları için seçtiği bu retoriklerin, dijital oyun araştırmalarını çevreleyen tek olası retorik olarak görülmemesi gerektiğini vurgulamıştır (s. 110). Ayrıca, her bir retoriğin derinlemesine bir şekilde ele alınması mümkün olmadığı için bu etkili ve tartışmalı retoriklere genel bakış sunan aşağıdaki tabloyu (Tablo 3) ortaya koymuştur. Bu tabloda; her bir retoriğe

verilen isme, bu retoriklerin sordukları ve dolayısıyla dikkatlerini yanıtlamaya odakladıkları sorulara, odaklanma eğiliminde oldukları oyun türlerine, söz konusu retoriklere ilgi duyan mesleklere ve ana soruya en sık verilen yanıtlara yer vermiştir (s. 121).

Tablo-3: Konzack’a Göre Oyun Araştırmalarında Temel Yaklaşımlar

Genel Retorik	Temsilciler	Ana Soru	Oyun Türü Pozitif (+) / Negatif (-)	Ortak Sonuç
Teknoloji	Mühendisler Programcılar	Oyunlar teknolojik olarak nasıl geliştirilebilir?	Son teknoloji (+)	Oyunlar teknolojik olarak geliştirilmelidir
Ekonomi	Pazarlamacılar Ekonomistler	Oyunlardan finansal olarak nasıl yararlanılabilir?	En çok satanlar (+) Reklam içeren oyunlar (+)	Daha çok oyun satılmalı ve daha çok reklam yapılmalıdır
Anksiyete	Psikologlar Ahlak Kuramcıları	Oyun tehlikeli midir?	Şiddet içeren aksiyon oyunları (-) Savaş oyunları (-)	Oyunlar sansürlenmeli veya yasaklanmalıdır
Öğrenme	Psikologlar Eğitimciler	Oyun oynayarak öğrenmek mümkün müdür?	Eğitici oyunlar (+) Eğitlence (+)	Öğrenme fırsatları olan oyunlar geliştirilmelidir
Cinsiyet	Feministler Cinsiyet Araştırmacıları	Oyun oynayan kadın-erkek arasında fark var mıdır?	Erkek oyunları (-) Kadın oyunları (+)	Kadınlar için oyunlar geliştirilmelidir
İdeoloji	Sosyologlar Medya Teorisyenleri	Oyunlar propaganda olarak nasıl işler?	Propaganda oyunları (-) Politik oyunlar (+)	Oyunların politik sonuçlarının farkında olunmalıdır
Narratoloji	Edebiyat ve Medya Teorisyenleri	Oyunlar anlatı olarak nasıl işler?	Macera oyunları (+) Rol yapma oyunları (+)	Oyunlar anlatılar olarak analiz edilmelidir
Ludoloji	Oyun ve İnteraktif Medya Araştırmacıları	Oyunlar, oyun ve oynanış olarak nasıl işler?	Aksiyon oyunları (+) Simülasyonlar (+) Strateji oyunları (+)	Oyunlar, oyun olarak analiz edilmelidir

Anksiyete retorığı içinde tartışan psikologlar ile öğrenme retorığı içinde tartışan psikologlar nadiren aynı psikologlardır - tam tersine genellikle birbirlerine karşıt olarak görülürler.

Kaynak: Konzack, 2007, s. 122.

Konzack (2007), ele aldığı sekiz retorığın genel bir görünümünü ortaya koymak üzere bunların ürün odaklı retorikler, sosyokültürel odaklı retorikler ve estetik odaklı retorikler olmak üzere üç kategoriye ayrılabilirlerini söylemiştir. Bu ayrıma göre, ürün odaklı oyunlara yönelik oldukları için Teknoloji ve Ekonomi, ürün odaklı retoriklerdir. Anksiyete, Öğrenme, Cinsiyet ve İdeoloji, oyunculara ve oyuncuların dijital oyunlardan sosyal ve kültürel olarak nasıl etkilendiklerine odaklanan

sosyokültürel retoriklerdir. Son olarak Naratoloji ve Ludoloji, dijital oyunların biçimine ve ifadesine odaklandıkları için estetik odaklı retoriklerdir. Bu kategoriler birbirlerini dışlamazlar ve farklı retorikler asla statik değildir. Çünkü her retoriğin temsilcileri dijital oyunları ve dijital oyun kültürünü anlamının yeni yollarını bulmaya çalışmaktadır. Ancak buna rağmen dijital oyunlara dair akademik çalışmalarda söz konusu farklı retoriklerin birbirleriyle ilişkili olduğu görülmektedir (s. 121).

Bu yaklaşımlar, daha önce belirtildiği üzere dijital oyunlara ilişkin araştırmaları belirli anahtar kavramlar etrafında çevrelemektedir. İlgili literatür incelendiğinde dijital oyunların yoğun şekilde öğrenme, şiddet, bağımlılık, genel olarak oyun oynama eylemi ve motivasyonları başlıkları altında ele alındığı görülmektedir. Tülin Sepetci (2017), gerçekleştirdiği çalışmasında dijital oyunlara ilişkin literatürü taramış ve oyunlara dair çalışmaların genellikle şu temalara sahip olduğunu belirtmiştir (s. 55-56):

“Oyunla öğrenme / birlikte öğrenme / zaman yönetimi, medya yeterliğini arttırma / çevrim içi oyun, dijital oyun yeterliği, oyun endüstrisine eleştirel yaklaşım / eleştirel düşünme ve farkındalık, toplumsal düşünmeyi sağlama, kendi oyunlarını yaratma, kimlik geliştirme, popüler oyunların incelenmesi ve neden oynadıklarının belirlenmesi, oyun karakterlerinin incelenmesi / toplumsal cinsiyet ve azınlık söylemleri, oyunların stereotiplerin yayılmasına etkisi, jenerasyonlar arasında ortak bir alan yaratmak, çevrim içi oyunlarda cemaat oluşumu, oyunların direniş açılımlarına etkisi, spor-müzik gibi yeteneklerin açılımı, oyun tasarımlarının estetiği, oyunların motor becerilere etkisi.”

Bu başlıklarla ek olarak dijital oyunlar, sağlık, anlatı, propaganda ve temsil açısından da incelenmektedir. Bunlara kıyasla çok daha az çalışmada, bu tezin temasını oluşturan iletişim ile birlikte sosyalleşme ve etkileşim başlıklarına odaklanıldığı görülmektedir. Konuya yaklaşımları doğrultusunda dijital oyunlara dair farklı değerlendirmelerde bulunan araştırmacılar, dijital oyun disipliniyi şekillendirmektedir. Konzack’a göre, bu yeni akademik disiplini farklı alanlardan gelerek oluşturan akademisyenler, uzmanlık alanlarının retoriğini de beraberlerinde getirmekte ve bu nedenle söz konusu disiplin parçalı bir yapı arz etmektedir

(Kızılkaya, 2010, s. 87). Bu yapıya hangi açıdan ve hangi amaçla(rla) bakılırsa bakılsın dijital oyunlar, sanal bir dünyada oynanmaktadır. Bu dünyanın, oyunların çalışmasını sağlayan donanımlardan, oyun karakterlerinin bibloları ve afişleri gibi yan ürün ve materyallerden başka somut bir gerçekliği yoktur. Dijital sistemlerde hazırlanan bu sanal oyun dünyası ya da dünyaları, simülasyon evreni olarak adlandırılmaktadır.

1.8.4. Baudrillard ve Simülasyon Evreni

Dijital oyunlarda oyuncular, kendilerine sunulan imkânlar kapsamında temsili bir karakter oluşturmakta ya da hali hazırda oluşturulan karakter(ler)le gerçek olmayan bir dünyayı simüle etmektedir. Jean Baudrillard, simüle edilen bu dijital dünyayı, *“Bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek, yani simülasyon denilmektedir.”* şeklinde tanımlamaktadır. Bu simülasyon dünyasında oyuncular, oyunun sınırları ve kuralları çerçevesinde farklı kimliklere bürünmekte, dünyayı kurtarmakta, zengin olmakta, banka soymakta, uzay gemisi ile galaksileri gezebilmekte yani gerçek dünyada yapılması çok daha zor olan, risk taşıyan ya da mümkün olmayan şeyleri gerçekleştirebilmektedir. Başka bir deyişle oyuncular, sahip olmadıkları bir şeye sahipmiş gibi yapmakta, yani söz konusu dijital dünyayı simüle etmektedir. Ancak bu durum açıklandığı kadar basit değildir. Zira simüle etmek “-mış” gibi yapmak değildir. Yaygın kullanılan bir örnek üzerinden ifade edilecek olunursa, hastaymış gibi yapan kişi yatağa uzanıp çevresindekileri hasta olduğuna inandırmaya çalışır. Bir hastalığı simüle eden kişi ise, bu hastalığa ait belirtileri gösterir. Buradan hareketle söylenebilir ki, “-mış” gibi yapmak gerçeklik ilkesine bir zarar veremez, yani gerçeklikle arasında her zaman gizlenmeye çalışılan bariz bir fark vardır. Simülasyon ise, bu “gerçek” ile “sahte” veya “gerçek” ile “düşsel” arasındaki farkı yok etmeye çalışmaktadır. Zira bir hastalığı simüle eden kişi, hastalığa dair gerçek belirtileri ürettiği için nesnel bir şekilde ne hasta ne de hasta değil olarak nitelendirilebilmektedir (Baudrillard, 2018, s. 13-16).

Verilen örneğe benzer şekilde, dijital oyun dünyasında insanları kurtaran bir kahramanı simüle eden oyuncunun, gerçek hayatta da oyundakine benzer bir durum yaşanması halinde kahramanca davranarak insanları kurtaracağı ya da kurtarmayacağı kesin olarak söylenemeyecektir. Ancak dijital oyun dünyasının soyut ve daha az risk

taşıyan yapısına karşılık gerçek dünyanın çok daha somut ve riskli yapısı düşünüldüğünde, gerçek dünyada böyle bir davranışta bulunma ihtimalinin dijital oyunlardakinden daha düşük olacağı söylenebilir. Çünkü kişi, gerçek dünyada riskli bir davranışta bulunması halinde bu davranışının dijital oyunlardakinin aksine gerçek bir sonucu olacağını bilmektedir.

Frasca'ya göre simülasyon yeni bir araç değildir. Ona göre simülasyon, oyun, oyuncak gibi yaygın şeylerle ve bilimsel modeller veya siber metinler aracılığıyla her zaman var olmuştur. Ancak simülasyon potansiyeli, teknolojik bir sorun nedeniyle bir şekilde sınırlanmıştı. Zira karmaşık sistemleri dışı çarklara modellemek son derece zordu. Doğal olarak, bilgisayarın icadı bu durumu değiştirmiştir. Frasca da dijitalleşmeyle birlikte ortaya çıkan dijital oyunların, geleneksel medyanın aksine sadece temsile değil, aynı zamanda simülasyona dayandığını belirtmiştir. Örneğin geleneksel medyada gösterilen bir uçak fotoğrafı bize şekli ve rengi hakkında bilgi vermekte, ancak manipüle edildiğinde uçmamakta veya bir yere çarpmamaktadır. Aynı şekilde bir uçağın inişiyle ilgili film bir anlatıdır. Bir gözlemci bu inişi normal bir iniş ya da acil bir iniş gibi farklı şekillerde yorumlayabilmektedir. Ancak gözlemci uçağı manipüle edememekte yani uçağın nasıl ineceğini etkileyememektedir. Çünkü sahneler sabittir ve değiştirilememektedir (Frasca, 2003, s. 223-224).

Televizyon, gazete, radyo ya da fotoğraf gibi geleneksel medya araçlarının aksine kişileri bir okuyucu, izleyici ya da dinleyici olmaktan çıkararak birer katılımcıya dönüştüren etkileşimli ve çevrim içi yeni medya araçlarında bir etki ve tepki söz konusudur. Çünkü kullanıcılar, bilgisayar ve telefon gibi teknolojik araçlarda birbirleriyle etkileşim kurabildikleri gibi, bu teknolojilerle şekillenen dijital oyunlarda birtakım tuşlara basarak yukarıda verilen örnekteki uçağı da yönlendirebilmektedir. Gerçekleştirdiği etkilere göre oyun yazılımı ve diğer oyunculardan tepkiler alan oyuncu, anlık olarak bir uçağın uçuşunu simüle etmektedir. Ancak söz konusu simülasyon evreni, sadece bilgisayar gibi dijital teknolojilerle var olmamaktadır. Zira Frasca'nın da belirttiği üzere simülasyon, oyun ve oyuncak gibi yaygın şeylerle her zaman var olmuştur. Haliyle bir çocuğun, elindeki maket uçağı havaya kaldırarak koşması halinde de simülasyon ortaya çıkmaktadır. Çünkü anlık olarak verdiği

kararlarla uçağı belirli bir yöne doğru hareket ettiren çocuk, her ne kadar maket uçak gerçekten uçmasa da bir uçuş simülasyonunun içinde yer almaktadır.

Baudrillard ve Frasca'nın söz ettiği simülasyon evreni geleneksel oyunlarda, kuralları ve sınırları kapsamında gönüllü olarak dahil olunan hayali oyun dünyasına inanıldığı sürece var olabilmektedir. Oyunculardan birinin oyunbozanlık yaparak oyun dünyasının dışına çıkması, simülasyonu sekteye uğratabilmekte ya da tamamen yok edebilmektedir. Dijital oyunlarda, özellikle çok oyunculu dijital oyunlarda ise, oyuncu oyunun dışına çıksa da oyunun varlığı sadece bir kişiye bağlı olmadığı ve dijital bir sistem üzerine kodlandığı için söz konusu simülasyon evreni varlığını sürdürebilmektedir.

Baudrillard'a göre, her yerde tuhaf denilebilecek bir şekilde orjinaline benzeyen bir simülasyon evreninde yaşamaktayız. Yaşadığımız bu evrendeki şeyler yoğun bir çabayla kendi ikizlerini yani, simülasyon evreni içindeki kopyalarını üretmeye çalışmaktadır. Baudrillard'a göre bu kopyalar ortadan kaybolmayacak ve gerçekler asla geri gelmeyecektir. Çünkü simülasyon gerçek ile kurgu arasındaki farkı yok etmektedir. Artık bir şeye ne gerçek ne de sahte denilebilecektir. Yani ölme hakları ellerinden alınan şeylerin, yaşama hakları da ellerinden alınmıştır. Böyle bir durumda ancak, her türlü düşsel ve gerçek ayırımından yoksun bırakılmış, kendi kendini aynı yörünge çevresinde dolanan modeller aracılığıyla yineleyen ve farklılık simülasyonu üretmekten başka bir şey yapmayan gerçek üstü bir hipergerçekten söz edilebilecektir (Baudrillard, 2018, s. 15-27).

Bu görüşlerle benzer bir şekilde Alan Watt, yaşamın da bir oyun oyduğunu ve yaşamın bir oyun olmayıp ölümüne ciddi olduğuna inanarak buna göre davranmanın, bu oyunun birinci kuralı olduğunu belirtmiştir. Aynı doğrultuda Ronald D. Laing de, "Düğümler" adlı eserinde *"Bir oyun oynuyorsunuz. Bir oyun oynamamayı oynuyorsunuz. Size oynadığınızı gösterdiğimde, oyunun kurallarını bozmuş olacağım ve siz de beni cezalandıracaksınız."* ifadelerine yer vererek yaşamın bir oyun olduğunu belirtmiştir (Aktaran: Watzlawick, 1995, s. 102).

Bu görüşler doğrultusunda bazı sorular akla gelmektedir. Örneğin, günümüz dünyasında neyin gerçek, neyin sahte ya da düşsel olduğu net bir şekilde ayırt edilebilir

mi? Kamera şakası yapmak için gerçekleştirildiği söylenen bir hırsızlık olayı, gerçekten bir şaka mıdır? Yoksa bu durum, yakalanma ihtimaline karşı alınmış bir önlem midir? Bunun cevabını net olarak vermek mümkün değildir. Çünkü şakadan da olsa yapılan hırsızlık gerçeğinden farksız bir şekilde gerçekleşmektedir (Baudrillard, 2012, s. 39). Benzer şekilde dijital bir savaş oyununda gösterilen cesaret, gerçek bir olay karşısında gösterilebilecek cesarete kıyasla ne kadar gerçektir? Eğitim amacıyla hazırlanan bir uçuş simülasyonunda pilotun yaşadığı heyecan, soğukkanlılık ve başarı, gerçek bir uçuş deneyimine kıyasla ne kadar gerçektir? Dijital oyunlarda rahat bir şekilde iletişim kurabilen ve ilişkilerini geliştirerek sürdürebilen bir kişi, gerçek dünyada da aynı iletişim becerilerini sergileyebilmekte midir? Her şeyin kendi kopyalarını ürettiği, içinde yaşadığımız simülasyon evreninde bu sorulara net cevaplar verebilmek mümkün değildir. Ancak, hangi yönde olursa olsun bu simülasyon evreninin, insanlar üzerinde birtakım etkiler bıraktığı açık bir şekilde ortadadır.

1.9. Dijital Oyunların Etkileri

İgit'in (2019a, s. 29) ifadesiyle özgürleştirici eylem pratiği olarak oyun ve oyuna ait eylemler, yani oyunların oynanış biçimleri ve taşıdıkları anlam, kültürel birimlerin gölgesinde yoğrulduğu için olsa gerek ki, kısmi ya da tümüyle yerel değişiklikler gösterebilmektedir. Dolayısıyla oyunların etkilerinden söz ederken bu değişikliklerin varlığını da unutmamak gerekmektedir. Ancak, toplum içindeki bireylerin, toplumların ve kültürlerin en bütünleştirici öğelerinden bir tanesi olan ve içinde bulunduğu kültürden izler taşıyan oyunlar, dijital teknolojiler sayesinde içinde bulundukları toplumsal kültürün bir parçası olmaktan çıkmış, kendi içinde kültürler ve kavramlar oluşturan, evrensel bir nitelik taşıyan sosyal ortamlara dönüşmüştür. Öyle ki oyun kültürüne özgü terim ve kavramları açıklamak için dijital oyun kültürü sözlükleri oluşturulmaktadır. Barmanbek ve Fidaner'in (2009, s. 349-366) bir kitap bölümü olarak yayınlanan "Dijital Oyun Kültürü Sözlüğü" ve Kendirli'nin (2019) kitap olarak yayınladığı "Dijital Oyun Endüstrisi Terminolojisi" sözlükleri bunlardan sadece ikisidir. Hem teknolojinin gelişmesi hem de oyunlara bilimsel bakışın değişmesiyle insanların oyunlara bakışı ve oyuncuların davranış biçimleri de değişmeye başlamıştır. Daha kapalı ve alt kültür seviyesinde olan oyunculuk daha popüler bir hale gelmiştir. Bu değişimler, daha fazla oyuncu ve oyun sektörüne daha

fazla kaynak ayrılması gibi olumlu şekillerde gerçekleştiği gibi, kalitesiz oyuncu sayısının ve tüketime yönelik oyunların artması gibi olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte kaçınılmaz olarak oyun ve oyuncu kültürü de değişmiştir. Dijital oyun sektöründe yayıncılığın ve e-sporun ortaya çıkması ile oyun kültürü, yayıncıların ve başarılı oyuncuların yapıp ettiklerinden etkilenmeye başlamıştır. Yapılan kalitesiz yayınları, içi boş ve küfürlü oyun içeriklerini izleyen kişiler, doğal olarak oyunların kötü olduğu fikrine kapılmaktadır. Ancak dikkatle bakıldığında söz konusu olumsuzlukların oyunlardan değil, oyun oynayan bazı kişilerden kaynaklandığı görülecektir. Esas nedeni ne olursa olsun yeni olana, yani dijital oyunlara yönelik bu olumsuz bakış açısı, oyun kültürünün gelişmesini yavaşlatmakta ve dijital oyunların olumlu yönlerinden faydalanılmasını engellemektedir. Bu bakış açısının gölgesinde üretilen içerikler ise, bir döngüye sebep olacak şekilde söz konusu bakış açısını beslemektedir (Tinç, 2020, s. 70-71).

Dijital teknolojilerden önceki tavla, satranç gibi masa oyunları, siyasi otorite elde etmek amacıyla gerçekleştirilen arena oyunları ve benzerleri haricindeki oyunlar çoğunlukla çocuklara atfedilirken; dijital teknolojilerle birlikte tüm yaş gruplarına hitap etmeye başlamıştır (Sayın, 2016, s. 88-89; Sarı ve Öncel, 2019, s. 11). Özellikle internet ve mobil teknolojilerin gelişmesiyle birlikte oyuncuların sayısı artmış, her yaştan birey dijital oyun oynar hale gelmiştir (Dijital Oyunlar Raporu, 2019, s. 8; Tinç, 2020, s. 69). Yaşanan Covid-19 salgını ile dijital oyunlara olan ilgi daha da artmış, günlük rutinleri değişen bireyler sosyalleşmek, keyifli zaman geçirmek, sıkıntı ve sitresten uzaklaşmak gibi amaçlarla dijital oyunlara yönelmişlerdir (İnce, 2021, s. 477). Böylece dijital oyunların etki alanı da genişlemiştir.

Gün geçtikçe sanalın ötesine geçen dijital oyunlar, sınırları aşarak gerçek dünyaya daha fazla etki etmektedir. Sanal dünya gerçek olanı, gerçek olan da sanal dünyayı şekillendirmektedir. Zira dijital oyunlar oyunculara, oyun standartlarının dışında ikinci bir yaşam sunmaktadır (Sucu, 2014, s. 171) ve bu dijital yaşamda gerçekleşenler, olumlu veya olumsuz bir şekilde gerçek yaşama yansımaktadır. Söz konusu yansımaları tek başlık altında toplayarak değerlendirmek mümkün değildir. Çünkü daha önce de ifade edildiği üzere dijital oyunlar, farklı bakış açılarıyla farklı başlıklar altında değerlendirilmektedir. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde dijital

oyunların etkilerinin çoğunlukla eğitim, ticaret, toplum, psikoloji, kültür ve sağlık açısından değerlendirildiği, dijital oyunlarda iletişimin ise özellikle Türkiye’de yeni bir konu olduğu görülmektedir.

Dijital oyunların yapısına bakıldığında, genel olarak rekabet ve/veya kazanma duygusu üzerine odaklanıldığı görülmektedir. Tek kişilik oyunlarda seviye/bölüm geçmek, bir yapay zekâ olan rakip karakteri yenmek gibi mücadeleler söz konusu iken; çok oyunculu oyunlarda en yüksek seviyeye ulaşmak, birinci olmak, hayatta kalan son kişi olmak, en yüksek puanı elde etmek gibi mücadeleler söz konusu olmaktadır. Dijital oyunların sahip olduğu bu kurgusal yapı ile oyunculara mücadele etme, kazanma, rakiplere karşı üstün olma, en iyi olma gibi duygu ve arzular aşılanmaktadır. Bireyin sosyal hayatındaki tutum ve davranışlarında etkili olabilecek olan bu duygu ve arzulardan, oyuncuların oyunlarda daha fazla zaman geçirmelerini sağlamak, oyun içi para birimi ya da gerçek para ile oyunda güçlü olmalarını sağlayacak oyun ürünlerini satın almalarını sağlamak gibi ticari amaçlar doğrultusunda yararlanılabilmektedir. Bunun yanı sıra oyunlarda çok zaman geçirerek yeteneklerini geliştiren oyuncular, dereceye girenlere para ödülü ve/veya plaket verilen dijital oyun turnuvalarında maddi-manevi kazanç elde ederek başarılı olmanın verdiği hazzı yaşayabilmektedir. Yani dijital oyunlar insan yaşamı üzerinde, maddi kazanç elde etme ve kendini gerçekleştirerek hayat doyumunu sağlama açısından da etkili olmaktadır.

Pehlivan’a (2005) göre oyun, oyuncunun, özellikle de çocukların güvenlik sınırları içinde risk almasını sağlamaktadır. Kötü içeriklerden arındırılmış, sınırları belirli olan dijital oyunlarda vakit geçiren oyuncu, birtakım tecrübeler edinmekte ve bu sayede çeşitli kazanımlar elde etmektedir (s. 14). Oyuncu, oyun oynarken karşılaştığı seçenekler arasında karar vermekte, çevresini tanımakta, merak duygusunu tatmin etmekte, karşılaştığı problemleri çözmeye çalışarak problem çözme becerisinin kazanılması gibi zihinsel ve oyun esnasında kasların çeşitli şekillerde hareket ettirilerek enerji harcanması gibi biyolojik gelişimler göstermektedir (Horzum, 2011, s. 58).

FAS’a (2006) göre ise dijital oyun oynayarak bireyler, teoride öğrendikleri ile uygulama arasında bağ kurabilmekte, görev bilinci kazanmakta, başarısızlıktan sonra

bile motivasyon ve hedef yönetimi yapabilmekte, ipucu yakalama ve saklama becerileri gelişmekte ve böylece öğrenme yoluyla ilerleme kaydetmekte, öğrenmeyi kişiselleştirmekte ve sabır göstermeyi öğrenmektedir (s. 5). Genel olarak oyunların ilerleme kaydettikçe zorlaşan yapıları sayesinde oyuncular, başarılı oluncaya kadar çalışarak devam etme azmi gösterebilmekte, daha fazla odaklanmayı, daha dikkatli davranmayı, daha hızlı karar vermeyi ve hareket etmeyi öğrenmektedir (Sayın, 2016, s. 93). Bunlara ek olarak dijital oyunlar, el-göz koordinasyonu, anında duygusal geri besleme, normal zamanın aktif kullanımı, bir evrenin tanrısal kontrolü, karmaşık kalıpların ve seçimlerin algılanması, temsili şiddetin manipülasyonu gibi birtakım yeni yetenekleri de ortaya çıkarmaktadır (Real, 1996, s. 79).

Dijital oyunlarla el-göz koordinasyonunu geliştiren bireylerin bilgisayar, telefon, konsol ya da diğer cihazları daha aktif ve bilinçli bir şekilde kullandıkları söylenebilir. Çünkü oyunlarda başarı elde etmek isteyen oyuncu, oyun kumandasını kullanma konusunda pratik yaparak kendisini geliştirmekte ve bu gelişim sonucunda kazanılan beceri, kendisini teknolojik cihazların günlük kullanımı noktasında da göstermektedir.

Son yıllarda her ne kadar Türkçe dublajlı ve/veya altyazılı oyunlar ve oyunlara yapılan Türkçe yamaların sayısı artsa da dijital oyunlar genellikle İngilizce olarak hazırlanmaktadır. Oyunu başlatabilmek, oyunun hikâyesini takip edebilmek ve teknik ayarlarını yapabilmek için menü içinde gezinmek isteyen her oyuncunun az veya çok yabancı dil bilmesi gerekmektedir. Yabancı dil bilme bile oyuncu, bunları yaparken yabancı dile aşinalık kazandığı gibi, çevrim içi oyunlarda karşılaştığı yabancı oyuncularla iletişim kurması halinde de yabancı dilini geliştirebilme imkânı bulmaktadır.

Dijital oyunların yabancı dil öğrenimi açısından faydalı mı yoksa zararlı mı olduğuna dair yapılmış çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan bir tanesi de Mark Peterson'ın (2012, s. 90) yaptığı "Çok oyunculu çevrim içi rol yapma oyununda dil öğrencisi etkileşimi" adlı çalışmasıdır. Peterson bu çalışmasında, MMORPG oyunlarındaki etkileşimin orta düzeyde yabancı dil öğrenenler için ilgi çekici olduğu ve potansiyel olarak yararlı bir ortama erişimi sağladığı sonuçlarına ulaşmıştır.

Bir karakterin başından geçen olayların oynandığı rol yapma oyunlarında ya da temsili karakterlerle oynanan çevrim içi oyunlarda oyuncular, problemlerini ve düşüncelerini sanal karakterlerin kişiliğinde dile getirme ve böylece rahatlama olanağı bulmaktadır. Rol yaparak ayrıca, başkaları gibi duymakta, düşünmekte, hareket etmekte ve bu yolla farklı kişileri gerçek yaşam koşullarında anlama, yani empati kurma olanağı bulmaktadır (Aktaran: Pehlivan, 1997, s. 16). Buradan hareketle dijital oyunların ticaret, öğrenme ve kişisel gelişim konularında olduğu gibi, kişilerin kendilerini rahatlamış hissetmelerinde ve sosyal beceriler kazanmalarında da etkili olduğu söylenebilir.

McLuhan'ın (1994, s. xi) “Araçlarımızı şekillendiririz ve daha sonra araçlarımız bizi şekillendirir.” ifadesine uygun şekilde oyun tasarım öğelerinin, kullanıcı motivasyonunu artırarak istendik sonuçlar elde etmek için oyun dışı bağlamlarda kullanılması olarak tanımlanan “oyunlaştırma” yöntemi de, bir etki oluşturabilmek amacıyla kullanılmaktadır. Dijital oyunlardan esinlenilerek ortaya konulmasının yanı sıra geleneksel oyunlardan da izler taşıyan oyunlaştırma yöntemi (Deterding vd., 2011b, s. 10-11), oyunu çekici ve keyifli kılan unsurlarla birlikte rekabet duygusu ortaya çıkarılarak eğitim, sağlık, iş dünyası, sosyal ağlar, çevre koruma ve benzeri çeşitli alanlarda kullanılmaktadır (Aktaran: Tinç, 2020, s. 65-66). Öyle ki sağlık kurumları hastaların motivasyonunu artırmak ve tedavi sürecinden keyif almalarını sağlamak, eğitim kurumları ise öğrenme süreçlerini keyifli hale getirerek öğrenmeyi pekiştirmek için oyunlaştırma yöntemine başvurmaktadır. Örneğin önemli bir gelişme göstererek ön plana çıkan VR oyunları, yükseklik, yüzme, trafik, örümcek korkusu gibi fobileri olan hastaları tedavi etmek için kullanılmaktadır. Benzer şekilde pilotluk eğitimlerinde, okullardaki kimya deneylerinde, yabancı dil eğitimlerinde ve benzeri birçok eğitim-öğretim amaçlı derslerde oyunlaştırma yönteminden yararlanılmaktadır.

Oyunlaştırma yönteminden bahsedildiğinde akla, kötü etkileri olduğu düşünülen oyunlar temelinde şekillenen bir yönteme, iyi sonuçlar elde etmek için neden başvurulduğu sorusu gelmektedir. Bu soru üzerine biraz düşününce, oyunların ilgi çekici olduğu ve doğru şekilde kullanılmaları halinde olumlu etkiler oluşturacakları sonucuna ulaşılmaktadır. Öyle ki oyunlaştırma yönteminin varlığı ve oyunların hem

olumlu hem de olumsuz etkilerinin olduğuna dair sunulan bilgiler, bu görüşü destekler niteliktedir.

Dijital oyunlar, özellikle topluma kazandırılmaları bakımından dezavantajlı olan engelli bireylerin eğitiminde de önemli katkılar sunmaktadır. Engelli bireyler oyun sayesinde iletişim kurmak, etkileşimde bulunmak, arkadaşlık bağlarını geliştirmek ve grup halinde çalışmak gibi sosyal becerilerle birlikte belirli kavram ve zihinsel maharetleri de öğrenebilmektedir (Sevinç, 2009, s. 236).

Aktarılan bilgiler ışığında, Binark'ın (2014) da ifade ettiği üzere farklı oyun oynama pratiklerine ve oyun türlerindeki çeşitliliğe bakarak oyun endüstrisinin, çağımızın en önemli yaratıcı endüstri alanlarından bir tanesi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Zira farklı disiplinlerin inceleme alanı içerisine giren dijital oyunlar, hayatın hemen hemen tüm alanlarında yer almakta ve bu alanlarda önemli etkilere sahip olmaktadır.

Dijital oyunların uzun süre oynanması halinde, belirtilen olumlu etkilerinin aksine birtakım olumsuz sonuçlara neden olan bağımlılık hali ortaya çıkabilmektedir. Griffiths, dijital oyunlarda bağımlılığa ilişkin yapılan çalışmaları inceleyerek konunun özeti niteliğindeki “Çevrim içi oyun bağımlılığına genel bakış” isimli çalışmasını ortaya koymuştur (2014). Çalışmasında, oyun bağımlılığının var olup olmaması ve “bağımlılık” teriminin söz konusu durum için en uygun ifade olup olmaması konusunda fikir birliği eksikliği söz konusu olduğu için, bazı araştırmacıların dijital oyunların zararlı kullanımını belirtmek için “bağımlılık”tan ziyade “aşırı” veya “sorunlu” ifadelerini kullandıklarını belirtmiştir. Sorunlu/aşırı oyun oynama ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, sorunlu oyun oynama konusunda daha fazla risk altında olduklarının düşünülmesi nedeniyle yapılan çalışmalarda ergen erkeklere ve genç yetişkin erkeklere odaklanıldığı görülmektedir. Ancak bu sorunların seyri ve ciddiyeti tam olarak bilinmemektedir (King vd., 2012, s. 45). Yine de aşırı oyun oynama durumunun, bir bağımlılık olarak nitelendirilip nitelendirilmemesine bakılmaksızın psikososyal durumlar da dâhil olmak üzere birey ve toplum üzerinde olumsuz sonuçlara sebep olabileceğine dair çeşitli çalışmalar bulunmaktadır.

Kuss ve Griffiths (2012, s. 288) bu çalışmaları özetleyerek (1) işten, eğitimden, hobilerden, sosyalleşmeden, partnerle/aileyle zaman geçirmekten ve uykudan vazgeçme, (2) yüksek stres, (3) gerçek dünya ilişkilerinin yokluğu, (4) düşük psikososyal iyi oluş ve yalnızlık, (5) daha zayıf sosyal beceriler, (6) akademik başarıda azalma, (7) artan dikkatsizlik, (8) saldırgan/muhalif davranış ve düşmanlık, (9) uyumsuz başa çıkma, (10) sözel bellek performansında azalma, (11) idrak etmede uyumsuzluk, (12) intihar düşüncesinde artış gibi olumsuz sonuçların söz konusu olduğunu ve bu listenin uzayabileceğini belirtmiştir. Zira bu sonuçlara obsesif davranışlar, makineleşme ve kişilik değişimleri, duyguların azalması, hiperaktivite, öğrenme bozuklukları, çocukların erken olgunlaşması, psikomotor bozukluklar, etkinlik ve hareket eksikliğinden kaynaklı obezite ve görme kaybı gibi sağlık problemleri, özgür düşünce ve istek kaybı, kaygı düzeyinin artması, gerçeklerden ve hayattan kaçma isteği, hayal ve gerçek arasında karmaşa yaşama gibi birçok olumsuz fiziksel ve psikolojik durum eklenebilmektedir (Aktaran: Horzum vd., 2008, s. 77-78).

Ancak söz konusu olumsuz sonuçların sadece aşırı şekilde dijital oyun oynanması halinde ortaya çıktığı net olarak söylenemez. Zira aşırı dijital oyun oynama durumunu değerlendirmek için kullanılan kriterler tutarsız ve standartlaştırılmamıştır. Ayrıca araştırmacılar çalışmalarını, örnekleme kendi kendilerine dâhil olan bireylere aşırı güven duyarak ve ergen yaştaki erkeklerin oyun bağımlısı olacakları gibi ciddi örnekleme ön yargılarıyla gerçekleştirmektedir (Griffiths, 2014, s. 198). Ayrıca ne kadar dijital oyun oynamanın aşırı olarak ifade edileceği noktasında da tutarsızlıklar söz konusudur. Örneğin Quandt ve arkadaşları (2011, s. 419) günde 3 saatten fazla (haftada en az 21 saat) oyun oynamayı aşırı olarak nitelerken; Hussain ve Griffiths (2009, s. 567) haftada 35 saat oyun oynamanın aşırı olacağını belirtmiştir. Günümüzde dijital oyun oynayarak para kazanan yayıncıların, e-spor oyuncularının, oyun turnuvalarına katılanların ve oyun içi eşya ticareti yapanların varlığı dikkate alındığında 35 saat oyun oynamanın gayet normal olduğu söylenebilir. Ancak, bir doktor ya da yoğun bir eğitim hayatı olan öğrenci için 35 saatin aşırı olacağı söylenebilir. Yani, sadece oyun oynama süresi dikkate alınarak oyun bağımlılığının ne olduğuna dair bir tanım belirlenemez. Bu nedenle oyun bağımlılarını, oyun oynama süresine ek olarak oyuncuların oyunla etkileşimine, oyunun günlük yaşam ile

entegrasyonuna ve oyuncuların sosyal çevresine göre ayırt etmek daha doğru olacaktır (Domahidi ve Quandt, 2014, s. 210).

Van Rooij ve arkadaşları (2014, s. 213-225) Domahidi ve Quandt'ın önerisiyle uyumlu şekilde psikososyal sorunlar ile oyun bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin çevrim içi ve gerçek hayattaki arkadaşlıkların kalitesiyle olası kontrolünü araştırmışlardır. Yaptıkları çalışmada oyun bağımlılığı ile düşük psikososyal sağlık arasındaki ilişkinin, yüksek kaliteli çevrim içi ve çevrim dışı arkadaşlıkları olanlar için daha zayıf olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu bulgular, çevrim içi ve gerçek dünyadaki arkadaşlıkların kalitesi gibi çeşitli etkenlerin, oyun bağımlılığı ile ilgili sorunların ciddiyetinde rol oynadığını göstermektedir.

Şiddet içeren dijital oyunların sosyal olarak kabul edilemeyecek saldırgan davranışlara sebep olup olmaması durumu, yoğun bir şekilde araştırılan diğer bir konudur. Elson ve Breuer (2014) “İzole şiddet, izole oyuncular, izole saldırganlık” adlı çalışmalarında, dijital oyunlarda şiddet ve saldırganlığa dair yapılan çalışmaların bir özetini sunmuşlardır. Yaptıkları incelemelerde, dijital oyunlarda şiddete yönelik araştırma sonuçlarının birbirlerinden oldukça farklı olduğunu ve bu nedenle etkilerin büyüklüğünün tek başına yorumlanması ve bağlamsallaştırılmasının tartışmalı olduğunu belirtmişlerdir. Dijital oyunlar ve şiddet üzerine yapılan çalışmaların çoğunda oyunların içeriğine odaklanılırken, oyun mekaniği ve sosyal bağlam gibi diğer faktörlerin pek ilgi görmemesi, yani saldırganlığın sosyal boyutunun ihmal edilmesi dikkat çekmektedir. Ayrıca çalışmaların belirli bir kalıba göre yapılması sağlıklı verilerin elde edilmesini engellemektedir. Zira yapılan deneysel çalışmaların çoğunda katılımcılar, şiddet içeren ya da içermeyen genellikle tek oyunculu dijital oyunlar oynamakta ve ardından saldırganlık seviyelerini ölçmek üzere bir teste tabi tutulmaktadır. Ancak dijital oyunlardaki şiddeti sadece yapay zekâ ile kurulan etkileşime göre ölçmek ve elde edilen sonuçları tüm oyunlara genellemek doğru değildir. Oyunları, araştırmalardaki sosyal gerçeklik eksikliğini gidererek doğal tepkiler elde edebilmek için analizler tamamlanana kadar oyunculara bilgi vermeden, laboratuvar dışındaki doğal koşullar altında onlarla birlikte oynamak ya da oynanmasını gözlemlemek araştırmacıyı daha doğru sonuçlara ulaştıracaktır.

Kowert ve Oldmeadow (2014) ise, dijital oyunların bir diğer olumsuz etkisi olarak değerlendirilen “Dijital oyun oynayan insanlar sosyal olarak yetersiz bireylerdir.” ön yargısına ilişkin araştırmaları özetler nitelikte bir çalışma ortaya koymuştur. Yaptıkları araştırmalara göre sayısız demografik çalışma, çevrim içi oyuncuların bu olumsuz karakterizasyonlarını çürütmüş olsa da sosyal becerilerin olası kaybı veya geliştirilememesi çevrim içi oyunların en aktif olarak tartışılan sosyal etkilerinden biri olmaya devam etmektedir. Yapılan çalışmalara genel olarak bakıldığında çevrim içi oyuncuların, oyuncu olmayanlara kıyasla bir şekilde sosyal olarak farklı oldukları görülmektedir. Ancak sosyal yeterlilik ve çevrim içi oyun arasındaki ilişkinin tam olarak açıklanabilmesi için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Zira kimi dijital oyun oynayan bireyler gerçek dünyadaki arkadaşlarıyla sosyalleşmemeleri nedeniyle eleştirilirken; yayıncılar gibi kimi oyun oynayanlar, çevrim içi ortamlarda yüzlerce ve hatta binlerce insanla iletişim kurmaktadır. Yani birey, yeteri kadar yüz yüze iletişim kurmadığı için sosyal anlamda yetersiz olarak nitelendirilirken, gerçek dünyaya kıyasla sanal dünyada çok daha fazla insanla iletişim kurarak sosyalleşmektedir. Bu doğrultuda söylenebilir ki, küresel olarak sosyal açıdan yetersiz birey fikri, toplumun oluşturduğu temelsiz bir kalıp yargıdır.

Yukarıda bahsedilen ön yargıyı çürüten akademik çalışmaların bazılarında ulaşılan sonuçlar şöyledir: Bailey vd. (2006) gerçekleştirdikleri çalışmada dijital oyunların iş birliği, dayanışma ve sosyalleşme becerilerinin geliştirilmesi noktasında eğitici olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Aghabigloo ve Abbaszadeh (2013) çocukların sosyal becerileri ile bilgisayar kullanımları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında dijital oyunlar ile sosyal beceriler arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aslı İgit (2019b) doktora tezinde, örnek olarak sunduğu oyunun konusu özelinde insanların kültüre edilme, öğrenme, bilinçlenme, anlama ve anlamlandırma süreçleri içine girdiklerini ve dolayısıyla duyuşsal, bilişsel ve davranışsal empatik eğilimlerinin arttığı, olumlu yönde geliştiği veya pekiştiği sonuna ulaşmıştır. Ferahim Yeşilyurt (2014), ergenler üzerinde gerçekleştirdiği doktora çalışmasında çevrim içi oyunların hem sanal hem de gerçek dünyada ergenlerin sosyalleşmesine katkı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca dijital oyunların şiddeti

teşvik ettiği görüşüne katılmadıklarını ve oyun bağımlılığı konusunda endişe duymalarına rağmen böyle bir durumun söz konusu olmadığını ortaya koymuştur. Tülin Sepetci ise (2017b) doktora tezinde MMORPG oyunlarının bireyleri kendi aralarında örgütlenmeye, eleştirel, düşünsel, stratejik tutum ve davranışta bulunabilme yetilerini ortaya koymaya, oyun grupları içinde kurallar çerçevesinde bir arada var olmaya, kendi sosyal, kültürel ve siyasal duruşlarını göstermeye teşvik ettiği sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmada ayrıca, dijital oyunların bireyleri kendi kültürel pratiklerini geliştirmeye ve oyunlarda kurulan sanal topluluklar aracılığıyla aktif öznel olarak yeni bir direniş ve karşı hegemonya yaratmaya yönelik hareketlere dahil olmaya teşvik ettiği sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bu sonuçlara göre birey, dijital oyunlar sayesinde iletişim süreçlerinde ve toplumda daha aktif, daha sosyal bir insan olmaktadır.

Lina Eklund (2014) da ön yargıların aksine oyun oynayan bireylerin asosyal olmadıklarını, öncelikle aile, ardından arkadaşlar, internet arkadaşları ve son olarak çevrim içi ortamlarda tanışılan arkadaşlarla oyun oynayarak sosyalleştiklerini belirtmiştir. Zira dijital oyunlar bazı durumlarda aile içindeki iletişimi güçlendirerek birlikte vakit geçirmeyi kolaylaştırabilmekte ve aile üyeleri arasındaki ilişkilerin algılanan kalitesini artırabilmektedir. Ayrıca dijital oyunlar, zor zamanlarda aileleri destekleyerek “iş birliğine dayalı bir kaçış” fırsatı sunmaktadır (s. 168-169). Akkaş (2015) dijital oyun ortamlarıyla ilişkili olarak fiziksel dünyada yalnız olmanın, sosyal olarak yalnız olmak anlamına gelmediğini belirtmiştir. İnsanlar internet ortamında, mekânları ve bedenlerini aşarak yeni bir iletişim türünü ortaya koymaktadır. Gerçek dünyada yalnız olan bir kişi sanal dünyada milyonlarca hayrana ve yüzlerce arkadaşla sahip olabilmektedir. İnsanlar gerçek dünyadaki arkadaşlık ilişkilerini sanal dünyaya taşıyabildikleri gibi, yüz yüze iletişim kurmaksızın bu sanal dünyada yeni arkadaşlıklar ve ilişkiler kurabilmektedir (s. 48-49). Özetle dijital oyunlar, daha önce hiç karşılaşmadığı bir biçimde sosyal olarak etkileşimlidir. Oyuncular giderek artan bir şekilde aileleri, arkadaşları ve yabancılarla çevrim içi oyun oynamakta, geniş coğrafi mesafeleri aşmaktadır. Sanal oyun ortamlarında yalnızca kültürel sınırlar değil, aynı zamanda sosyoekonomik farklılıklar, dil engelleri, yaş ve nesil farkları da bulanıklaşmaktadır (Granic vd., 2014, s. 76).

Çeşitli olumsuz etkilerine dair yapılan çalışmalara ek olarak, dijital oyunların bazı yanlış fikirleri ve ideolojileri empoze ettiği ile ilgili tartışmalar ve çalışmalar da bulunmaktadır. Bu tartışmalardan bir tanesi de cinsiyet temsili konusudur. Bu konuda özellikle oyunlarda kadınların rolü, kadınlara karşı şiddet uygulanması ya da kadınların cinsel olarak objeleştirilmesi ile ilgili tartışmalar bulunmaktadır. Konuyla ilgili olarak “Dünyanızda yaşayın, bizimkinde oynayın: ırk, video oyunlar ve diğerlerini tüketmek” adlı çalışmasında David Leonard (2003), gerçek dünyanın aksine dijital oyunlarda bir sonuç ya da maliyet olmaksızın yasa dışı ve/veya hoş olmayan eylemlerde bulunulabildiğini belirtmekte ve bu konuda değerlendirmeler yapmaktadır. Bunlarla birlikte, ırkçı nefret suçlarını destekleyici bir şekilde içinde barındıran, diğer ülkeleri dinlerine, coğrafi konumlarına ya da kültürlerine göre olumlu ya da olumsuz olarak portrelendiren oyunlar da oyuncularına bu tür fikir ve ideolojileri aşılayabilecekleri için sosyal ve kültürel olarak olumsuz etki oluşturma potansiyeli taşımaktadır (Sayın, 2016, s. 95). Bir oyunun ne kadar olumlu ya da olumsuz etkiye sahip olduğu ise, konuya bakış açısına göre değişiklik göstermektedir. Zira dijital oyunların etkilerine ilişkin “Dijital oyunlar şiddeti özendirir.” ve “Dijital oyunlar günlük yaşamın stresinin kimseye gerçek anlamda zarar vermeden atılmasını sağlar.” ifadelerinde olduğu gibi, aynı başlıklar altında farklı bakış açılarıyla değerlendirmeler yapılabilmektedir.

Dijital oyunların etkileriyle ilişkili olarak Daphne Bavelier (2012), yaptığı “Video oyunlarında beyniniz” başlıklı konuşmasında genel bilginin hiçbir ağırlığının olmadığını, değişik dijital oyunların değişik etkilere sahip olduğunu ve bu nedenle ne tür etkilere sahip olduklarını bilebilmek için her bir oyunun tek tek analiz edilmesi gerektiğini söylemiştir. Dijital oyunların aşırı oynanması halinde kötü etkilerinin olduğu gibi, doğru dozlarda oynandığında iyi ve güçlü etkilerinin de olduğunu belirtmiştir. Ona göre, dijital oyunlar doğru dozlarda ve doğru şekillerde oynandığı takdirde bireyler üzerinde beyin pratiği, dikkat, öğrenme, gözlem yapabilme gibi birçok başlıkta olumlu etkiler bırakmaktadır. Öyle ki Bavelier, gerçekleştirdiği laboratuvar testlerine dayanarak aksiyon oyunu oynayan kişilerin, oyun oynamayan kişilere göre daha küçük detayları görebildiklerini, etraftaki objeleri daha dikkatli bir

şekilde takip edebildiklerini, birden fazla işi daha az hatayla veya hatasız bir şekilde yapabildiklerini belirtmiştir.

Kısaca, dijital oyunların literatürde ele alınan olumlu etkileri arasında; (1) eğitim materyali olarak kullanılması, (2) yabancı dil öğrenimine ve gelişimine katkı sağlaması, (3) strateji geliştirme ve hızlı karar verebilme becerisini geliştirmesi, (4) el-göz-zihin koordinasyonunu sağlamaya katkı sunması, (5) motor becerilerin gelişimine katkı sağlaması, (6) motivasyon ve serbest zaman aracı olarak kullanılması, (7) fizyolojik kekemelik, sosyal fobi gibi tıbbi hastalıklarda tedavi ve terapi amaçlı kullanılması, (8) teknolojik bilgi ve becerinin artmasını sağlaması gibi unsurlar yer almaktadır (Bayrak, 2017, s. 13-14).

Dijital oyunların olumsuz etkileri arasında ise; (1) dil gelişiminde aksamalara ve gelişim geriliğine, (2) zaman israfına ve erteleme davranışının yerleşmesine, (3) duygu kontrollerinde zorluk yaşama ve kişilik bozukluklarına sebep olması, (4) asosyalleşme ve aile içi iletişimi azaltması, (5) sanal ile gerçeklik arasındaki farkı ayırt etmede güçlük yaşanmasına, (6) şiddet içerikleri sebebiyle saldırgan duygu, düşünce ve davranışların gelişmesine sebep olması, (7) ders çalışma, kitap okuma ve fiziksel aktivitelere katılma zamanlarını azaltması sebebiyle akademik ve kişisel başarıyı olumsuz etkilemesi, (8) bağımlılık, obezite, karpantanıl sendromu, dikkat bozukluğu gibi sağlık problemlerine sebep olması, (9) kötü dil gelişimi ve (10) çocukların çevrim içi tehditlere açık hâle gelmesi yer almaktadır (Bayrak, 2017, s. 13-14).

Genel olarak oyun kuramları ve dijital oyunların etkilerine dair yapılan çalışmalara bakıldığında, aynı konularda bile zıt doğrultularda, çeşitli değerlendirmelerin yapıldığı görülmektedir. Örneğin Haichun Sun (2013, s. 138) ve Amanda J. Daley (2009, s. 768) dijital oyun oynamanın fiziksel hareketsizlik nedeniyle obeziteye sebep olacağını belirtirken; Graves ve arkadaşları (2008) yaptıkları çalışma sonucunda tenis, bowling veya boks gibi konsol oyunları oynayan çocukların, oyun oynamayan kontrol grubundaki çocuklara göre önemli ölçüde daha fazla enerji harcadığını ortaya koymuştur. Buradan hareketle temel olarak dijital oyunların faydalı mı yoksa zararlı mı olduğunun sadece dijital oyunun yapısı ve içeriğine değil, aynı zamanda o oyunu oynayan oyuncunun düşünce yapısı, tutumları, davranışları, zaafı

ve ihmalleriyle birlikte içinde bulunulan sosyal yapıya ve araştırmacının konuyu ele alış biçimine de bağlı olduğu söylenebilir. Sonuç olarak dijital oyunlar tüm olumlu, olumsuz etki ve yönleri göz önünde bulundurularak, olumlu sonuçlar elde etmek için kullanılmalıdır. Zira değer verilsin veya verilmesin, güçlü etkileri olduğu düşünölsün veya düşünölmesin dijital oyunlar, bireysel ve toplumsal hayatta geniş bir yere sahiptir.

Gelişimin bütönsel seyreden bir olgu olmasından hareketle dijital oyunların, gelişimi bütönlüyle etkilediğı söylenebilir. Öyle ki dijital oyunların bilişsel süreçlere, yeteneklere ya da duyuşsal, sosyal ve fiziksel herhangi bir gelişim sürecine etkisinin, diğör gelişim aşamalarını etkilediğini ve şekillendirdiğini ifade etmek de mümkündür (İğit, 2019a, s. 44). Kişinin sosyal uyarıcılara, özellikle grup yaşantısının getirdiğı zorunluluklara karşı duyarlılık geliştirmesi, kendi grubu ya da költürü içinde yaşayanlar gibi davranmayı öğrenmesi anlamına gelen ve yaşam boyu devam eden bir süreç olan sosyal gelişim (Aktaran: Cirhinlioğılu, 2010, s. 123), tezin odak noktası olan iletişim açısından daha ön planda çıkmaktadır. Çünkü sosyal gelişim, iletişimi gerektirmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM: DİJİTAL OYUNLARDA İLETİŞİM

2.1. İletişim

İletişim en az iki birimin olduğu her yer ve durumda kaçınılmaz bir şekilde ortaya çıkmaktadır. İletişim evde, işte, okulda, sokakta hayatın her yerindedir. İletişim sayesinde birtakım anlamlar iletişimin hedef kişi ya da kişilerine iletilir ve onların ilettikleri algılanarak duygu, düşünce ve davranışlar yönlendirilir. Herhangi bir anlam aktarımında bulunmak istemeyerek sessiz kalmak bile bir anlam ifade etmektedir. Çünkü sessizlik, hareketsizlik ve tepki vermemek de bir anlam ifade etmektedir. Öyle ki sessizlik, kırgınlık, algılamamak, dikkate almamak gibi çeşitli anlamlara gelebilmektedir. Paul Watzlawick ve arkadaşları (1967, s. 50) bu durumu “davranış”ın karşıtının bulunmaması, başka bir ifadeyle “hiçbir şey yapmama”nın dahi bir davranış olduğu şeklinde ifade etmiştir. Dolayısıyla davranışın olduğu yerde iletişim de kaçınılmaz bir şekilde var olmaktadır.

İletişimin ne olduğuna dair çok sayıda kişi tarafından çok sayıda tanım yapılmıştır. İrfan Erdoğan (2011, s. 37), “İletişim nedir?” sorusuna bir veya birkaç cümlelik paragrafla asla yanıt verilemeyeceğini, çünkü iletişimin insan faaliyetiyle iç içe özelliklere sahip olduğunu, insanın kendisini maddi ve düşünsel olarak yeniden üretmesini içerdiğini ve farklı disiplinler tarafından ele alınan geniş bir kapsama sahip olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle herkes tarafından kabul edilmiş tek bir iletişim tanımına henüz ulaşamamıştır. Ancak yapılan tanımlar incelendiğinde belirli birkaç anahtar kavram üzerinde durulduğu görülmektedir. Yapılan bu tanımlarından bazıları şunlardır:

- İletişim, iletiler aracılığı ile toplumsal etkileşim biçimidir (Fiske, 2003, s. 16).
- İletişim, bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma sürecidir (Dökmen, 2005, s. 19).
- İletişim, iki birim arasında birbiriyle ilişkili mesaj alışverişidir (Cüceloğlu, 2013, s. 68).
- İletişim, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyondur (TDK, 2021).

Yukarıda verilen iletişim tanımı örneklerini artırmak mümkündür. Ancak net bir tanım ortaya koymaya çabalamak yerine, yapılan tanımlarda üzerinde durulan anahtar kavram ve noktaları ele almak daha faydalı olacaktır. Zira yazılı kaynakların taranması yöntemiyle yapılan bir araştırmada iletişim sözcüğünün 4560 farklı kullanımı derlenmiş ve iletişim sürecinin ayrı ayrı ögelerini vurgulayan 15 anlamı belirlenmiştir. Bu anlamlar aşağıdaki gibidir (Aktaran: Zıllıoğlu, 2003, s. 4-5; Fidan, 2009, s. 21):

- Düşüncenin sözel olarak (konuşma ile) karşılıklı değiş tokuşu. (Simge, konuşma dili)
- İki kişinin birbirini anlaması, insanın karşısındakine kendisini anlatabilmesi. (Anlama, mesajın alınması)
- Organizma düzeyinde bile olsa ortak davranışa olanak veren etkileşim. (Karşılıklı etki, ilişki)
- Bireyde benlikle ilgili olarak belirsizliğin azaltılması. (Belirsizliğin aza indirgenmesi)
- Duyguların, düşüncelerin, bilgi ve becerilerin aktarılma süreci. (Süreç)
- Bir kişi ya da bir şeyin başka bir kişiye/şeye içinden aktarımla, değiş tokuşla dönüşme, değişme süreci. (Aktarım, değişim)
- Yaşayan bir evrenin parçalarının ilişkilenebilmesi, bağlantılarının kurulması süreci. (Bağlanma, birleştirme)
- Bir kişinin tekelinde olanın başkalarıyla paylaşılması, başkalarına da aktarılması süreci. (Ortaklık)
- Askeri dilde iletinin (komutun) gönderilmesi ile ilgili araç, usul ve teknikler. (Kanal)
- İletiyi alanın belleğinin, iletiyi gönderenin beklentisine uygun yanıt verecek biçimde uyarılması. (Bellek, depolama)
- Organizmanın ortamdaki uyarıya verdiği fark edilir yanıt, ortamdaki değişime uyarlanma yanıtı; bu yanıtla diğerini etkileme. (Ayrımcı, tepki)
- Kaynaktan çıktıktan sonra iletiyi alan için bir uyaran olan davranış. (Uyarıcı)
- Kaynağın karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranış. (Amaç)
- Belli bir konumdan, yapıdan diğerine geçiş süreci. (Zaman ve durum)
- Güç (iktidar) kaynağı olarak kullanılan mekanizma. (Güç)

Yapılan iletişim tanımlarını ve verilen 15 anlamı özetlemek gerekirse iletişim, iki birim arasında bir süreç ve bağlam kapsamında gerçekleştirilen karşılıklı anlam aktarımıdır. Bu aktarım bilgi almak ve göndermek, eğlenmek, kendini ifade etmek, başkaları tarafından dinlenilmek, değer ve kabul görmek, gereksinimleri gidermek, paylaşmak, egemenlik kurmak, ikna etmek gibi çeşitli neden ve amaçlarla gerçekleştirilmektedir. Doğası gereği sosyalleşmek isteyen insan için özel amaçları ne olursa olsun, iletişimin temel amaçları çevre üzerinde etkin olmak, bilgi, tutum ve davranış geliştirmek, var olan bilgi, tutum ve davranışları değiştirmektir (Zıllıoğlu, 2003, s. 13).

2.2. İletişim Süreci ve Öğeleri

İletişim, kaynak ve hedef(ler) arasındaki etkileşim sayesinde döngüsel olarak devamlılığını sürdürmektedir. Bu döngüsel süreci ele almadan önce, sürecin öğelerinden bahsetmek daha doğru olacaktır. Konuyla alakalı literatür incelendiğinde birçok kaynakta iletişimin kaynak, mesaj, kanal ve alıcı olmak üzere dört temel ögesi olduğu ifadesine rastlanılmaktadır. İrfan Erdoğan (2011, s. 64) ise bu öğeleri detaylandırarak gönderen (kaynak), kod, sinyal, mesaj, kanal, araç, gürültü, alıcı, bağlam (çevre, ortam, konum), geri-bildirim (dönüt) ve uyaran şeklinde sunmuştur. Bu öğeler aşağıda, farklı yazarların açıklamalarından da yararlanılarak açıklanmıştır:

Kaynak/Gönderen: İletişimi başlatandır. Kaynak bir birey olabileceği gibi bir grup, kurum, kuruluş, toplum (Fidan, 2009, s. 36) ve hatta günümüz teknolojisinde bir cihaz da olabilmektedir.

Sinyal: Kaynak tarafından gerçekleştirilen kelime, davranış veya bu kelime ve davranışın biçim ve yapısıdır (Erdoğan, 2011, s. 64).

Mesaj/İleti: Bir alıcı için uyaran olarak işlev gören bir sinyal ya da sinyaller birleşimi, iletişim sürecinde iletilen şeydir (Mutlu, 1998, s. 245). Başka bir deyişle mesaj, sinyal ile birlikte ortaya çıkan istek, duygu, düşünce, rica, emir veya tutum ifadesidir (Erdoğan, 2011, s. 64). Mesaj, alıcı tarafından kabul edilmesi için teşvik ve motive edici özellikler içermelidir. Yani alıcının fizyolojik dürtülerine hitap etmeli, eğitim düzeyi, mesleği, cinsiyeti, yaşı, ilgi ve alışkanlıklarına yönelik olmalıdır (Gürüz ve Eğinli, 2010, s. 160).

Kanal: Kaynak ile alıcı arasında yer alan ve kod haline dönüşmüş mesajın gönderilmesine olanak sağlayan yola kanal denir (Cüceloğlu, 2013, s. 73). Başka bir deyişle kanal, sinyallerin aktarıldığı yoldur. Temel olarak kanallar: ışık, ses dalgaları, radyo dalgaları, telefon kabloları ve benzerleridir (Fiske, 2003, s. 35). Bazı kaynaklarda kanalın, araçla aynı anlama geldiği ifade edilmektedir. Ancak detaylı olarak bakıldığında iki kelimenin birbirleriyle ilişkili, farklı tanımları olduğu görülecektir.

Araç: İletiyi kanal aracılığıyla aktarılabilecek bir sinyale dönüştüren teknik ya da fiziksel bir nesnedir (Fiske, 2003, s. 35). Bu tanımdan hareketle denilebilir ki iletişim aracı, içinde iletişim kanal veya kanallarını barındırır ve iletilerin bu kanallar ile aktarılmasını sağlar. Örnek vermek gerekirse radyo, televizyon, broşür, telefon, gazete, vücut dili vb. birer iletişim aracıdır.

Kod: İnsanların anlamlı mesajları değiş tokuş etmeleri için sisteme aşına olmalarına olanak verecek şekilde düzenlenmiş, belli bir kültürel mutabakata dayalı göstergeler ve anlam sistemidir (Mutlu, 1998, s. 217). Başka bir deyişle mesajın işaret haline dönüşmesinde kullanılan simgeler ve bunlar arasındaki ilişkileri düzenleyen kuralların tümüdür (Cüceloğlu, 2013, s. 76).

Gürültü: Gürültü kavramı, Shannon ve Weaver'ın ortaya koyduğu matematiksel iletişim kuramında, iletişim sürecinin işleyişi açısından önemli bir yere sahiptir. İletişim sürecinde bilgi kaynağının gönderdiği mesaj ile alıcıya ulaşan mesaj arasında bir fark varsa, bunu oluşturan faktöre gürültü denir. Başka bir deyişle mesajın doğru bir şekilde iletilmesini engelleyen her şey gürültü niteliği taşımaktadır (Shannon, 1948, s. 2; Weaver, 1949, s. 12-13). Gürültü, iletişimin temel öğeleri olan kaynak, ileti, kanal ve hedef öğelerinin her birinden kaynaklanabileceği gibi iletişimin gerçekleştiği bağlamda da ortaya çıkabilmektedir. İletişim sürecindeki gürültü ne kadar fazla ise o kadar çok bilgi kaybedilecek, artık bilgiye, yani mesajın tekrarlanmasına olan ihtiyaç ve yanlış anlaşılmalara artacaktır. İletişim sürecindeki gürültü ilk akla geldiği gibi sadece yüksek ses veya telefon hattındaki kopma gibi bir sorun değildir. Zira gürültü sadece, sinyal ya da mesajın iletimine müdahale eden fiziksel ya da görme, işitme kaybı, zihinsel engeller, konuşma bozuklukları, açlık,

yorgunluk gibi nöro-fizyolojik gürültüden oluşmaz. Mesajın alım ve işleme süreçlerinde bozulmalara yol açan ön yargılar, seçici algılama, şiddetli heyecan, sevinç, korku gibi psikolojik gürültü ve göndericinin amaçladığı anlamları, farklı dillerin konuşulması gibi nedenlerle alıcının anlayamaması durumunda söz konusu olan anlamsal gürültü de söz konusu olabilmektedir (Dökmen, 2005, s. 322; Mutlu, 1998, s. 149-150; Özçetin, 2018, s. 139; Güz, 1998, s. 135-136).

Alıcı: Mesajları iletişim hedef(ler)ine ulaştıran duyular gibi yapılar olarak da adlandırılan iletişim sürecinin alıcıları (Dökmen, 2005, s. 321), süreci karmaşıklaştıran bu detaycılığın aksine, genellikle iletişim sürecinde mesajın doğrudan ulaşması amaçlanan kişi, grup ya da kitle olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 1998, s. 154).

Geri-Bildirim: İletişim sürecinde, özellikle de kişiler arası iletişim sürecinde mesaj, kaynak açısından çıktı, alıcı açısından ise girdi olarak düşünülebilir. Mesajı alan kişi, bu mesajı kod açma ve yorumlama süreçleri yoluyla anlamlandırmakta ve buna cevap olarak iletişimi başlatan kişiye bir mesaj göndermektedir. Bu mesaj iletişim sürecini başlatan kişi açısından hem bir girdi hem de bir geri bildirim niteliği taşımaktadır. Yani geri bildirim, alıcının algıladığı ve yorumladığı iletilere sözlü veya sözsüz herhangi bir yolla tepki verme sürecidir. Bu süreç sayesinde kaynak, alıcının gönderilen mesajı doğru algılayıp algılamadığı, algılamışsa tepkisinin ne olduğu hakkında bilgi temin etmektedir. Elde edilen bu bilgi doğrultusunda iletişim süreci etkilenmekte ve yönlendirilmektedir (Kaya, 2010, s. 10-11; Güz, 1998, s. 137; Gökçe, 2010, s. 60). Geri bildirim ile hedef, kaynağa dönüşmekte ve iletişim süreci son bulana dek mesaj alışverişi, kaynaktan hedefe, hedeften kaynağa şeklinde döngüsel olarak devam etmektedir.

Bağlam: Her iletişim bir bağlam/ortam içinde gerçekleşmektedir. Bu bağlam sahip olduğu psikolojik ve fiziksel özellikleri ile iletişimin gerçekleşme şeklini ve iletinin nasıl yorumlanacağını etkilemektedir. İletişimin gerçekleştiği bağlamın birtakım sosyal ve fiziksel özellikleri olduğu gibi, bu süreçte bulunan iletişim taraflarına bağlı yaş, cinsiyet, sosyal statü, giyim, konuşma biçimi gibi özellikleri de bulunmaktadır. Yüz yüze iletişimde söz konusu süreç, daha çok ortamdaki kişiler, gürültü, sıcaklık, alanın boyutu, iletişime dâhil olanların beklentileri, yaşanan olayın

anlık olarak verdiği heyecan duygusu gibi daha yakın denilebilecek bağlamın ve bu bağlam unsurlarının sosyal ve fiziksel özellikleri doğrultusunda şekillenmektedir (Cüceloğlu, 2013, s. 76). Ancak kitlesel bir bağlam olma niteliği taşıyan sanal dünyada gerçekleşen iletişimde fiziksel özellikler, sanal dünyaya bağlanabilmeyi sağlayan teknolojik cihazlar ve uzantılarının özellikleri şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu sanal bağlamda iletişimin sosyal boyutu ve iletişim sürecine katılan taraflara bağlı özellikler çok daha çeşitli, mesajların netliği ve güvenilirliği ise daha belirsiz bir hal almaktadır. Çok daha geniş kitlelerin yer alabildiği bu iletişim bağlamında, yüz yüze iletişim sürecinin aksine ileti aktarım biçim ve süreci farklılaşmaktadır. Dijital bağlamlarda iletiler doğrudan alıcısına iletilebildiği gibi, büyüklüğü net olarak bilinemeyen geniş kitlelere de iletilebilmektedir. Ayrıca iletişim sürecinin kaynağı, yüz yüze iletişimin aksine gerçek kimliğini bir kullanıcı adı, sahte bir isim ve/veya kendisine ait olmayan bir fotoğraf ile gizleyebilmektedir. Bu durum bir zorunluluk değil, tercihtir. Yani birey, çevrim dışı kimliğini gizlemeden ya da değiştirmeden çevrim içi ortamlara aktarabilmektedir.

Dijitalleşme ile ortaya çıkan iletişim bağlamlarından/ortamlarından bir tanesi olan dijital oyunlar, sahip oldukları özellikleri ve kendilerine has kültürel yapıları ile iletişim açısından incelenmesi gereken önemli bir alan olma niteliği göstermektedir. Konu bütünlüğünü sağlayabilmek için, dijital oyunların sunduğu iletişim olanaklarını ele almadan önce, içinde yer aldığı yeni iletişim ortamından ve bu ortamın yapısından bahsetmek daha doğru olacaktır.

2.3. Yeni İletişim Ortamı

Yaşanan teknolojik gelişmeler, mevcut iletişim ortamlarını dönüştürmekle birlikte birtakım yeni iletişim ortamlarını da ortaya çıkarmıştır. Yeni olarak anılmaları nedeniyle bu iletişim ortamları, tahmin edildiği gibi eski ya da geleneksel olarak adlandırılan iletişim ortamlarından bağımsız ya da zıt yönde bir yapıya sahip değildir. Aksine yeni olan, eskinin gelişim göstermesi sonucunda, onun üzerine kurulmuştur. Tarihi süreç içinde iletişim teknolojilerinin yazıdan telgraf, telefon, televizyon ve internete doğru gösterdiği sürekli gelişime bakıldığında, bu durum rahatlıkla görülebilmektedir.

Teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim ortamlarındaki değişim incelendiğinde, söz konusu değişimin iletişim araçlarında ve bu araçlardan kaynaklı olarak yaşandığı görülmektedir. Örnek vermek gerekirse televizyonla birlikte, stüdyolardan kameralara seslenilen bir iletişim ortamı ortaya çıkmıştır. Televizyon, sahip olduğu özellikler, sunduğu olanaklar ve mesajı aktarış biçimiyle yeni bir iletişim ortamını meydana getirmiştir. Televizyonla olduğu gibi, teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan her yeni iletişim aracı, kendisine has iletişim ortamlarını meydana getirmektedir. Böyle bir yapıda eskiyle yeninin sürekli olarak yeniden tanımlanması gerekmektedir.

Burak Doğu'nun (2006, s. 42) ifadesiyle, ortaya çıktığı zamana göre yeni olarak adlandırılan teknolojiler, artık zamana bağlı olarak değil, diğer teknolojilere kıyasla birtakım kriterlerin incelenmesi sonucunda ayırt edilmektedir. Çünkü yeni olanın ne zaman eskiyeceği söz konusu teknolojiye göre değişmektedir. Bu nedenle, belki de iletişim ortamlarının tanımı için eski ve yeni ifadelerini kullanmak doğru bir yöntem olmamaktadır. İletişim teknolojilerinin analogdan dijitalle doğru bir gelişim gösterdiği düşünüldüğünde, belirtilen iki temel iletişim ortamını analog (gerçek) ve dijital (gerçeği simüle eden) iletişim araçları/ortamları şeklinde ifade etmek daha doğru bir ayırım olacaktır (Atabek, 2001, s. 37). Her ne şekilde yapılsa yapılsın ortaya konulan ikili ayırmda mesajı gönderen tarafın, yani iletişim kaynağının baskın olduğu radyo, televizyon, gazete gibi araçlar, eski/geleneksel/analog olarak değerlendirilmektedir. Mesajı alan hedef kitlenin baskın hale gelerek aktif bir kaynak olabildiği ve etkileşimin yoğun bir şekilde gerçekleştiği internet, sosyal medya, web siteleri ve dijital oyunlar ise yeni/dijital olarak değerlendirilmektedir.

Dijital iletişim araç ve ortamları, bünyelerinde barındırdıkları ve üzerine gelişim sağladıkları analog iletişim araç ve ortamlarını yok etmekten ziyade, bu iletişim araçlarıyla etkileşim halinde olarak dönüşmelerini zorunlu kılmaktadır. Öyle ki sadece birtakım görüntüleri izleyiciye aktaran televizyon, değişim ve gelişim göstererek internete bağlanabilen, mobil cihazlardan da oynanan bazı basit oyunların oynanabildiği bir cihaz haline gelmiştir. Aksi halde değişen ortama uyum sağlayamayan iletişim araçlarının eskisi kadar tercih edilmemesi ve hatta yok olması kaçınılmaz olacaktır.

Manovich, böylesine iç içe geçen dijital ve analog ifadeleri arasındaki ayrımı çok basit bir örnekle ortaya koymaktadır. Onun ifadesiyle, bilgisayar kullanılarak internette paylaşılan bir yazı dijital olarak değerlendirilebilecekken, o yazının basılı ortama aktarılması analog olarak değerlendirilecektir. Aynı şekilde sosyal medyada paylaşılacak üzere telefonla çekilen bir fotoğraf dijitalken, baskısının alınarak çerçevelenmesi halinde analog olarak değerlendirilecektir (Yengin, 2010, s. 46). Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere bir aracın hangi iletişim ortamı içinde değerlendirileceği konusunda dikkat edilen bazı noktalar söz konusudur. Bu konuda Rogers, dijital iletişimin üç temel özelliği olduğunu belirtmiştir (Geray, 2003, s. 18-19):

Etkileşim: Dijital ortamda kurulan iletişim, analog iletişimin aksine tek yönlü değil, mesaj hedefinin de iletişim sürecine aktif olarak dâhil olabileceği bir yapıdadır. Yani analog iletişime kıyasla dijital iletişimde etkileşim daha yoğun ve hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Analog ortamda kısmen de olsa mümkün olabilen etkileşim ise, çoğunlukla radyo ya da televizyon kanalına telefonla bağlanmak, gazetede çıkan hatalı haberin doğrusunu yayınlamak için yasal kanallara başvurmak gibi farklı bir araç/kanal ve uzun zaman gerektirmektedir.

Kitlesizleştirme: Her kullanıcının iletişim kaynağı olabildiği dijital iletişimde mesajlar kişiden kişiye, kişiden gruba ya da kitleye aktarılabilirdiği gibi, kitleden kitleye de aktarılabilir. Çünkü dijital iletişim ortamında kitleyle paylaşılan mesaj, kaynağına ait olmaktan çıkarak anonim bir hale gelebilmektedir. Bu nedenle mesajlar, çok kaynaktan geniş kitlelere ve o kitleler içindeki bireylere özel olarak sunulabilmektedir. Ayrıca sunulan mesajlar üzerinde güncelleme yapabilme ve/veya iletişim sürecinin kayıtlarını silebilme imkânı da bulunmaktadır.

Eş Zamansızlık: Dijital medyada sunulan mesajlarla anlık olarak iletişim kurulabilirdiği gibi, mesajın alıcısının kendisini bekleyen mesaja istediği zaman cevap verebilmesi de mümkündür. Bu sayede analog medyanın ya şimdi ya da hiçbir zaman anlayışındaki eş zamanlılık gerekliliği ortadan kalkmaktadır.

Rogers'ın sunduğu üç temel özellikten farklı olarak Lev Manovich (2001, s. 27-48) ise "Yeni medyanın dili" adlı çalışmasında, dijital medyanın tüm ilkelerini

etkileşim veya simülasyon ortamı/hiper ortam gibi tanıdık kategorilere odaklanmadan daha teknik ifadeler içeren beş başlığa indirgeyen bir liste önermiştir. Söz konusu bu beş başlık, yani dijital medyanın beş ilkesi aşağıdaki gibidir:

Sayısal Temsil: Bilgisayarlarda sıfırdan oluşturulan veya analog medya kaynaklarından dönüştürülen tüm yeni medya nesneleri dijital kodlardan oluşur, yani bu nesnelerin hepsi sayısal temsillerdir. Bu sayısal temsiller (dijital medya nesneleri), matematiksel olarak tanımlanabilmekte ve algoritmik olarak manipüle edilebilmektedir. Örneğin uygun algoritmalar uygulanarak bir fotoğrafın kontrastı, rengi, ışığı düzenlenebilmekte yani medya nesnesi yeniden programlanabilmektedir (Manovich, 2001, s. 27).

Modülerlik: Bu ilke bir şeklin orantılı olarak büyültülmüş veya küçültülmüş halleri kullanılarak inşa edilen, sonsuza dek iç içe geçmiş kedinin tekrar eden doğal ya da matematiksel kümeler/şekiller anlamına gelen dijital medyanın fraktal (Sarıgül, 2015) yapısı olarak da adlandırılmaktadır. Fraktalın farklı ölçeklerde aynı yapıya sahip olması gibi, yeni medya nesnesi de ayrı modüler yapıya sahiptir. Görüntüler, sesler, şekiller veya eylemler gibi medya öğeleri, pikseller, çokgenler, vokseller ve komut dosyaları gibi ayrı örneklerin koleksiyonları olarak temsil edilmektedir. Bu öğeler kimliklerini korumaya devam ederek daha büyük ölçekli nesnelerle birleştirilebilmektedir. Örneğin içinde çeşitli fotoğraf, ses, video gibi dosyaları barındıran bir web sitesinin içeriği, siteyi baştan tasarlamaya gerek kalmadan güncellenebilen ayrı parçalardan oluşmaktadır (Manovich, 2001, s. 30-31).

Otomasyon: Medyanın sayısal temsili ve bir medya nesnesinin modüler yapısı, medya oluşturma, manipülasyon ve erişim ile ilgili birçok işlemin otomasyonuna izin vermektedir. Böylece insan faktörü kısmen de olsa yaratıcı süreçten çıkarılabilmekte, yani kullanıcının niyeti doğrultusunda etki göstererek süreci yönlendirmesinin önüne geçilebilmektedir. Otomasyon, düşük düzeyli ve yüksek düzeyli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Manovich, 2001, s. 32).

Bilgisayar kullanıcısının, şablonlar veya basit algoritmalar kullanarak bir medya nesnesini değiştirmesi veya sıfırdan nesne oluşturma düşük düzeyli otomasyon olarak adlandırılmaktadır. Daha kompleks bir yapı içeren yüksek düzeyli otomasyon

ise, belli bir dereceye kadar düşünebilen bilgisayar olarak nitelendirilen yapay zekâ sistemlerini ifade etmektedir. Kural tabanlı kodlanmış bu sistemler, dijital oyunlarda NPC yani “Non Player Character” (oyuncu olmayan karakter) adı verilen oyun karakterlerinin eylemlerini sağlayabilmek için kullanılmaktadır. Bu sistemler sayesinde dijital oyunlardaki NPC’ler konuşurken yürüyebilmekte, savaş oyunlarında gerçek oyunculara saldırabilmekte, strateji oyunlarında kendi medeniyetlerini kurarak güçlenebilmekte, yani sinir ağlarına kadar insan zekâsını simüle edebilmektedir. Bu iki otomasyon türüne üçüncü bir tür olarak medya erişimi de dâhil edilebilmektedir. İnternet ortamındaki tüm görsel, ses, video ya da diğer içerikler arasından belirli filtrelerle istenen içeriklere veya bir içeriğin benzerlerine ulaşmak bu otomasyon türüne örnek olarak gösterilebilir (Manovich, 2001, s. 32-35).

Değişkenlik: Dijital medya nesneleri sabit bir nitelik taşımamakta, potansiyel olarak sonsuz farklı sürümlerde var olabilmektedir. Bu durum sayısal temsil ve medya nesnesinin modüler yapısının bir başka sonucudur. Bir dijital medya nesnesinin farklı sürümleri, tamamen bir kullanıcı tarafından oluşturulmak yerine, kısmen bir bilgisayar (yapay zekâ) tarafından otomatik olarak birleştirilmektedir. Bu nedenle değişkenlik ilkesi ile otomasyon ilkesi arasında yakın bir bağ vardır. Ayrıca değişkenliğin sağlanması modülerlik ilkesine bağlıdır. Zira modüler yapısı sayesinde dijital ortamdaki nesnelerin parçaları güncellenerek farklılaştırılabilmektedir (Manovich, 2001, s. 36).

Kod Dönüşümü: Medyanın dijitalleşme ile bilgisayar verilerine dönüşmesini ifade eden bu ilke, aynı zamanda kodlardan oluşan dijital medya nesnelerinin kendileri arasında dönüşebildiğini de ifade etmektedir (Manovich, 2001, s. 45).

Aktarılan bilgiler doğrultusunda söylenebilir ki, analogdan dijitale dönüşmüş ya da dijital medya içinde üretilmiş sayısal kodlardan oluşan modüler yapıdaki nesneler, kod dönüşümü ile otomasyonu mümkün olan değişken bir özellik göstermektedir. Yani dijital medya ortamı daha esnek, değişken, müdahale edilebilir ve etkileşimlidir.

Lev Manovich (2001, s. 46), dijital medyanın genel olarak iki farklı katmandan oluştuğunu belirtmiştir. Kültürel katman ve bilgisayar katmanı olarak adlandırılan bu katmanlar karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir. Donanımsal ve yazılımsal anlamda

yaşanan dijital gelişimle birlikte, bilgisayar katmanı sürekli olarak dönüşmekte ve bu dönüşüm kültürel katmanı da etkilemektedir. Dijital medyanın kültürel katmandaki kullanımları ise, bilgisayar donanımı ve yazılımı üzerinde etkili olmaktadır. Bu medya içindeki kısa öykü, ansiklopedi, kompozisyon, komedi, trajedi gibi kategoriler kültür katmanına örnek olarak gösterilebilirken; bilgisayar dili ve veri yapısı bilgisayar katmanına örnek olarak verilebilir. Bu nedenle dijital medya birtakım soyut kavramlarla tanımlanabileceği gibi, sayısal ifadelerden yararlanılarak teknik anlamda da tanımlanabilmektedir.

Dijital ortamda kurulan iletişim biçimi, bilgisayar aracılı iletişim olarak adlandırılabilir. Bu iletişim dijital medyanın eş zamansızlık özelliğinden hareketle genellikle senkronize/eş zamanlı ve asenkronize/eş zamansız iletişim şeklinde iki forma ayrılmaktadır. Eş zamanlı iletişim, telefon görüşmesi, videolu görüşme gibi gerçek zamanlı olarak gerçekleştirilen iletişimdir. Eş zamansız iletişim ise, sosyal medyada özel mesaj göndermek, e-posta göndermek gibi göndericinin mesajı gönderdikten hemen sonra, hızlı bir yanıt alamayabileceği iletişimdir.

Dijital iletişim ortamı sahip olduğu yapısı itibari ile birtakım avantajlar ve dezavantajlar ortaya koymaktadır. Bilgisayar aracılı iletişimin, başka bir deyişle dijital iletişimin sunduğu avantajlar ve dezavantajlar aşağıda açıklandığı gibidir (Chin, 2016):

Yüz yüze iletişimle karşılaştırıldığında dijital iletişim, zaman ve mekân bakımından kısıtlanmamıştır. Bu durum, iletişimin her zaman ve her yerde olabileceği anlamına gelmektedir. Dijital iletişim kanalları, kullanıcıların aynı anda çok sayıda kişiye ulaşmasını sağlamaktadır. Bu sayede çok sayıda insanı aynı konuda bilgilendirmek için, onlarla tek tek görüşmeye ya da aynı ortamda bir araya gelmeye gerek kalmamaktadır. Dijital ortamlarda kurulan iletişimin verileri, ileride başvurmak üzere saklanılabilmektedir. Bu sayede unutulmaması ya da hatırlanması gereken bir bilgiye kolaylıkla ulaşım sağlanabilmektedir. Sahip olduğu gerçeklikten uzak sanal yapısı ve kullanıcıların gerçek kimliklerini gizleyebilmesi, gizlemeseler bile yüz yüze olmamanın verdiği rahatlıkla, utangaçlık, dış görünüme dair endişeler, ilk izlenim veya fiziksel sınırlamalar gibi nedenlerden kaynaklanan ilişki başlatma engellerinin

üstesinden gelmeye yardımcı olmakta, yani iletişimin engellerini yıkmaktadır. Başka bir deyişle, karşısında fiziksel olarak birisini görmediği için daha az ya da hiç ilk izlenim oluşturmamayan birey, iletişim sürecinde daha ön yargısız olmaktadır.

Sosyal medyada ilk izlenim, karşıdaki kişinin kullanıcı adı, profil fotoğrafı, iletişim esnasında hangi kelimeleri nasıl kullandığı gibi durumlara göre ortaya çıkmaktadır. Dijital oyunlarda ise bu sürece dijital oyun karakterleri ve karakterin ismi, görünümü, unvanı gibi unsurlar dâhil olmaktadır. Oyuncu, oyun karakterine kendi özelliklerini yansıtabilmektedir. Diğer oyuncular ise, karşısındaki kişiyi sahip olduğu oyun karakteriyle bütünleştirerek izlenimlerini bu dijital karakter üzerinden oluşturmaktadır.

Belirtilen avantajlarının aksine dijital iletişim, tonlama ve vurgu gibi sosyoduygusal ve sözel olmayan ipuçları bakımından iletişimin zenginliğini sınırlamaktadır. Ayrıca dijital bir kanaldan kurulan iletişimin gizliliği ve güvenilirliği belirsizdir. İletişim taraflarından birisi, yazılı, sesli ya da görüntülü konuşmanın kaydını alarak saklayabilmektedir. Dijital ortamda bulunun bu veriler, iletişim taraflarının dışında bilgisayar korsanları olarak adlandırılan, dijital ortamlarda yasa dışı faaliyetlerde bulunan kişilerin de tehdidi altındadır. Bu nedenle kurulan iletişimin içeriğinin gizli kalmasına dair taraflar arasında bir güven sorunu yaşanabilmektedir. Bunlara ek olarak dijital iletişim teknolojik cihazlarla kurulduğu için birtakım teknik sorunlar da yaşanabilmektedir. Örneğin kullanılan cihazın bozulması, şarjının bitmesi ya da internete erişilememesi gibi birçok olumsuz durumla karşılaşılabilir.

Derek Lane (Aktaran: Öngen, 2014, s. 19-20), Chin'in açıklamalarıyla benzerlik göstermekle birlikte dijital iletişimin avantaj ve dezavantajlarına dair şunları belirtmiştir. Dijital iletişim bilgi akışını artırmakta, entelektüel keşiflere yol açabilmekte, belirli koşullarda bilgilerin saklanması sağlamakta, geleneksel iletişimin bilinen sınıflarına yeni boyutlar kazandırarak sanal dünyada yeni özellikler ortaya çıkarmakta, gerekli zeminin oluşturulması halinde bilgi akışında sürekliliği sağlamakta, bilgiye ulaşımı, eş zamanlı bilgi paylaşımını ve bunların üzerinde tartışılmasını sağlamakta, iletişimin tarafsızlığına izin vermekte ve içine kapanık kişilerin iletişim süreçlerine katılmalarına destek olmaktadır.

Avantajlarının aksine dijital iletişim, kullanıcılara ve ortamlara bağlı olmak üzere iki başlıkta altında toplanabilen dezavantajlara sahiptir. Teknolojik cihaz kullanımının bilgi ve pratik gerektirmesi, bilgi fazlalığından kaynaklanan stres ve sinir bozukluğu, kötü zaman yönetimi, teknolojiye erişim sorunları, dijital iletişimin ne olduğuna ve nasıl uygulanması gerektiğine dair bir fikir birliğinin olmaması kullanıcıya bağlı dezavantajlar arasında yer almaktadır. Beden dili ve duyguların iletişim sürecine tam olarak aktarılamaması, yüz yüze iletişimin kurulamaması, fiziksel mesafe ve gizlilik yüzünden teknolojinin suistimal edilebilmesi (taciz, küfür vb.), gizlilik ve güven sorunları gibi durumlar ise ortama bağlı dezavantajlardır (Aktaran: Öngen, 2014, s. 20).

Dijital iletişimin belirtilen avantaj ve dezavantajları aynı zamanda, dijital iletişim ortamlarının yapısını ifade etmektedir. Ortaya konulan dijital yapıdaki bu iletişim ortamları, gerçek dünyaya kıyasla oldukça çeşitlidir. Bu ortamlardan bir tanesi de dijital oyunlardır.

2.4. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Dijital Oyunlar

Dijital oyunlar ilk günlerinde bile az veya çok, çalışmalara konu olmasına rağmen, uzun yıllar boyunca medya ve iletişim çalışmalarında yüzeysel bir şekilde ele alınmıştır. Son yıllarda sosyal yönü de dâhil olmak üzere farklı açılardan araştırılmasına rağmen dijital oyunların birçok yönü hala büyük ölçüde keşfedilmemiş durumdadır (Quandt ve Kröger, 2014, s. 3-4). 2014 yılında yapılan bu değerlendirme geçerliliğini hâlâ korumaktadır. Çünkü dijital oyunlar her geçen yıl gelişmekte, yeni oyun türleri, dolayısıyla yeni araştırma konuları ve mevcut konuları farklı yönleriyle ele alma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu konulardan bir tanesi olan dijital oyunlarda iletişime dair çok az çalışma yapılmış olması dikkat çekmektedir.

Oyunlar doğaları gereği sosyal bir yapıya sahiptir. Örneğin satranç ve dama oyunu, sadece kendisiyle değil rakiple de deneyimlenecek şekilde tasarlanmıştır. Bunun aksine dijital oyunlar, bir insan yerine makineyle iletişim kurarak tek başına oyun oynamak temelinde ortaya çıkmıştır (Zagalo ve Gonçalves, 2014, s. 134).

Günümüzde hala üretilen tek kişilik dijital oyunlar, yapay zekâyı rakip ya da takım arkadaşı olarak görüp, varsa hikâyede ilerleme kaydetmek üzerine kuruludur.

Bu oyunlarda NPC adı verilen yapay zekâ oyun karakteriyle kurulan iletişim ön plana çıkmaktadır. Oyuncu bu karakterlerle iletişim kurarak sanal karakterini ve onun geleceğini şekillendirmektedir. Özellikle, yapılan tercihlerin oyun hikâyesini etkilediği oyunlarda oyuncu, istemediği durumlarla karşılaşması halinde oyunun önceki kayıtlarını açarak aynı durumu tekrar oynayabilmektedir. NPC'ler ne kadar gerçek olarak algılanırsa, o kadar gerçek etkileşimli oyun ortakları olarak algılanabilmektedir. Bu durum, oyuncunun oyun dünyasının yapaylığını unutmasını ve oyunun akışına girerek kendini oyunda tamamen mevcut hissetmesini sağlamaktadır. Bu noktada sosyal etkileşim sadece çok oyunculu oyunlarda değil, tek kişilik oyunlarda da önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Öyle ki oyuncu, oyunlarda yapay zekâyla iletişim kurarak sosyal etkileşimi simüle etmektedir (Schumann, 2014, s. 80-81).

Tennis for Two gibi iki kişilik oyunların üretilmesiyle dijital oyunlar, insanların oyun esnasında birbirleriyle etkileşim kurmasını mümkün kılan bir yapıya sahip olmuş ve çok kişilik çevrim içi oyunların üretilmesiyle birlikte oyunların sosyal yönü güçlü bir şekilde ortaya çıkmıştır. Zira bireyler çok oyunculu dijital oyunların alternatif sanal dünyalarında, alternatif karakterlerle iletişim kurarak yeniden ve yeniden varlık gösterebilmektedir. Bu bakımdan dijital oyunlar, kullanıcıların bir araya gelmesi ve birbirleriyle etkileşim kurması için sayısız fırsat sunmaktadır. Bu bağlamda, dijital oyunlara ilişkin sosyal bilimler açısından yapılan bazı araştırmalarda, sosyal etkileşimin dijital oyun oynamak için en önemli ve en güçlü motivasyon unsurlarından biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Chen ve Lei, 2006; Hsu ve Lu, 2004; Jansz ve Tanis, 2007; Jansz ve Martens, 2005; Voids ve Greenberg, 2009, s. 1567-1568; Kaye ve Bryce, 2012; Kröger ve Quandt, 2014, s. 148).

İnsanlar iletişim kurmak, sosyalleşmek için oyun oynamaktadır. Yapılan bazı araştırmalara göre (Ravaja vd., 2006; Mandryk ve Inkpen, 2004) bireyler, yapay zekâyla karşı oynamak yerine insanlar ile oyun oynamaktan daha fazla keyif almaktadır. Ayrıca Ravaja ve arkadaşlarının ortaya koyduğu çalışmaya göre (2006), insanlara (özellikle tanınmış insanlara) karşı oyun oynamak bir bilgisayara kıyasla daha fazla fizyolojik olarak uyarılma, beklenen tehdit, oyun sonrası mücadele değerlendirme, uzamsal mevcudiyet ve etkileşim ortaya çıkarmaktadır.

İletişim, sosyal etkileşimin merkezi bir parçası olarak kabul edilmektedir ve birlikte dijital oyun oynamanın temel bir unsurudur (Kröger ve Quandt, 2014, s. 156). Birlikte oyun oynama ve oyun oynarken iletişim kurma durumu alışılmış geleneksel iletişim yol ve yöntemlerinden farklılaşmaktadır. Zira dijital oyunlar, mekân, zaman, uzam, araç, kişi ve kişilerin aidiyetlerini gerçeklikten sanal gerçekliğe taşımada aracı olmuştur. Bu taşıma durumu geleneksel sosyalleşme ortamlarının dijitalde yeni bir uzam olarak varlık bulmasına olanak sağlamış, kişi, kullanıcı ya da oyuncuların kısıtlı sayıda etkileşime girdiği kullanıcı sayısını ve dolayısıyla etkileşimliliğini artırmıştır (İgit, 2019a, s. 41).

Oyunda kalmak için yalnızca minimum düzeyde sosyal etkileşim gereklidir. Ancak çoğu oyuncu daha fazlasını istemektedir. Yapılan bazı araştırmalara göre dijital oyunlarda yapay zekâdan ziyade diğer oyuncularla kurulan iletişimin oyundan alınan keyfi, eğlence düzeyini ve etkileşimi artırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Gajadhar, 2010; Ravaja vd., 2006, s. 381-392; Gajadhar vd., 2009, s. 1-32; Gajadhar vd., 2008, s. 106-117; Clarke ve Duimering, 2006, s. 14; De Pauw vd., 2008; Kolo ve Baur, 2004). Bu nedenle dijital oyunlarda diğer oyuncularla etkileşim kurma olanakları sürekli olarak artış göstermektedir. Bu sayede oyuncular birbirleriyle daha çeşitli yollarla, daha fazla iletişim kurabilmektedir.

Sweetser ve Wyeth (2005), oyunlarda oyuncu keyfini değerlendirmek üzere yaptıkları çalışmada konsantrasyonun oyunları eğlenceli ve keyifli hale getirmek için önemli bir etken olduğu sonucuna ulaşmıştır. Gajadhar ve arkadaşları ise (2011) yaptıkları çalışmada, diğer oyuncularla iletişim kurmanın oyuncuların konsantrasyonunu ve oyundan alınan keyfi bozmadığı sonucuna ulaşmıştır. Aksine, diğer oyuncuların varlığı, oyuncuların oyuna katılımına katkıda bulunmaktadır. Yani sosyalleşme dürtüsü, dijital oyun oynamanın nedenlerinden bir tanesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijital oyun dünyasında kimlerle iletişim kurulacağı konusunda çeşitli etkenler söz konusudur. Bu etkenlerden bir tanesi de ilk izlenimdir. Gerçek dünyadaki ilk

izlenim süreçlerinin aksine sanal oyun dünyasında ilk izlenim avatar¹ yani oyun karakterinin çekiciliği ile sağlanmaktadır. Avatar çekiciliğinin dijital oyunlarda kurulan iletişim üzerinde nasıl bir rolü olduğu sorusundan hareketle Valtin ve çalışma arkadaşları (2014, s. 53) birkaç yerinde deney yapmış ve çekici kadın avatarlarla, çekici erkek veya çekici olmayan kadın avatarlara kıyasla önemli ölçüde daha fazla iletişim kurulduğu ve onlara daha fazla yardım edildiği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca yaptıkları deneyde elde ettikleri sosyal davranışların genellikle bilinçsiz ve otomatik olması nedeniyle oyuncuların diğer avatarlarla değil, bizzat avatarlara sahip olan kullanıcılarla iletişim kurduklarını belirtmişlerdir. Bu nedenle oyuncuların sanal ortamlardaki temsilleri olan avatarların/karakterlerin özelliklerinin oyuncu ile özdeşleştirildiği veya bu yolla oyuncunun özelliklerinin tahmin edildiği söylenebilir.

Dijital oyunların iletişim yapısı incelendiğinde, dijital medya bünyesinde bulunan bir iletişim ortamı olması nedeniyle dijital medyanın etkileşim, kitlesizleştirme, eş zamansızlık, sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod dönüşümü özellikleriyle dijital iletişimin avantaj ve dezavantajlarını bünyesinde barındırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Öyle ki sayısal kodlarla tasarlanan parçaların birleştirilmesiyle ortaya çıkan dijital oyunlarda dünyanın farklı bölgelerinden insanlar, oluşturdukları sahte veya gerçeğe yakın profillerle sosyal medya ve web sitelerindeki gibi e-posta kanalları, anlık iletişim kanalları ve diğer olanaklar ile iletişim kurabilmektedir. Geleneksel iletişimden farklı olarak oyuncu, oyunda kendi gerçek kimliğiyle iletişim kurabileceği gibi, oluşturduğu oyun karakterinin kimliğine bürünerek ya da başkalarını taklit ederek de iletişim kurabilmektedir. Ancak Akkaş'a (2015) göre oyun oynama eylemi, aynı anda hem birinci şahıs (oyuncunun kendi kimliği) hem de üçüncü şahıs (sanal dünyada oyuncuyu temsil eden karakterin kimliği) olarak oynanmaktadır. Bu nedenle oyuncu, "ikiz ya da parçalanmış" özne durumundadır (s. 110-111). Yani birey hem kendi dünya görüşüyle hem de oyun karakterinin dünya görüşüyle oyun oynamakta; oyunda hem kendi bakış açısına hem de oyun karakterinin kişiliğine uygun şekilde ilerleme kaydetmektedir. Özetle, dijital oyunlarda bireyin kendini nasıl göstereceği tamamen onun tercihidir.

¹ Modern dilde avatar, bilgisayar/dijital teknolojiler tarafından üretilmiş ve bir insan tarafından bu teknolojiler aracılığıyla kontrol edilen bir figürdür. Bu genellikle kullanıcının gerçek zamanlı olarak ilişki kurabildiği grafik bir tasviridir (Coleman, 2011, s. 26).

Birey dijital oyun ortamında gerçek kimliğini gizleyebilmekte, bu kimliğin bir kısmını ya da tamamını sergileyebilmekte, oyun karakterinin kişiliğine uygun olarak davranabilmekte, kendi karakteriyle oyun karakterinin bir sentezini sergileyebilmekte ya da bunlar dışında taklit veya hayal ettiği başka birisiymiş gibi davranabilmektedir.

Oyuncu ile oyunu çalıştıran sistem arasında kurulan etkileşim ve oyuncuların aynı cihaz üzerinden birden çok oyun kolu ile oyun oynamaları haricinde, uzak mesafelerden aynı sanal dünyalarda bir araya gelerek oyun oynanabilmesi için internet bağlantısının olması gerekmektedir. Bu noktada çok oyunculu çevrim içi oyunlar, internet üzerinden iletişime olanak sağlayan ortamlar olarak ortaya çıkmaktadır (Chio ve Kim, 2004, s. 13-14). Chris Bell (2013), çok oyunculu bir oyun oynamanın iki eş zamanlı ve temel diyaloga katılmak olduğunu söyler. Bunlar, oyuncu ile sistem arasında ve sistem aracılığıyla oyuncu ile diğer oyuncular arasında kurulan diyalogtur. Herhangi birçok oyunculu oyundaki tüm iletişim, bu iki temel diyaloga ayrılabilir.

Bu oyunlar, farklı kültür ve coğrafyalardan insanları dijital bir ortamda bir araya getirerek, aralarında iletişim ve etkileşim kurulmasını sağlamaktadır. Bu sayede oyuncular, diğer oyuncularla tanışarak arkadaş olabilmektedir. Oyunlarda kurulan iletişim her zaman basit oyun arkadaşlıklarının kurulmasıyla sonuçlanmamaktadır. Kurulan iletişim kısa süreli olabildiği gibi, karakterler arası evlilikler (rol için olsun ya da olmasın) gibi uzun vadeli ilişkilere de yol açabilmekte, sanal ve/veya gerçek dünyada sürekli bağlantıda olunan arkadaşlarla, oyun içi-oyun dışı görev ve ticaret ortaklıklarının veya çeşitli tartışmaların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Taylor, 2003, s. 25).

Dijital oyunlarda kurulan iletişimde, geleneksel iletişimin dijitalleşme ile dönüşen kanal ve araçları kullanıldığı gibi, dijitalleşme ile ortaya çıkan yeni iletişim kanal ve araçları da kullanılabilir. Bunlardan bir tanesi de dijital dünyanın var olmasını sağlayan grafiklerdir. Dijital oyunların da oluşmasını sağlayan söz konusu grafikler vasıtasıyla iletişim kurmak, enformasyon akışını hızlandırmakta, sözlü iletişimin yol açtığı karışıklıkların önüne geçmekte ve gereksiz bilgi kullanımını azaltmaya yardımcı olmaktadır (Aktaran: Doğu, 2006, s. 133).

Dijital oyunlarda kurulan iletişim hangi kanaldan sürdürülürse sürdürülsün, mutlaka teknik anlamda birtakım donanım ve yazılımlar ile gerçekleştirilmektedir. Zira gerçek dünyanın aksine dijital ortamlarda iletişim, mikrofon, kulaklık, hoparlör, kamera, klavye, fare, oyun kumandası ve/veya dokunmatik ekran gibi çeşitli yazılımlarla işlev gören teknik donanımlarla sağlanmaktadır. Ses, görüntü ve metinler, bu yazılım ve donanımlar ile kişiler arasında aktarılmakta ve böylece iletişimin devamlılığı sağlanmaktadır.

Genel olarak dijital oyunlar, cinsiyet ayrımı yapmaksızın benzer düşüncelere sahip, aynı dili konuşan, oyundaki yetenek seviyeleri aynı ya da birbirine yakın olan kişilerin etkileşim kurmasına olanak sağlamaktadır. Ancak dijital oyun ortamlarına dâhil olduğunda kadınlara kıyasla erkeklerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu durumun, dijital oyunların genel olarak erkek oyunları olduğunun düşünülmesi ve erkeklerin oyun üreticileri tarafından ana hedef kitle olarak belirlenmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Zira Pac-Man oyunu piyasaya sürülene kadar dijital oyunlar genel olarak erkeklere hitap ediyordu. Ancak Pac-Man'ın üretilmesi her ne kadar genç kızları ve kadınları oyun dünyasına dâhil etse de günümüz dijital oyunlarında erkek egemenliğinin devam ettiği görülmektedir.

Schott ve Horrell (2000), kadınların yerine getirmeleri gereken geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri tarafından sınırlandırılmaları nedeniyle bu durumun ortaya çıktığını söyler. Bu nedenle kadınlar, oyun kültürünü ikincil oyuncular olarak deneyimlemektedir. Çünkü bir oyun konsoluna sahip olmak kadınların oyun haklarını garanti etmemekte ve kendilerini ev işlerinden maruz görmelerine izin vermemektedir. Ayrıca Schott ve Horrell çalışmalarında, kadınların ev dışında oyun oynamak için oyun alışkanlıklarını genişletmediklerini ve daha geniş oyun kültürlerine katılmadıklarını ortaya koymuştur (s. 51).

Bertozzi (2008), bazı kültürlerde erkek özelliklerinin kadınların özelliklerinden daha fazla değer görmesi nedeniyle iyi oyun oynayan güçlü kadınların var olmasına rağmen erkeklerin daha iyi/daha güçlü/daha yetkin olarak görüldüğü ve kadınlara kıyasla daha agresif ve rekabetçi olarak değerlendirildiklerini belirtmiştir. Böyle kültürel normların güçlü olduğu toplumlarda oyun oynama esnasında, özellikle

seyirciler varsa bir erkek için risk oldukça yüksektir. Öyle ki erkek, kadın rakibini mağlup ederse bu bir zafer sayılmaz, çünkü kültürel beklenti kadının zaten zayıf olmasıdır. Daha zayıf olduğu bilinen bir rakibi yenmek bir tür aşağılanmaya sebep olabilmektedir. Erkeğin bir kadına karşı mağlup olması halinde ise, bu durum “bir kız” tarafından mağlup edilme nedeniyle aşağılanmayı daha da artıracaktır. Kendi aralarında oyun oynarken daha zayıf olan erkeklere “kız gibi oynuyorsun” gibi ifadelerin kullanılması kadınlara yönelik bakış açısının bir başka göstergesidir (s. 478).

Beavis ve Charles (2007, s. 696-698) ise, çalışmalarında kadın ve erkeklerin yerel ağ bağlantıları ile birçok oyuncunun fiziksel olarak aynı ortamda bulunarak oyun oynayabildikleri LAN kafeleri ele almış ve bu ortamlarda da erkeklerin çoğunlukta olduğunu, hatta kadınların bu kafelere ilk başlarda erkekler aracılığıyla giriş yapabildiğini belirtmiştir. Bu nedenle dijital oyun oynayan kızlar, erkek yönü daha baskın olan insanlar olarak değerlendirilmiştir. Ancak Schott ve Horrell (2000, s. 50) yaptıkları çalışmada kadın oyuncuların, erkekleştirilmiş ağır oyuncu profiline uymadığını belirtmiştir. Bryce ve Rutter (2003, s. 11) ise, bu durumu destekler nitelikte cinsiyete dayalı oyun algılarının değiştiğine dair bazı kanıtlar olduğunu ileri sürmüştür. Zira kadınlardan oluşan oyun takımları ve internet toplulukları gibi grupların kurulması, kadınların oyun dünyasındaki varlığını artırmıştır.

Kerr (2003, s. 284) tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre kadınlar, kadın oyuncuların var olduğunun kabul edilmesini ve oyunlarda daha fazla özerkliğe sahip olmaları için esneklik talep etmektedir. Kadınların bu taleplerinin oyun türü tercihleri üzerinde de etkili olduğu görülmektedir. Zira Schott ve Horrell (2000, s. 50) çalışmalarında insan figürleri yerini hayvan/yaratık temelli karakterler içeren üçüncü şahıs rol yapma oyunlarının ve sanal oyun dünyasını keşfetme özgülüğü sunan oyunların kadınlar tarafından daha fazla tercih edildiğini belirlemiştir. Ancak bu durum kadınların diğer dijital oyun türlerini tercih etmedikleri anlamına gelmemektedir.

Kısaca, dijital oyunlar noktasında kadınların kendi boş zamanları üzerindeki hakları ve kontrolleri erkeklere göre çok daha azdır. Toplumsal kalıp yargılardan ve kendilerine biçilen rollerden olsa gerek ki, kadınlar dijital oyunları çoğunlukla kendi

başlarına oynamayı tercih etmektedir (Jenson ve de Castell, 2005; Vermeulen ve Looy, 2014). Günümüzde kadın oyuncuların, oyun yapımcılarının ve yayıncılarının sayısı her ne kadar artmış olsa da genel olarak dijital oyun dünyasında erkeklerin çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Bu bilgiler doğrultusunda dijital oyun dünyalarında ve dijital oyunlar temelinde kurulan iletişim ortamlarında erkek egemen bir yapının olduğu söylenebilir. Bu durum oynanan oyunun türüne göre az veya çok farklılık gösterse de dijital oyunlarda kurulan iletişim genel olarak erkekler tarafından yönetilmekte ve yönlendirilmektedir.

Bu durumların günümüzde ne kadar geçerli olup olmadığını ortaya koymak amacıyla çalışmanın uygulama bölümünde kadınların oyun türü tercihlerine, oyun oynama sürelerine ve oyunları kimlerle oynamayı tercih ettiklerine ilişkin gerekli analizler yapılarak yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Kişiler arası iletişime imkân veren dijital oyunlar, kitlesel iletişim amacıyla da yoğun bir şekilde tercih edilmektedir. Öyle ki güç sahipleri, dijital oyun şirketleri ve diğer büyük şirketler, ticari başarı elde etmek ve/veya ideolojilerini geniş kitlelere yaymak için dijital oyunlardan yararlanmaktadır. Zira geniş bir hedef kitle yelpazesine sahip olan dijital oyunların genellikle ciddi olmayan eğlence başlığı altında değerlendirilen içeriklere sahip olması ve dışarıdan gelecek etkilere daha açık olan çocuk ve gençlere doğrudan erişim imkânı sağlaması bakımından, aktarılan çeşitli ideolojik mesajların etkili olacağı söylenebilir.

Bireysel ve kitlesel iletişimin yanı sıra dijital oyunlar, aşına olunan yollarla iletişim kurmaları engellenebilen terör örgütleri ve çeşitli suç çeteleri tarafından da tercih edilebilmektedir. Zira internet ortamındaki çeşitli iletişim olanaklarını bünyesinde barındırabilen dijital oyunlarda art niyetli kişiler, kolaylıkla gizlenebilmekte ve yasa dışı faaliyetleri için birbirleriyle iletişim kurabilmektedir.

Herhangi bir ideolojik mesajı yayma ya da yasa dışı bir amacı olmayan sıradan oyuncular, tüm risklerine rağmen keyifle dijital oyun oynamaya devam etmektedir. Choi ve Kim (2004, s. 14), “İnsanlar neden çevrim içi oyunlar oynamaya devam ediyor: Müşteri sadakatini artırmak için çevrim içi içeriklerde kritik tasarım faktörleri arayışı” isimli çalışmalarında, oyuncu ile oyun sistemi arasındaki etkileşimin yanı sıra

çevrim içi bir oyunun, ağ sistemine eklenen bir oyun olmasından dolayı kullanıcılar arası etkileşimi sağlayan önemli bir deneyim alanı olduğunu belirtmiştir. Bu alanda gerçekleşen sosyal etkileşimin faktörleri, iletişim ortamı ve iletişim araçları olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Zira dijital bir oyunda oyuncular arası iletişimin sağlanabilmesi için, oyuncuların sanal dünyada buluşabilecekleri bir ortam ve oyuncular arasında mesajların kanallardan iletilmesini sağlayacak olan araçların var olması gerekmektedir. Bu kanal ve araçlar ilerleyen sayfalarda detaylı olarak ele alınmıştır.

Choi ve Kim (2004, s. 13-15), uygun hedeflerin, hedeflere ulaşılmasını sağlayacak uygun operatörlerin ve oyunun mevcut durumu hakkında uygun geri bildirimin olması, etkili sosyal etkileşimi teşvik etmek üzere uygun iletişim ortamı ve aracı sağlanması, kişisel ve sosyal iletişimin etkili bir şekilde desteklemesi ve son olarak tüm bunların sonucunda pozitif bir akış durumunun yaşanması halinde, dijital oyuna olan bağlılığın artacağını belirtmiştir. Bu bağlılığın artması, oyunda geçirilen zamanın, dolayısıyla da potansiyel olarak oyunda kurulan iletişimin artacağı ve oyuncu için daha önemli bir hâl alacağı anlamına gelmektedir.

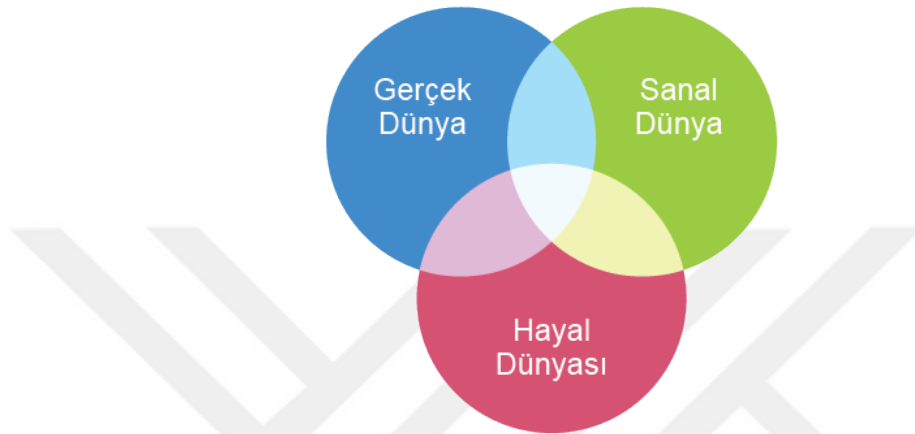
Yapılan bazı araştırmalara göre dijital oyunlar, oyuncuların ev içinde aile bireyleriyle olan iletişimlerinin gerilemesine, sosyal çevrelerinin daralmasına, depresyon ve yalnızlık duygularının artmasına neden olmaktadır (Aktaran: Sucu, 2014, s. 166-167). Buna karşılık zaman ve mekân sınırı olmaksızın, dünyanın farklı bölgelerindeki insanlarla anlık olarak iletişim kurulabilmesine olanak sağlaması bakımından dijital oyunların, iletişim süreçlerine olumlu katkılar yaptığı söylenebilir. Bu iki farklı bakış açısından anlaşılabilceği üzere dijital oyunların, iletişim üzerindeki etkisinin olumlu mu yoksa olumsuz mu olduğu tartışmaya açık bir konudur. Ancak kesin olarak söylenebilir ki dijital oyunlar, toplumsal yapıda var olan alışlagelmiş iletişim yapı ve süreçlerini değişime uğratmıştır. Bu yeni iletişim düzeninde insanlar sosyalleştikçe pasifleşmekte, iletişim kurdukça hareketsizleşmektedir. Maria Bakardjeva'nın (2003, s. 305) ifadesiyle, internet tabanlı dijital uygulamalara dayanan bu yeni iletişim ortamı, "hareketsiz sosyalleşme"yi (*immobile socialization*) meydana getirmektedir.

Salen ve Zimmerman (2003), dijital oyun ortamlarını göz önünde bulundurarak dijital oyunların sözde iç ve dış sosyal etkileşimlerle çevrelenebileceğini vurgulamıştır. Onlara göre iç sosyal etkileşimler oyun içindeki karakterlerin etkileşimlerine atıfta bulunurken; dış sosyal etkileşimler oyuncuların oyun dışındaki bilgi alışverişi, deneyim paylaşımı gibi etkinliklerinden kaynaklanmaktadır.

Gajadhar (2012), dijital oyun oynamanın farklı şekilleri olduğunu ve belki de dijital oyunlarda sosyal etkileşim için en önemli faktörün yardımcı oyuncuların mevcut olma şekli olduğunu belirtmiştir. Dijital oyunlardaki bir yardımcı oyuncu, yapay zekâ, sanal ortamdaki bir diğer oyuncu ya da fiziksel olarak aynı ortamda bulunan diğer bir oyuncudur. Bu durumda kısaca, dijital oyun oynayan bir birey, yapay zekâ oyun karakteriyle, aynı dijital oyun ortamında bulunduğu diğer oyuncularla ve/veya fiziksel olarak yanında olan diğer oyuncularla iletişim kurabilmektedir. Bir oyun ne kadar sosyal etkileşim sağlıyorsa oyunun ya da oyun ortamının sosyal zenginlik derecesi de o kadar yüksektir (s. 21-22). Bu sosyal etkileşim birtakım önyargıların aksine gerçek dünyadan soyutlanmış ve izole bir şekilde gerçekleşmemektedir. Yani Bakardjeva'nın bahsettiği (2003, s. 305) “hareketsiz sosyalleşme” durumu gerçek dünyadan bağımsız bir şekilde gerçekleşmemektedir. Çünkü dijital oyunlar, oyunculara gerçek dünya ile iç içe bir yapıda etkileşim halinde olan sanal-sosyal bir ortam sunmaktadır. Dijital oyunların, kendisinden önce var olan ve geleneksel olarak adlandırılabilir olan oyunlardan sonra, bu oyunların ışığında geliştiği düşünüldüğünde, gerçek dünya ile sanal oyun dünyasını ayırmanın mümkün olmadığı daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Ayrıca oyun oynayan kişi, sanal oyun dünyasında her ne kadar temsili bir kimlik ile var olabilse de bu kimliği gerçek dünyadaki ilgi alanları, hobileri, amaçları ve benzeri birikimleri doğrultusunda oluşturmaktadır. Sepetci'nin (2017) ifadesiyle sanal ortamın küresel karakteri gerçek dünyanın toplumsal yapılarından bağımsız olarak var olamamaktadır. Gerçek dünyadaki toplumsal kalıplar, davranış modelleri ve toplumsal eşitsizlikler sanal dünyadaki toplulukları da etkilemektedir. Yine onun ifadesiyle, toplumsal yapı ifadelerinin bir ölçüde sanal ortamlara aktarılması ve aynı şeyin tam tersinin de mümkün olması nedeniyle sanal ortamların gerçek dünyadan soyutlanması mümkün değildir (s. 98-99). Bu nedenlerle dijital oyunlara ilişkin konular ele alınırken gerçek

dünya ile sanal oyun dünyasının birbirleriyle iç içe bir yapıda ve etkileşim halinde oldukları bilinmelidir. Sütçü ve çalışma arkadaşlarının (2006, s. 150), bireyin hayal dünyasını da dahil ederek ortaya koydukları aşağıdaki şekil, bu iç içe olma halini daha anlaşılır kılmaktadır.

Şekil-8: Gerçek Dünya, Sanal Dünya ve Hayal Dünyasının Etkileşimi



Kaynak: Sütçü vd., 2006, s. 150.

Şekilde sunulan üç dünya ne tamamen birbirinden ayrı ne de tamamen bir bütündür. Birey, gerçek dünyadaki birikimleri ve hayal gücü ile dijital oyun dünyasında var olmakta, bu dünyalar belirli noktalarda kesişmektedir. Hayal dünyasındaki her şeyin gerçek ve sanal dünyaya yansıtılması halinde birtakım sorunlar yaşanabileceği gibi, bunun tam tersi de geçerlidir. Sanal dünyada normal karşılanan ya da hayal dünyasında gizlenen şeylerin gerçek dünyada uygulanması halinde suç teşkil edebilmesi; sanal dünyanın baskın hale gelerek gerçek ve hayal dünyasında bozucu etkiler oluşturması bu sorunlardandır. İletişim konusu da dahil olmak üzere dijital oyunlara dair gerçekleştirilen çalışmalar, bu dünyalar arasındaki dengenin ne ölçüde sağlandığı ile ilişkilidir. Dijital oyunlarda şiddet, oyun bağımlılığı, hayalleri simüle etme, rahatlama, sorunlardan kaçma isteği gibi konular bu dünyalar arasındaki söz konusu kesişim noktalarında ön plana çıkmaktadır.

Kaminski ve Witting (2007, s.66) sanal ve gerçek dünyaya dair şu değerlendirmelerde bulunmuştur: Gerçek dünyanın sanal odalardaki uzantıları haline gelmiş olan çevrim içi oyun alanı, aynı zamanda gerçek dünyanın alıştırma ve test odaları haline de gelmektedir. Bu sanal dünyalarda oynarken çeşitli alışkanlıklar

ortaya çıkmakta ve bunlar sanal dünyada olduğu kadar gerçek dünyadaki ilişkilerde de bireye yardımcı olmaktadır. Gerçek dünyada yaşananlara ek olarak sanal oyun dünyası genellikle daha tamamlayıcıdır. Birey sanal oyun kültürünün bir parçası haline gelmekte, diğer oyuncularla sürekli iletişim kurmakta, adeta “sanal bir yuva/vatan” elde etmektedir. En iyi durumda gerçek dünya ve sanal oyun dünyası birbirini tamamlamaktadır. Bireyin yeterlikleri ve sosyal çevresi çevrim içi ortamda bulundukça genişlemektedir. Oyuncular bu ortamlarda, göçmen gemisinin göçmeni konumundadır. Özellikle 30 yaş altındaki oyuncular gerçek dünyada henüz hayatlarını tam anlamıyla rayına oturtamadıkları için sanal oyun dünyasında bir “yuva/vatan” bulmak için kolonize olmaktadır (Aktaran: Sepetci, 2017, s. 101).

Nicolas Ducheneaut ve Robert J. Moore (2005) çok oyunculu çevrim içi oyunlarda sosyal becerileri öğrenmek ile ilgili gerçekleştirdikleri çalışmalarında çevrim içi oyunları oynamanın bilinsizce canavar avlamaktan daha fazlası olduğunu, bir oyun topluluğunun ortak uygulamalarını öğrenmek ve bunlara katılmakla ilgili olduğunu belirtmişlerdir. Onların ifadeleriyle çevrim içi oyunlar, insanlara nasıl tanışılacağı, küçük bir grubun nasıl yönetileceği, onlarla nasıl koordine bir şekilde faaliyette bulunulacağı, nasıl iş birliği yapılacağı ve sosyal etkileşime dahil olunacağı gibi sosyal becerilerin kazanılması konusunda fırsatlar sunmaktadır. Bu çevrim içi sanal dünyalar, kişilerarası iletişimi denemek için gerçek hayata kıyasla daha güvenli bir ortam sağlamaktadır. Çünkü oyun karakterleri, yani avatarlar oyunculara anonimlik sağlamaktadır. Bu ortamlardaki etkileşim hızı, yazılı iletişim kanallarının kullanılmasıyla yavaşlatılmakta ve oyunculara düşünceleri için zaman sağlanmaktadır. Başka bir oyuncuyu rahatsız etme girişimi gerçek şiddete dönüşmemekte ve metinsel olarak tacizde bulunan oyuncular, oyunun özellikleri sayesinde engellenebilmektedir. Oyuncular, nispeten daha güvenli olan bu sanal ortamlarda pratik yaparak gerçek hayatta tanışabilecekleri başkalarıyla etkileşime girme ve onları organize etme konusunda özgüven geliştirebilmekte ve hatta gerçek dünyada oldukça utangaç olan bireyler çevrim içi sanal dünyada oyun gruplarına liderlik edebilmektedir (s. 97-98). Yani Kaminski ve Witting’in belirttiği üzere dijital oyunlar, gerçek dünya için sanal bir staj ortamı sunmaktadır. Dolayısıyla dijital oyun

oynamak, bireyin sosyal etkileşimi, duyguları ve kişisel gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Sepetci, 2017, s. 101).

Cole ve Griffiths'in (2007) gerçekleştirdiği çalışmaya göre dijital oyunlar yukarda belirtilenlerin yanı sıra bireylere ekip çalışması yapabilecekleri, cesaretlerini ortaya koyabilecekleri ve eğlenebilecekleri bir ortam sunmaktadır. Bireyler bu ortamlarda sosyal süreçleri deneyimlemekle kalmamakta, bunlara ek olarak ömür boyu sürecek güçlü arkadaşlık ve ortaklık ilişkileri, hatta evlilikle sonuçlanan duygusal birliktelikler kurabilmektedir (s. 575). Yani dijital oyunlarla kazanılanlar sadece sosyal beceriler değildir.

Özetle dijital oyunlar, boş zamanı değerlendirmek için kullanılan basit eğlenceler olarak kalmamakta, çeşitli kazanımları, gerçek dünyanın bir anlamda provasını yapmayı ve diğer insanlarla iletişim kurarak sosyalleşmeyi sağlamaktadır. Bu bağlamda dijital oyun temelli iletişim kanalları; oyun içi iletişim kanalları, oyun dışı iletişim kanalları ve her iki kategoriye ait özellikleri bünyesinde barındıran diğer iletişim kanalları başlıkları altında ele alınmıştır.

2.4.1. Dijital Oyunların İletişim Kanalları

İletişim alanında ortaya koyduğu “global köy” ve “araç mesajdır” gibi ifadeleriyle birçok öncü çalışmaya imza atan Marshall McLuhan, iletişim araçlarını sıcak ve soğuk araçlar olmak üzere ikiye ayırmıştır. Sıcak araçların aksine soğuk araçların katılımı yüksektir ve birtakım yetenekleri gerektirmektedir (McLuhan, 1994, s. 22-23). Teknolojik cihaz kullanabilme yeteneği gerektiren ve kitlesel bir ortam sağlayan dijital oyunların da soğuk iletişim araçlarından olduğu söylenebilir. İnternet bağlantısı gerektirmeden oynanabilen daha basit yapıdaki dijital oyunlar, ilk bakışta sıcak araçlarmış gibi düşündürebilse de hâlâ teknolojik cihaz kullanabilme becerisi gerektirdikleri için soğuk iletişim aracı olarak ifade edilebilirler.

Dijital oyunlar, çeşitli iletişim yol, yöntem ve araçlarını bünyelerinde barındırmaktadır. Parsons (2005, s. 15-16), “İnternet bağımlılığının bir kolaylaştırıcısı olarak çok oyunculu rol yapma oyunlarının incelenmesi” adlı çalışmasında dijital oyunlardaki soğuk iletişim araçlarını: Mekânsal iletişim, sohbet kanalları, e-posta, ifadeler ve loncalar olarak sınıflamıştır:

Mekânsal iletişim, sınırlı bir çevredeki diğer oyuncular tarafından doğrudan gözlemlenebilen metinler yazılarak sağlanmaktadır. Bu iletişim, konuşmayı simüle etmeyi amaçlamaktadır ve sürükleyici akış sürecini daha da artırmak için genellikle “bağır” ya da “fısılda” gibi seçenekleri içermektedir.

Sohbet kanalları, bir oyun sunucusundaki veya sunucular arasındaki mesafelerde iletişim kurulabilmesini sağlamaktadır. Oyuncular birbirlerine mesaj gönderebilmekte veya bir araya gelmiş oyuncu gruplarıyla oluşturulan kanallarda iletişim kurabilmektedir. Bu sayede oyuncular, oyun içinde arkadaş ya da ortak bulabilmekte ve grup halinde oyun etkinlikleri düzenleyebilmektedir.

E-posta, oyuncuların yeniden oyuna girdiklerinde okuyabilecekleri mesajlar gönderilmesini sağlamaktadır. Bu sayede oyuncuya gönderilen mesaj, oyun dışı bir e-posta gibi alıcısı tarafından okunana kadar beklemektedir. Bazı oyunların e-posta sistemlerinde oyunculara, oyun eşyası ve/veya parası gönderebilme imkânı da sunulmaktadır.

İfadeler, gerçek hayattaki jest ve mimiklere karşılık gelmektedir. Yani oyuncuların, diğer oyunculara sözsüz davranışlarını ve duygularını ifade etmelerine olanak sağlamaktadır. Oyuncu bunu oyun kumandası, ekranı ya da oyundaki karakterini hareket ettirmek şeklinde yapabileceği gibi evet ya da hayır anlamında baş sallama, el sallama, kahkaha atma gibi oyunda sunulan hazır komutları seçerek de yapabilmektedir.

Loncalar, ortak bir amacı paylaşan oyuncular arasındaki, katılımı isteğe bağlı resmi ittifakları ifade etmektedir. Lonca üyeleri arasındaki iletişimi kolaylaştırmak için, loncaya özel sohbet odaları/kanalları oluşturulabilmektedir. Dijital oyunlardaki loncalar, gerçek dünyadaki ortak amaçlar etrafında bir araya gelen gruplar ile benzerlik göstermektedir.

Yukarıda belirtilen iletişim araçlarının yanı sıra çeşitli oyun için ve oyun dışı iletişim yazılımları, sosyal medya ağları ile benzer bir iletişim ortamı sunan dijital oyun marketleri ve bunların iletişim panelleri üzerinden de kişiler arası, grup ve kitlesel boyutlarda iletişim kurulabilmektedir. Tüm bu yol ve yöntemler içerisinde dilin temel ve birincil kullanımı olan yüz yüze iletişim, oyun oynarken insanlar

arasında kurulan iletişimi anlamak için iyi bir başlangıç noktası olmaktadır (Nordvall, 2012, s. 11).

Clark, yüz yüze iletişimi karakterize eden özelliklere dair açıklayıcı bir liste ortaya koymuştur. Bu listeye göre (Aktaran: Nordvall, 2012, s. 12) yüz yüze iletişimde katılımcılar aynı fiziksel ortamı paylaşmakta, birbirlerini görebilmekte, duyabilmekte, birbirlerinin eylemlerini bir gecikme olmaksızın algılayabilmekte, eylemlerini anında ve gerçek zamanlı olarak formüle edebilmekte ve uygulayabilmektedir. Ayrıca kendileri gibi hareket edebilmekte, ne zaman harekete geçeceklerini kendileri belirleyebilmekte ve aynı anda hem mesaj üretebilmekte hem de alabilmektedir.

Yüz yüze iletişim sürecinde gerçekleştirilen eylemler bir kayıt ya da iz bırakmadığı gibi, iletişimin gerçekleştiği ortam da hızla kaybolmaktadır (Aktaran: Nordvall, 2012, s. 12). Bu özelliklerin aksine teknik donanımı haricinde fiziksel bir varlığı olmayan dijital oyunlardaki iletişimde eylemler, iletişime katılanların istemesiyle ya da dışarıdan yapılan müdahalelerle kayıt altına alınabilmektedir. Bununla birlikte birçok noktada dijital iletişim, yüz yüze iletişimden farklı özellikler göstermektedir. Örneğin, sürecin varlığını sağlayan dijital donanım ve internet bağlantısı, bir etken olarak eylemlerin uygulanması sürecine dâhil olmakta ve zaman zaman bir gürültü kaynağı haline dönüşebilmektedir. Teknik olanaklara bağlı olarak ne zaman harekete geçeceklerini belirleyebilen iletişim katılımcıları, belli kimlik özelliklerini sanal ortamlarda da ön plana çıkarabilirken; diğer özelliklerini yüz yüze iletişimde olduğundan daha kolay bir şekilde gizleyebilmektedir. Bu gizleme sürecinin daha kolay ve rahat bir şekilde yapılabilmesinin nedeni, bireyleri ele verecek ses, mimik, beden dili gibi bazı ipuçlarının sanal ortamlarda görülememesidir (Akkaş, 2015, s. 115). Jest ve mimikler doğrudan görülemediği için emoji adı verilen grafiklere ihtiyaç duyulabilmektedir. Ancak bu grafiklerin samimi bir şekilde kullanılıp kullanılmadıklarını anlamak yüz yüze iletişime kıyasla daha zordur.

Dijital oyunların iletişim kanalları devam eden sayfalarda; oyun içi, oyun dışı ve diğer iletişim kanalları ana başlıkları altında, çeşitli alt başlıklarla ele alınarak örnekleriyle birlikte açıklanmıştır.

2.4.1.1. Oyun İçi İletişim Kanalları

Her dijital oyun, tüm iletişim yol ve yöntemlerini bünyesinde barındırmamakla birlikte, oyuncuya çeşitli iletişim imkânları sunmaktadır. Oyun içi iletişim kanalları, oyun dışında bir yazılıma/programa gereksinim duymadan oyun oynarken kullanılabilen kanallardır. Bu kanallarda mesajlar, yazılı ya da sesli olarak iletilebileceği gibi görüntülü olarak da iletilebilmektedir.

2.4.1.1.1. Sesli İletişim Kanalları

Sesli iletişim, seslerin sözcüklere dönüşmesiyle gerçekleşen iletişimdir (Güngör, 2018, s. 47). Sözlü iletişim olarak da adlandırılan bu iletişim, bilinen en eski iletişim türüdür. Ancak, işitme duyusu ile ilgili olduğunu vurgulamak amacıyla sesli iletişim olarak adlandırılmıştır. Sesli iletişimde mesajlar bellidir ve bu mesajlar, üzerinde anlaşılmış bir semboller sistemi olan dil ve o dile özgü sesler ve sözcüklerle kodlanmıştır. Bu iletişim sese, konuşmaya ve dinlemeye dayalı bir iletişim türüdür (Kaya, 2010, s. 19). Yüz yüze iletişimin aksine dijital oyun ortamında gerçekleşen bu iletişimde, anlık etkileşim söz konusudur ve genellikle, oyun içinde oyuncunun istediği zaman değiştirebileceği şekilde tanımlanan bir tuşa basılarak kişiye, gruba ya da aynı oyun ortamında bulunan tüm oyunculara hitap etmek şeklinde gerçekleşmektedir. Ancak bu iletişimin varlığı, dijital ortamlarda oyuncuların sözlerini taşıyabilecek cihazların varlığına bağlıdır. Zira oyuncunun sesini iletibilmesi için bir mikrofona, diğer oyuncuların bu sesi duyabilmesi için ise, kulaklık ya da hoparlöre ihtiyaç duyulmaktadır.

Oyuncuların iletişim kurabilmesi için sunulan olanaklar, her oyunda aynı özellikleri taşımamaktadır. İletişim kurabilmek için izlenecek yol, oyun tasarımcılarının tercihi ve oyuncuya sunulan tuş ayarlama seçenekleri gibi imkânlar doğrultusunda değişiklik gösterebilmektedir. Bu nedenle her bir dijital oyun için geçerli olacak net açıklamalar yapmak mümkün değildir. Ancak bazı oyunları ele alarak örnek vermek gerekirse, sesli iletişim olanaklarını bünyelerinde barındıran PUBG Mobile ve Counter-Strike: Global Offensive oyununa dair bazı örnekler ve açıklamaları aşağıdaki gibidir.

Şekil-9: PUBG Mobile Oyun İçi Sesli İletişim Kanalları



Kaynak: Tencent Mobile (2018). PUBG Mobile, Tencent Mobile.

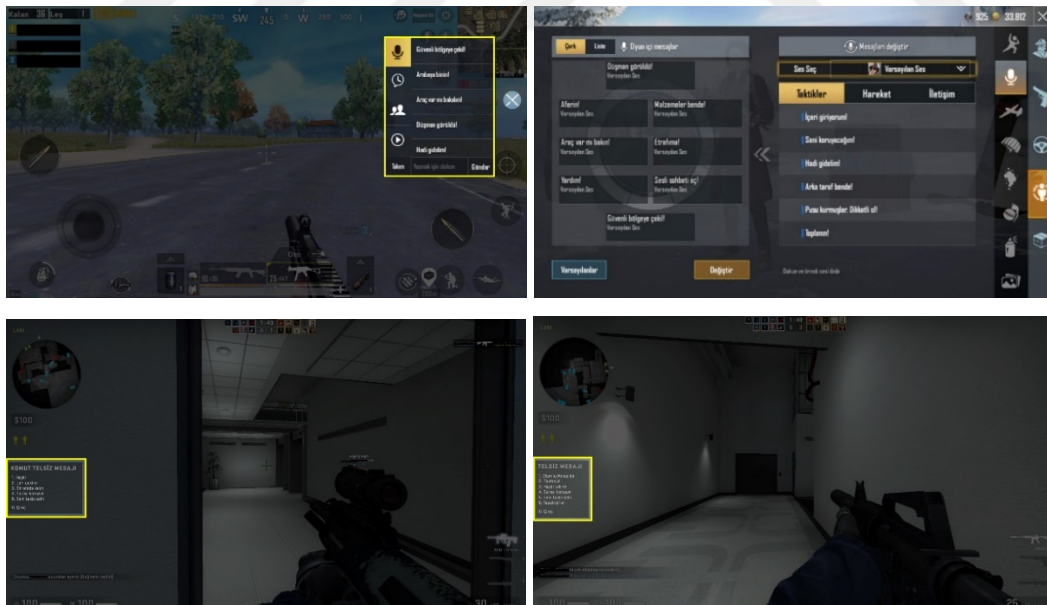
Bilgisayar sistemlerinde sesli iletişim kurabilmek için ek olarak bir mikrofon, kulaklık ya da hoparlöre ihtiyaç duyulurken; mobil cihazlarda böyle ek donanımlara ihtiyaç duyulmamaktadır. Bu sayede oyuncu, kolaylıkla sesini diğer oyunculara iletebilmektedir. Bu durum, mobil oyunların ön plana çıkmasında etkili olan unsurlardan biridir.

Şekil 9'da görülebileceği üzere, oyuna başlamadan önce oyuncunun son envanter düzenlemelerini yapabildiği ve takım arkadaşlarını görebildiği bir nevi bekleme odası olan oyun lobiğinde ve oyun esnasında takım arkadaş(lar)ı ya da oyundaki diğer tüm oyuncularla sesli iletişim kurulabilmektedir. Bunun için ekrandaki ilgili bölüme basılarak mikrofonun ve hoparlörün/kulaklığın aktif hale getirilmesi gerekmektedir. Diğer oyuncuların da aynı işlemi gerçekleştirmeleri halinde çift yönlü iletişim kurulabilmektedir. Takım arkadaşlarıyla mı yoksa oyundaki tüm oyuncularla

mı iletişim kurulacağı genellikle oyuncunun tercihinin bırakılmaktadır. Bunun için ise, oyunda tanımlanan bir tuşa ya da ekrandaki belirli bir ikona basılması gerekmektedir. Oyuncu, kendisine sunulan olanaklar kapsamında istemesi halinde bu tuş ya da ikonu değiştirebilmekte, kendi sesinin ve diğer oyuncuların seslerinin seviyesini ayarlayabilmektedir.

Şekil 9'da görüldüğü üzere PUBG Mobile oyununun bekleme odasında mikrofon ve hoparlör seçeneklerine sadece takım arkadaşları ile konuşabilmek için yer verilmektedir. Oyun içinde ise hem takım arkadaşları hem de oyundaki diğer oyuncularla iletişim kurabilmek için çeşitli seçeneklerin sunulduğu görülmektedir. Oyuncu, kendi sesini sadece takım arkadaşlarına ya da oyundaki tüm oyunculara iletebilmekte, aynı şekilde sadece takım arkadaşlarının ya da tüm oyuncuların seslerini duyabilmektedir. Bunun için de oyunculara çeşitli seçenekler sunulmaktadır. Oyuncu bir tuşa bastığı sürece sesini iletebilmekte ya da bir tuşa basarak mikrofonunu açabilmekte ve aynı tuşa tekrar basana kadar sesli iletişim kurabilmektedir.

Şekil-10: PUBG Mobile ve CSGO Oyun İçi Sesli İletişim Kanalları

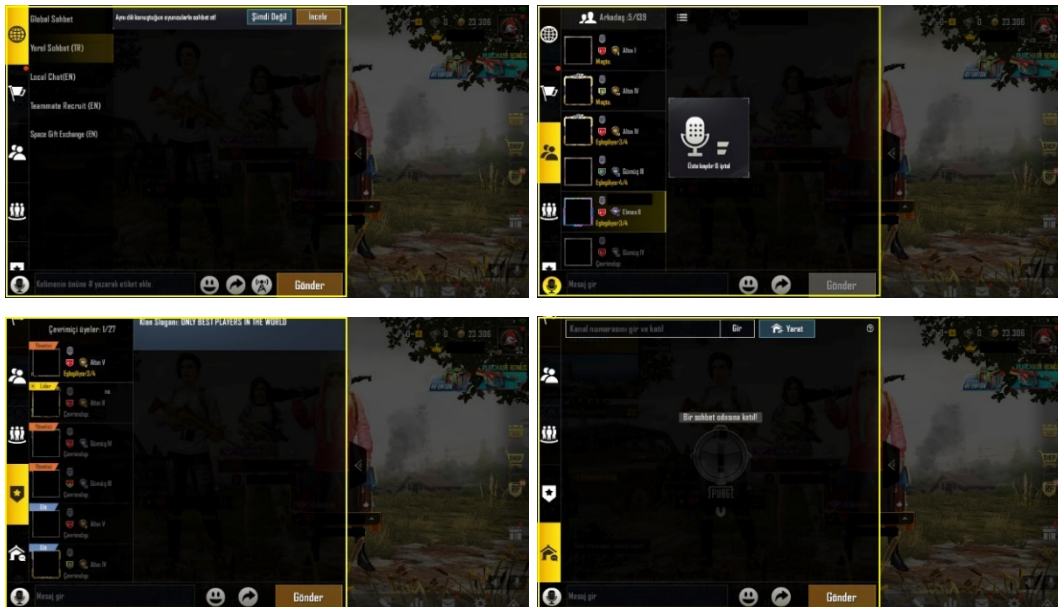


Kaynak: Tencent Mobile (2018). PUBG Mobile, Tencent Mobile; Valve, Hidden Path Entertainment (2012). Counter-Strike: Global Offensive, Valve.

Yüz yüze iletişimden farklı olarak dijital oyunlarda oyuncular, kendi sesleri, yazdıkları metinler ve oyun karakteriyle gerçekleştirdikleri serbest eylemlerle iletişim kurabilecekleri gibi, oyun sisteminde tanımlı olan birtakım hazır seslendirmeler,

metinler ve karakter animasyonları ile de iletişim kurabilmektedir. Oyuncular bu hazır ses, metin ve animasyonları, eğlenmek, hızlı bir şekilde iletişim kurabilmek ya da konuşmak için müsait olmadıkları zamanlarda tercih etmektedir. Bazı oyunlarda hazır metinler ve seslendirmeler birlikte kullanıma sunulmaktadır. Yani tercih edilen hazır metin aynı zamanda seslendirilmektedir. Oyuncular bu hazır metinleri hem okuyabilmekte hem de oyun seslerinin açık olması halinde duyabilmektedir. Counter-Strike gibi bazı oyunlarda bu seslendirilmiş metinlerin tamamı kullanıma sunulurken; PUBG gibi bazı oyunlarda ise, sınırlı sayıdaki hazır metnin kullanılmasına izin verilmektedir. İsteddiği sesli metinleri seçen ve dilediği zaman değiştirebilen oyuncular, oyunun sınırları kapsamında hazır seslendirmelerin şiddetini ve ses tonunu da düzenleyebilmektedir. Diğer oyuncular bu seslendirilmiş metinleri kendi sesleri, metinleri ya da oyun karakteriyle gerçekleştirecekleri serbest eylemler ile cevaplayabilecekleri gibi, bir sesli metin, karakter animasyonu ya da diğer birtakım iletişim unsurlarını tercih ederek de cevap verebilmektedir. Böylece iletişim süreci, mikrofon, kulaklık ya da oyun oynarken içinde bulunulan fiziksel ortamdan kaynaklanan sorunlara rağmen kesintiye uğramadan devam edebilmektedir.

Şekil-11: PUBG Mobile Oyun İçi Diğer Sesli İletişim Kanalları



Kaynak: Tencent Mobile (2018). PUBG Mobile, Tencent Mobile.

Çevrim içi dijital oyunlarda takım arkadaşlarıyla, rakip takımın oyuncularıyla ya da oyun odasındaki tüm oyuncularla iletişim kurulabildiği gibi, lonca/klan/grup

üyeleri, arkadaş olarak eklenen diğer oyuncular ve oyun sunucusunda yer alan tüm oyuncularla da iletişim kurulabilmektedir. Ayrıca belirli kişilerle özel olarak iletişim kanalları oluşturulabilmekte ya da oluşturulan kanallara dâhil olunabilmektedir. Oyunlardaki iletişim her dijital oyunda aynı olmamakla birlikte genellikle kişiden kişiye, kişiden takıma, kişiden gruba/loncaya/klana ve kişiden oyun sunucusuna olabileceği gibi, oyuna davet etme ve canlı yayın yapma özellikleri ile kişiden oyun sunucusu dışındaki bireyler de dâhil olmak üzere kitlesel boyutta da gerçekleştirilebilmektedir. Söz konusu iletişim süreçleri yazılı ve görüntülü bir şekilde gerçekleştirilebileceği gibi, Şekil 9, 10 ve 11’de görüldüğü üzere sesli olarak da gerçekleştirilebilmektedir. Bu kapsamda sesini kişiye, gruba ve kitleye duyurabilen oyuncu, kendini izole ederek iletişim kurmamayı da tercih edebilmektedir.

Oyun içi loncalarda/klanlarda/gruplarda gerçekleştirilen iletişim, gerçek dünyadaki örgütsel yapılarla benzerlik göstermektedir. Zira bu oyun içi grupların da yöneticileri, yardımcı yöneticileri ve üyeleri bulunmaktadır. Bu yönetim yapısı içinde yönetici ve üyeler, üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmekle yükümlüdür. Gruba zarar veren ya da istenilmeyen davranışlarda bulunanlar, yönetici ve diğer üyeler tarafından uyarılabilmekte ya da gruptan uzaklaştırılabilmektedir. Tüm bu süreçler yarı resmi denilebilecek bir iletişimle ve genel olarak yazılı olmayan kurallar doğrultusunda en az bir otoritenin yönetiminde gerçekleştirilmektedir. Bu bakımdan dijital oyunlardaki loncalar/klanlar/gruplar, gerçek dünyadaki örgütsel yapıların bir simülasyonu olma niteliği taşımaktadır. Bu simülasyon, söz konusu örgütlerin yönetim yapılarıyla birlikte iletişim yapılarını da kapsamaktadır.

2.4.1.1.2. Yazılı İletişim Kanalları

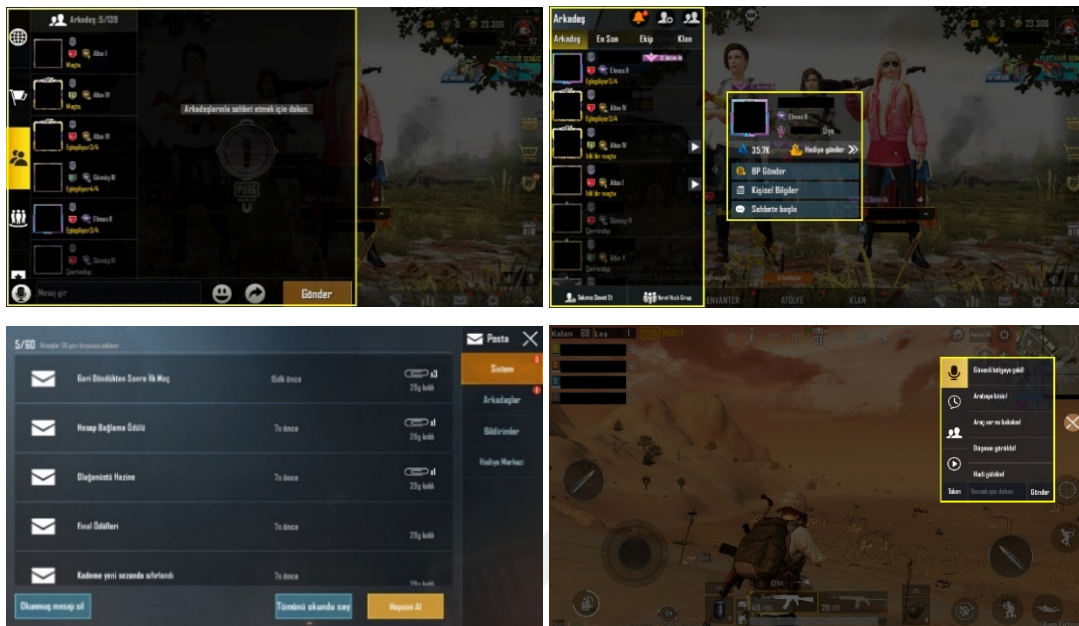
Yazılı iletişim, diğer iletişim türlerinden farklı olarak bir metin veya belge üzerinden gerçekleşmektedir (Fidan, 2009, s. 47). Bu nedenle yazılı iletişim, sesli iletişime oranla gecikmeli olarak sürdürülmektedir. Çünkü yazılı iletişimde iletinin alınması, algılanması, yorumlanması ve bunun sonucunda bir tepki verilmesi yüz yüze iletişimde olduğu gibi aynı yerde ve anda olmaktan ziyade, farklı yerlerde daha çok zamana yayılmış bir şekilde gerçekleşmektedir (Gökçe, 2010, s. 90). Yazı ile birlikte kayıt olanağı bulan sesli iletilerin zamansal düzlemde kalıcılılaşmasının ve uzamsal

düzlemde de yaygınlaşmasının sağlanmasıyla birlikte yazılı iletişim, insan iletişiminin evrensel düzeye taşınabilmesini sağlamıştır. Bu nedenle yazılı iletişim, sesli iletişimin kayıtlara geçen biçimi olarak da değerlendirilebilir (Güngör, 2018, s. 48).

Yazı, insanların ve toplumların geçirdikleri kültürel ve toplumsal gelişim süreçlerinin bir ürünüdür. Ancak yazılı olarak iletişim kuran her toplum, kendi yazı dillerini belirli aşamalardan geçerek oluşturmamış, başka toplumların yazı sistemini alarak kendi dillerine uyarlamıştır (Zıllıoğlu, 2003, s. 170). Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte toplumların yazılı iletişim biçimlerine, dijital oyunlar gibi sanal ortamlardaki iletişim biçimleri de dâhil olmuştur. Bu iletişim çeşitli kültür ve toplumlardan izler taşıyabildiği gibi, kendine has yeni bir yapı da sunmaktadır. Günlük yaşamda daha önce kullanılmayan tweet atmak, fotoğraf beğenmek, yorum yapmak, içerik paylaşmak, oyun daveti yapmak, yetenek ağacı, seviye atlamak, arkadaş olarak eklemek ya da arkadaşlıktan çıkarmak gibi ifadeler, bu yeni iletişim ortamının kendine has kültürel yapısını ortaya koymaktadır.

Sesli iletişim kanalları için olduğu gibi yazılı iletişim kanalları için de her bir dijital oyun için geçerli ortak açıklamalarda bulunmak mümkün değildir. Yine, geniş iletişim olanaklarına sahip olan PUBG Mobile oyunu üzerinde yapılan incelemeden hareketle dijital oyunların yazılı iletişim kanallarına dair yapılan açıklamalar, örnekleriyle birlikte aşağıda yer verildiği gibidir.

Şekil-12: PUBG Mobile Oyun İçi Yazılı İletişim Kanalları

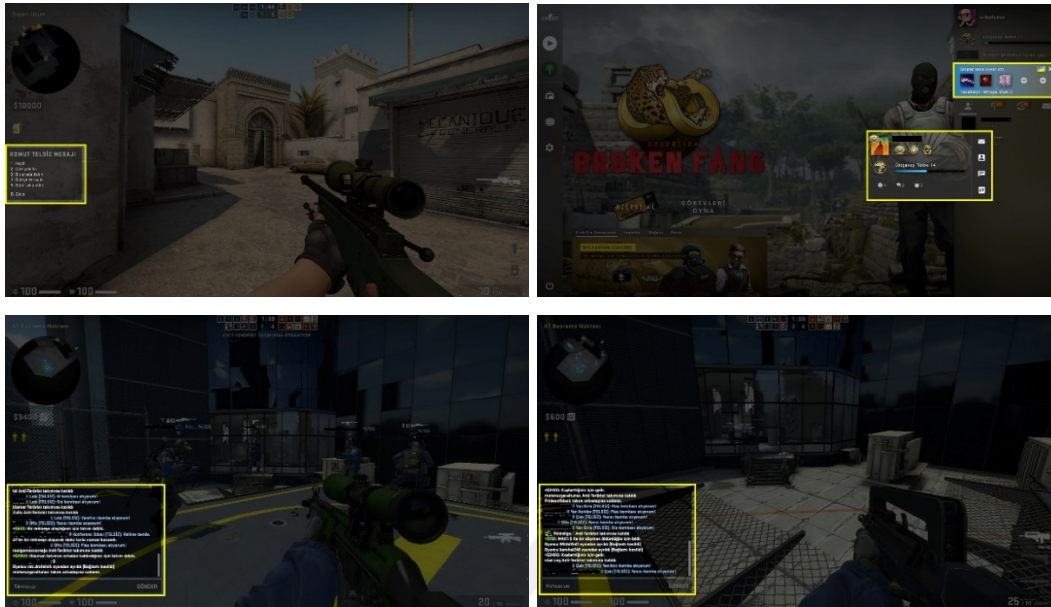


Kaynak: Tencent Mobile (2018). PUBG Mobile, Tencent Mobile.

Oyunda, seslendirilmiş hazır metinlerin seçilmesiyle yazılı iletişim kurulabileceği gibi, istenilen bir metnin yazılmasıyla da iletişim kurulabilmektedir. Kişiler arasında yazılı iletişim, bir oyuncuya doğrudan özel mesaj göndererek, oyuna girdiğinde okuması için içerisine çeşitli oyun hediyelerinin de eklenebileceği e-posta göndererek ya da çok oyunculu dijital oyun ortamında sadece istenilen kişinin görebileceği şekilde mesaj göndermek için genellikle “fısılda” olarak adlandırılan yöntem kullanılarak kurulabilmektedir. Oyun esnasında rakibe karşı taktik geliştirmek için sadece takım arkadaşlarına metin yazılabildiği gibi, takım arkadaşlarıyla aynı anda rakip oyunculara da hitap edilebilmektedir. Bunun yanı sıra arkadaş listesindeki oyunculara, lonca/klan üyelerine ve oyun sunucusundaki tüm oyunculara da mesaj gönderilebilmektedir. Oyunlarda sunulan imkânlar doğrultusunda bu mesajlara çeşitli emoji ve çıkartmalar gibi görsel içerikler de eklenebilmektedir. Oyuncular arasındaki iletişimi sağlayan bu kanallardan bir tanesi olan e-postalar, oyun yapımcıları tarafından oyuncuları çeşitli konularda bilgilendirmek amacıyla da sıklıkla kullanılmaktadır.

Bir başka oyundan örnek vermek gerekirse, Counter-Strike: Global Offensive oyununda sunulan yazılı iletişim kanalları şöyledir:

Şekil-13: Counter Strike: Global Offensive Oyun İçi Yazılı İletişim Kanalları



Kaynak: Valve, Hidden Path Entertainment (2012). Counter-Strike: Global Offensive, Valve.

Counter-Strike oyununda da oyun içinde takım arkadaşlarına ve rakipler dâhil tüm oyunculara hitap edilmesini sağlayan kanallarla birlikte, istenilen oyuncuya doğrudan mesaj iletilmesini sağlayan kişiye mesaj gönderme, belirli oyuncularla oluşturulan gruba mesaj gönderme ve seslendirilmiş hazır telsiz mesajları ile iletişim kurma seçenekleri bulunmaktadır. Ancak, temel olarak aynı amaca hizmet etseler de, söz konusu iletişim kanallarının kapsamı ve bu kanallara erişim yolları oyuna göre farklılaşmaktadır. PUBG Mobile oyununda mobil cihazların yapısı gereği ekranda belirlenen bölgeye basılmasıyla açılan mesaj kanalı, Counter Strike oyununda belirlenen tuş(lar)a basılması halinde açılmaktadır. Ayrıca oyunlar, yapılarına ve kurgularına göre bazı iletişim kanallarını içerirken, bazılarını içermeyebilir.

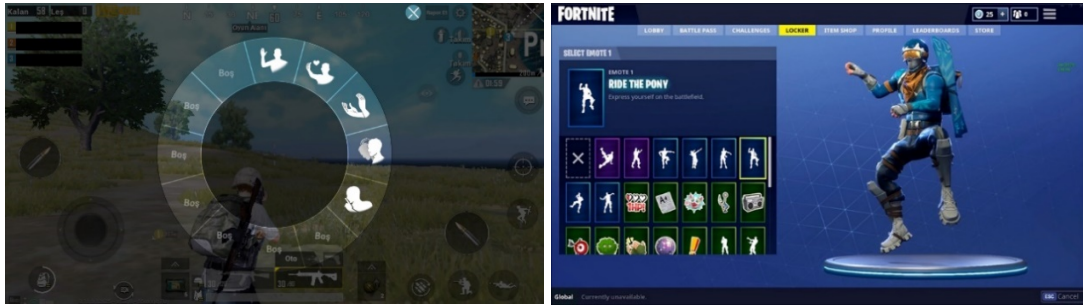
2.4.1.1.3. Görsel İletişim Kanalları

Oyuncuların oyun içinde fare, klavye gibi cihazlarla yaptıkları serbest hareketler, oyun sisteminde tanımlı şekilde sunulan animasyonlar ve kullanılan çeşitli çıkartma, grafiti gibi görseller bu başlık altında ele alınmıştır. Söz konusu animasyonlar ve fare, klavye ile yapılan serbest hareketler, dijitalleşmiş beden dili olarak ifade edilebilir.

Beden dili, neredeyse kullandığımız her sözü, her cümleyi bilinçli ya da içgüdüsel bir şekilde sembolik kodlarla anlamlandırdığımız ve kurduğumuz iletişimler esnasında kullandığımız bir dildir (Keskin, 2015, s. 11). Kısaca beden dili, herhangi bir söz ya da metin kullanmadan jest, mimik, duruş şekli gibi beden hareketleriyle sağlanan iletişimdir. Yüz yüze iletişimde beden dili, iletişime katılan kişilerin vücutları ile ortaya konulurken; dijital oyunlarda oyun yazılımının sınırları dâhilinde oyuncu tarafından kontrol edilen oyun karakterleriyle, yüz yüze iletişime kıyasla tepkisel olmaktan daha uzak bir şekilde ortaya konulmaktadır. Bu nedenle söz konusu iletişim kanalını beden dili yerine, doğrudan göze, yani görsel algıya hitap eden bir iletişim biçimi olarak tanımlanan görsel iletişim şeklinde değerlendirmek daha doğru olacaktır (Güngör, 2018, s. 49).

Bilgisayar, mobil cihazlar ve konsollarda oyuncular, belirli tuşlara basarak oyun karakterinin eğilmesini, yere yatmasını, koşmasını, zıplamasını ve benzeri çeşitli hareketleri gerçekleştirmesini sağlayabilmektedir. Bu hareketler, oyun oynayabilmek için gerekli olan temel hareketler olarak değerlendirilebilir. Bunların yanı sıra oyuncu, sağa-sola ya da yukarı-aşağı fare hareketleriyle evet ya da hayır anlamına gelecek şekilde oyun karakterinin başını da hareket ettirebilmektedir. Bu serbest hareketlerin yanı sıra “Merhaba”, “Hoşça kal” “Gel”, “Sessiz ol”, “Tebrikler” gibi anlamlara gelen, iletişim kurmaya yönelik ve çeşitli dans figürleri gibi tamamen eğlenmeye yönelik karakter animasyonları da oyuncuların kullanımına sunulmaktadır. Söz konusu karakter animasyonlarına dair PUBG Mobile ve Fortnite oyunlarında yer alan örnekler aşağıdaki gibidir.

Şekil-14: PUBG Mobile ve Fortnite Karakter Animasyonları



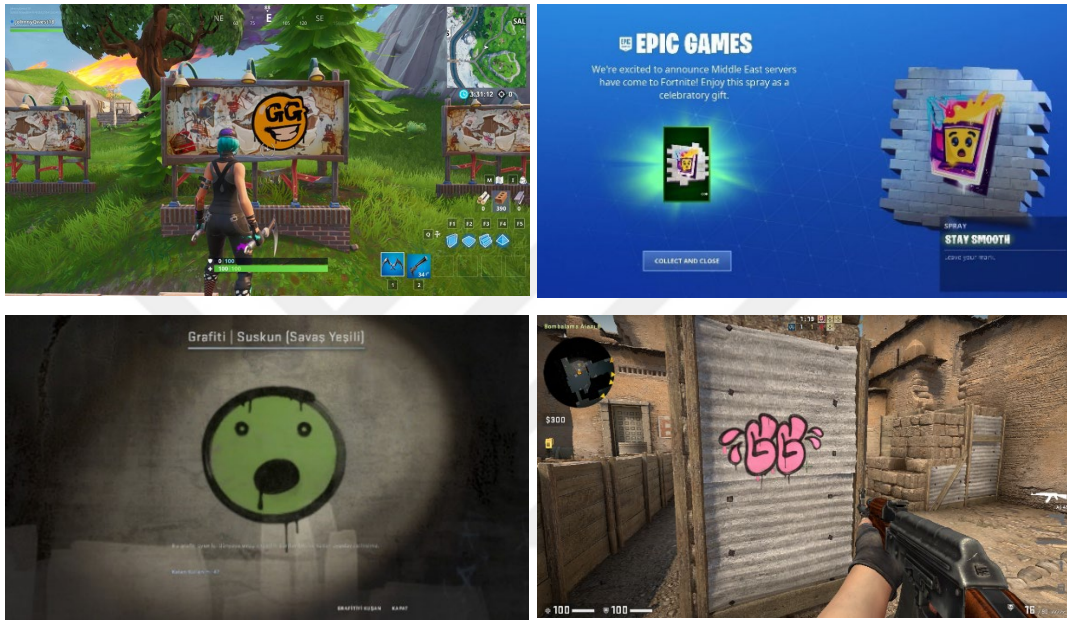
Kaynak: Tencent Mobile (2018). PUBG Mobile, Tencent Mobile; Epic Games (2017). Fortnite, Epic Games.

Oyucular oyundaki ilerleme durumları, başarıları ve/veya satın aldıkları içeriklere göre kazandıkları karakter animasyonlarını, oyun menüsünden izleyerek seçebilmekte ve oyun içinde kullanabilmektedir. Şekil 14’te görülebileceği üzere oyuncu, alkışlamak, el sallamak, sus işareti yapmak ve mutluluk belirtisi olması itibarıyla bir anlamda iletişim kurulmasını sağlayan dans etmek gibi çeşitli karakter animasyonları ile iletişim kurabilmektedir. Ayrıca, oyun içinde takım arkadaşlarıyla hızlı ve sonuç odaklı iletişim kurulabilmesini sağlayan “orada”, “düşman görüldü” gibi sesli, yazılı ve görsel olarak ekranda beliren işaretler de bulunmaktadır. Bu işaretler aynı zamanda, parmakla işaret etmek gibi bazı animasyonları da içerebilmektedir.

Yüz yüze iletişimde karşılıklı olarak sergilenen beden dilinin, dijital oyunlarda oyuncunun kontrolündeki oyun karakteriyle oyun yazılımının sınırları dâhilinde gerçekleştirilmesi nedeniyle arka planda kaldığı söylenebilir. Zira dijital oyunlarda beden dilinin içgüdüsel olarak kullanılması pek mümkün olmamaktadır. Kişi oyundaki iletişimi esnasında hissettiklerini, jest ve mimiklerini dijital bir ekrana karşı sergileyebileceği ve oyun karakterinin serbest hareketleriyle çok azını diğer oyunculara yansıtabileceği için diğer oyuncular bunu fark etmeyecektir. Fark etseler bile, yüz yüze iletişimde meydana gelen anlık etki tepki durumu ortaya çıkmayacaktır. Ancak, sanal gerçeklik (VR) teknolojisi ile oyun karakterlerinin hareketleri esneklik kazanmış ve mimikler için geçerli olmasa da korku esnasındaki tepkiler gibi çeşitli beden dili ifadeleri daha doğal bir şekilde sergilenebilir hale gelmiştir. Bu sayede görsel anlamda daha doğal bir iletişim kurulabilmektedir.

Beden dilinin yanı sıra çeşitli grafiti/sprey boyamalar da dijital oyunlarda yer alan görsel iletişim unsurlarındandır. Bir koleksiyon ürünü olma özelliği de gösteren sprej/grafiti boyamalar, genellikle eğlence unsuru olarak kullanılmakla birlikte, bir ileti niteliği de taşımaktadır. Söz konusu grafiti/sprey boyalamalara dair Fortnite ve CS:GO oyunlarında yer alan örnekler aşağıdaki gibidir.

Şekil-15: Fortnite ve Counter Strike: Global Offensive Sprey/Grafiti Örnekleri



Kaynak: Epic Games (2017). Fortnite, Epic Games; Valve, Hidden Path Entertainment (2012). Counter-Strike: Global Offensive, Valve.

Yukarıdaki verilen örneklerde de görülebileceği üzere bazı grafitiler/sprey boyamalar bir mesaj taşımazken, bazıları ise “good game”, yani iyi oyun ifadesinin kısaltması olan “GG” gibi basit mesajları içerebilmektedir. Oyuncular bu içerikleri bir koleksiyon ürünü olarak birbirlerine gösterebildikleri gibi, oynanan oyundan keyif almak, memnun olmak gibi duygu ve düşüncelerini ifade etmek için de kullanabilmektedir.

Sunulan iletişim yol ve yöntemlerine ek olarak oyuncular, canlı yayın yapmıyor olmalarına rağmen arkadaşlarının oyunlarını eş zamanlı olarak izleyebilmekte ve onlarla aynı sanal ortamda bir araya gelerek iletişim kurabilmektedir.

Genel olarak oyun içerisindeki iletişim olanakları, oyunların sınırları çerçevesinde oyuncunun istediği ayarlamaları yapabileceği şekilde sunulmaktadır.

Zira mobil oyunlarda ikonların işlevi, konumu ve oyun seslerinin seviyeleri ayarlanabildiği gibi, bilgisayar ve konsol oyunlarında da yazışma, sesli ya da görsel iletişim kanallarının hangi tuşla açılacağı ve oyuncuların ses seviyeleri ayarlanabilmektedir. Bununla birlikte oyuncular, duymak istemedikleri oyuncuların seslerini kapatarak kimlerle iletişim kuracaklarını seçebilmekte, iletişim sürecinde bir gürültü kaynağı haline gelebilen oyun müziği ve tuş seslerini azaltabilmekte ya da kapatabilmektedir. Bu seçenekler, gerçek dünyaya kıyasla dijital oyun dünyasında kurulan iletişimde, kullanıcı kontrolünün daha güçlü olduğunu göstermektedir.

2.4.1.2. Oyun Dışı İletişim Kanalları

Oyun dışı iletişim kanalları, oyun yazılımı dışında yer alan dijital iletişim kanalları ve oyuncuların fiziksel olarak aynı ortamda bulundukları oyun dışı yüz yüze iletişim kanalları olmak üzere iki başlıkta ele alınmıştır.

2.4.1.2.1. Oyun Dışı Dijital İletişim Kanalları

Bu iletişim kanalları, doğrudan oyun yazılımı içinde yer almayan, oyunla doğrudan bir bağlantısı bulunmayan ya da oyuna sonradan bağlanan eklenti ve programlardır. Bu iletişim kanalları, dijital oyun marketleri/platformları ve oyun dışı iletişim programları olmak üzere iki başlıkta ele alınmıştır. Söz konusu platform ve programlar, sahip oldukları özellikler itibarıyla birden fazla oyun içi iletişim kanalını bünyelerinde barındırabilmektedir.

2.4.1.2.1.1. Dijital Oyun Marketleri

Dijital oyunlar kutulu olarak mağazalardan satın alınabileceği gibi, dijital oyun marketlerinden de satın alınabilmektedir. Bu dijital oyun marketlerinden bazıları sadece alışveriş yapmaya yönelik oluşturulurken, bazıları çeşitli özellikleriyle sosyal bir platform olma özelliği de göstermektedir. Her bir dijital oyunun iletişim yapısını açıklamak mümkün olmadığı gibi, her bir dijital oyun marketinin yapısını açıklamak da mümkün değildir. Zira dijital oyunlar ve oyun marketleri sürekli olarak güncellenmekte, kullanıcılara yeni özellikler sunmakta ya da mevcut özelliklerin kullanım şekillerini değiştirmektedir. Bu nedenle bu başlık altında, en çok bilinen mobil, konsol ve bilgisayar oyun marketleri/platformları, sundukları iletişim

olanaklarıyla birlikte açıklanmış ve bilgisayar oyun marketleri arasında kapsamı en geniş olan Steam detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Söz konusu dijital oyun marketleri/platformları birer market olarak değerlendirilmektedir. Çünkü kullanıcılar bu marketlerden kredi kartı, banka kartı, mobil ödeme ya da hesaba para yükleme yöntemiyle oyun satın alabilmektedir. Aynı ortamlar birer iletişim platformu olarak da değerlendirilmektedir. Çünkü sadece oyun satın alınan bir market olmaktan ziyade, çeşitli iletişim ve etkileşim olanaklarını da bünyelerinde barındırmaktadırlar. Söz konusu oyun merkezli dijital ortamların ticari yapılarından ziyade sundukları iletişim olanakları inceleniyor olmasına rağmen, mobil, bilgisayar ve konsol cihazlarıyla ilgili bir anlam karmaşasının ortaya çıkmaması için bundan sonra söz konusu dijital ortamlar “oyun marketleri” şeklinde ifade edilecektir.

2.4.1.2.1.1.1. Mobil Oyun Marketleri

Dünya genelinde en çok bilinen ve kullanılan iki mobil işletim sistemi olan Android ve IOS işletim sistemli cihazlara uygulamalar, oyunlar, kitaplar gibi çeşitli içerikler indirebilmek ve yükleyebilmek için oluşturulan, işletim sistemlerine özel marketler bulunmaktadır. IOS işletim sistemli cihazlar için Apple tarafından geliştirilen App Store kullanılırken; Android cihazlara içerik indirebilmek için Google tarafından geliştirilen Google Play Store kullanılmaktadır. Android cihazlar için çeşitli markaların geliştirdiği çeşitli uygulama marketleri de bulunmaktadır. Ancak bu marketler, Google Play Store kadar yaygın kullanılmamaktadır.

Kullanıcıların oyunlar da dâhil olmak üzere çeşitli içerikleri satın almak için girdikleri bu dijital marketler, beğenilme durumlarına göre içeriklerin puanlanabilmesi, değerlendirme yorumları yazarak içerik üreticileri ve diğer kullanıcılar için mesaj bırakılabilmesi gibi çeşitli iletişim olanakları da sunmaktadır. Kullanıcılar, söz konusu marketlerin sahip oldukları yoğun çeşitlilik içinden beğendikleri ücretli ya da ücretsiz oyunları indirerek cihazlarına yükleyebilmektedir. Ne indireceklerine karar verememeleri halinde ise, diğer kullanıcıların verdikleri puanları ve yaptıkları yorumları inceleyebilmekte, market yöneticileri ile kullanıcılar

arasında bir nevi iletişim kurulmasını sağlayan ve belirli periyodlarla güncellenen “editörün seçimi” ya da “günün oyunu” köşelerinden yararlanabilmektedir.

2.4.1.2.1.1.2. Konsol Oyun Marketleri

Bu marketler ve bir sonraki başlıkta ele alınan bilgisayar oyun marketleri, mobil oyun marketlerinin sunduğu oyun satın alma, oyunları puanlama ve yorumlama özelliklerinin yanı sıra, sunduğu çeşitli iletişim olanaklarıyla birer sosyal ağ olma niteliği de taşımaktadır. Dünya genelinde en çok tercih edilen iki oyun konsolu markası olan Playstation ve Xbox’ın, müşterilerinin iletişim halinde olarak birlikte oyun oynayabilmeleri için oluşturdukları kendi iletişim ağları bulunmaktadır.

Playstation resmi internet sayfasında “...oyuncuların, bizimle ve diğer oyuncularla iletişim kurmasını sağlıyoruz.” şeklinde tanımlanan PSN (PlayStation Network) ağı, 2008 yılında Sony Computer Entertainment tarafından oluşturulan çevrim içi çok oyunculu oyun ve medya aktarma servisi. Bu ağ sayesinde dünyanın farklı bölgelerinden insanlar, internet üzerinden yazılı, sesli ve görüntülü olarak iletişim kurarken, aynı oyunları eş zamanlı olarak oynayabilir hale gelmişlerdir (Playstation, 2020). PSN ağına, bilgisayar ve konsol ekranlarından erişilebildiği gibi mobil cihazlardan da erişilebilmektedir. Oyuncular, PSN ağına diğer oyuncularla iletişim kurabilmekte, topluluk ve etkinlik oluşturabilmektedir. Ayrıca konsol oyunlarını, ikinci ekran ve uzaktan oynama özellikleriyle platformlar arası veri akışını sağlayarak mobil cihazlardan da oynayabilmektedirler. Bu sayede, farklı platformlara ilgi duyan oyuncuların, aynı oyunun sanal ortamında bir araya gelerek iletişim kurabilmesi mümkün hale gelmektedir.

Microsoft tarafından üretilen Xbox oyun konsolunu tercih eden oyuncuların iletişim kurabilmesi için ise, bu platforma özel olarak sunulan Xbox Live ağı kullanılmaktadır. Oyuncular bu ağ üzerinden topluluklar kurarak arkadaşlarıyla oyun oynayabilecekleri gibi, film ve oyun satın alabilmekte, televizyon izleyebilmekte ve internette arama yapabilmektedir. Ayrıca oyuncular, mobil ve bilgisayar platformlarından konsol ekranına erişilebilmesini sağlayan çapraz platform desteği ile farklı platformlardaki arkadaşlarıyla iletişim kurabilmektedir. Bu bakımdan Xbox

Live ağı, oyun merkezli spesifik bir sosyal ağ olmaktan ziyade, oyun merkezli, çok amaçlı bir sosyal ağ olma özelliği göstermektedir.

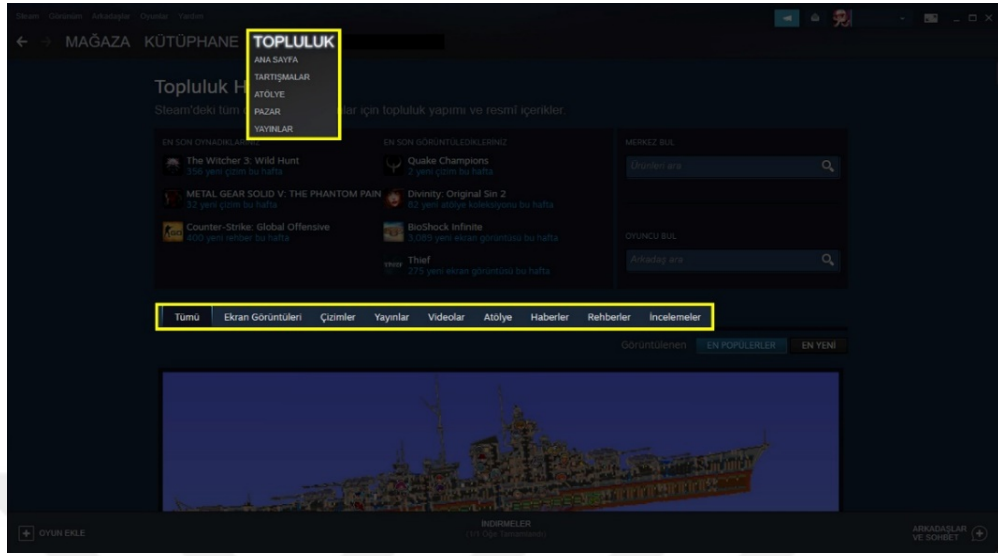
2.4.1.2.1.1.3. Bilgisayar Oyun Marketleri

Tüm oyun platformları içinde sahip oldukları düzenlenebilir yapıları itibariyle bilgisayarlar, en fazla oyun marketinin olduğu cihazlardır. Öyle ki son yıllarda bilgisayar oyun marketlerinin sayısı hızla artmış ve mevcut marketler yeni özelliklerle kendilerini geliştirmiştir. Steam, Origin, Uplay, Epic Games Store ve Gog Galaxy 2.0'ın günümüzde en çok kullanılan ve bilinen bilgisayar oyun marketleri oldukları söylenebilir.

Steam: Oyun dünyasında birçok ilke imza atan ve çalışmalarıyla birçok alanda ön plana çıkan Valve Corporation tarafından 12 Eylül 2003 yılında piyasaya sürülen dijital oyun dağıtım kanalı, oyun geliştiricileri ve oyuncuların bir arada olduğu oyun geliştirme, pazarlama ve iletişim ağıdır. Sahip olduğu geniş yapısı, çeşitli içerik yelpazesi ve tercih edilme oranıyla rahatlıkla söylenebilir ki Steam, en büyük bilgisayar oyun marketi ve iletişim ağıdır. Öyle ki 16 Mayıs 2020 itibariyle 20 milyon civarında günlük aktif üyesi olan Steam, AAA kalite oyunlardan bağımsız yapımcı oyunlarına kadar 30 bin oyunu bünyesinde barındırmaktadır (Steam, 2020).

Steam, oyun geliştiricileri, yayıncıları ve oyuncular için oyun merkezli geniş bir dünya niteliği taşımaktadır. Bu dünyada oyuncular, satın aldıkları oyunları dijital kütüphanelerinde saklamakta, oyun esnasında tanıştıkları kişileri arkadaş listelerine ekleyerek oyun dışındaki tüm Steam sisteminde de o kişiyle ve oluşturulan gruplarla sesli ve yazılı olarak iletişim kurabilmekte, fotoğraf, video, tweet ve gif gibi çeşitli içerikleri paylaşabilmektedir. Oyuncular sadece kişiler arası ve grup içi iletişim kurmakla kalmayıp, şekil 16'da da görülebileceği üzere Facebook ya da Instagram gibi sosyal bir ağ niteliği taşıyan topluluk sayfasından oyun içi ekran görüntüsü, çizim, canlı yayın, video, oyun modu, haber, oyun rehberi ve incelemesi paylaşarak diğer oyuncuların beğenisine ve yorumuna sunabilmektedir (Steam, 2020).

Şekil-16: Steam Topluluk Ana Sayfası



Kaynak: Steam Topluluk Sayfası, <https://steamcommunity.com/>, [Erişim: 21 Ocak 2021].

Oyuncular, kendi profil ya da topluluk sayfalarında mevcut Steam hesaplarından farklı bir hesaba geçiş yapmadan paylaşımda bulunabilmektedir. Oyuncular söz konusu paylaşımları, herhangi bir oyun oynamıyorken yapabilecekleri gibi, oyun esnasında belirli tuşlara basarak açtıkları oyun içi Steam arayüz ekranından da yapabilmektedir (Şekil 16).

Şekil-17: Oyun İçi Steam Arayüz Ekranı



Kaynak: Steam, Oyun İçi Arayüz Ekranı.

Oyuncular, Steam arayüz ekranından (şekil 17); oyun esnasında kaydettikleri ekran görüntülerini ve videoları paylaşabilmekte, çeşitli tartışma gruplarına, atölye sayfalarına, oyun rehberlerine ve internete erişebilmekte, müzik dinleyebilmekte, oyundaki başarımlarını ve oyunda geçirdikleri süreyi kontrol edebilmekte, arkadaşlarının çevrim içi olup olmadıklarını, hangi oyunları oynadıkları ya da oynamakta olduklarını görebilmekte, onlarla iletişime geçebilmekte, eğer oynanan oyun iki oyuncunun kütüphanesinde de varsa ve birlikte oynamayı destekleyen özelliklere sahipse, o kişinin oyununa dâhil olabilmektedir. Ayrıca oyuncular, diledikleri zaman arkadaşlarının gerekli özellikleri sağlayan oyunlarına izleyici olarak dâhil olabilmekte ya da “oyuna davet et” özelliği sayesinde birlikte oyun oynamak için arkadaşıyla iletişim kurabilmektedir. Sunulan tüm bu ve benzeri iletişim olanakları Steam’in, oyunculara özel, sosyal bir dijital oyun marketi olmasını sağlamaktadır.

Origin: Electroniz Arts tarafından geliştirilerek 3 Haziran 2011 tarihinde piyasaya sürülen bir dijital oyun dağıtım yazılımı ve sosyal iletişim ağıdır. Oyuncular bu market üzerinden oyun satın alabilmekte, ortak arkadaş listeleri oluşturarak yazılı ve sesli iletişim kurabilmekte, oyun toplulukları oluşturabilmekte ya da oluşturulan topluluklara katılabilmekte ve Twitch platformu üzerinden canlı yayın yapabilmektedir (Origin, 2020).

Ubisoft Connect: Ubisoft tarafından tüm oyun platformlarındaki tüm oyuncuların hangi cihazı kullanırlarsa kullansınlar, birbirleriyle bağlantı kurmaları için en iyi ortamı oluşturmak amacıyla piyasaya sürülen bir dijital oyun marketi ve oyuncu hizmetleri ekosistemidir (Ubisoft, 2020).

Epic Games Store: 6 Aralık 2018 tarihinde Epic Games tarafından piyasaya sürülen, hem oyuncular hem de içerik oluşturucular düşünülerek tasarlanmış bir dijital oyun marketidir (Epic Games, 2020). Bu marketin mevcut durumu incelendiğinde, oyuncuların birbirleriyle iletişim kurarak keyifli bir şekilde oyun oynamalarını sağlamaktan çok, oyun geliştiricilerine daha fazla para kazandırarak daha iyi oyunların geliştirmelerini sağlamak ve böylece tercih edilen oyun marketleri arasında üst sıralarda yer almak amacının güdüldüğü söylenebilir.

Gog Galaxy 2.0: GOG tarafından 2019'un Mayıs ayında piyasaya sürülen, gog.com, Xbox Live, Epic Games Store, Origin, PlayStation Network, Steam ve Uplay oyun marketlerindeki tüm oyunları ve oyun arkadaşlarını aynı ortamda birleştiren yenilikçi bir kütüphanedir. Bu market, farklı platformlardaki oyunları ve arkadaşları bir listede buluşturarak kullanıcı ve arkadaşlarının hangi saatlerde hangi platformdan ve marketten hangi oyunu ne kadar süre oynadığını, oyun aşamalarının ve başarılarının neler olduğunun öğrenilmesini, yani tüm bağlantılı hesaplardaki eylemlerin takip edilerek arkadaşlarla iletişim kurulmasını sağlamaktadır. Bu bakımdan Gog Galaxy, oyunculara özel sosyal ağları birleştiren bir sosyal ağ niteliği taşımaktadır (Gog Galaxy, 2020).

2.4.1.2.1.2. İletişim Programları

Dijitalleşme, internet teknolojinin gelişmesi ve dijital oyunlarla birlikte dijital iletişim kurma ihtiyacının artması sonucunda, anlık etkileşim kurma imkânı sunan çeşitli mesajlaşma, sesli ve görüntülü konuşma programları üretilmiştir. Bu programlar devam eden günlük yaşam içinde çeşitli amaçlarla kullanılabildiği gibi, dijital oyunlar hakkında ve dijital oyun oynama esnasında iletişim kurabilmek amacıyla da kullanılmaktadır. Bu programlara örnek olarak verilebilecek olan Whatsapp, Facebook Messenger, Skype gibi programlar her ne kadar oyunlarda iletişim kurmak amacıyla kullanılabiliyor olsa da temelde oyuncuların etkileşimine pek uygun olmayan yapıları nedeniyle daha çok genel iletişim amaçlı kullanıldıkları söylenebilir. Bu nedenle söz konusu programlar detaylı olarak ele alınmamıştır. Spesifik bir amaçla dijital oyun oynayan oyuncuların birbirleriyle rahat ve kolay bir şekilde iletişim kurmalarını sağlayan Teamspeak, Discord gibi programlar, bu başlık altında ifade edilmek istenen programlara daha iyi birer örnek teşkil etmektedir.

Teamspeak: Çeşitli platformlardan erişilerek hiyerarşik bir düzen içinde yüksek ses kalitesi, askeri düzeyde güvenliği, gizlenebilir kanalları olan ve gecikmesiz performans sunan, katılımcıların izinlere tabi olduğu kontrollü, tasarımsal anlamda özelleştirilebilir, dosya aktarımı ve mesajlaşmaya imkân veren, çok sayıda oyuncuyu aynı ortamda birleştirerek konuşabilmelerini sağlayan ücretli bir profesyonel oyuncu iletişim programıdır (Teamspeak, 2020). Bu programda oyuncu, istediği bir oyunla

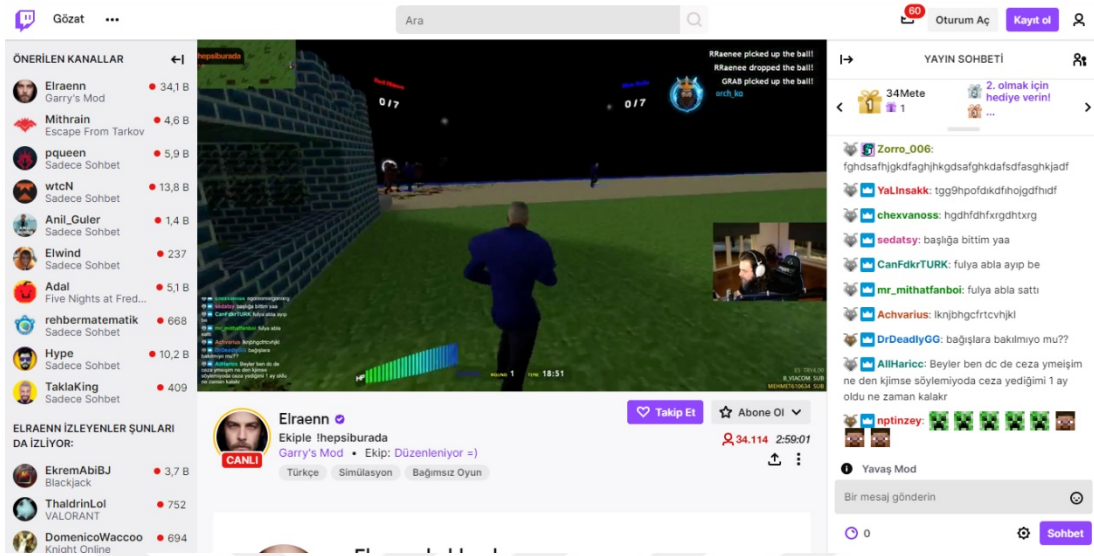
ilgili sohbet kanalına dâhil olarak, o oyunu oynayan diğer oyuncularla oyun esnasında veya oyun dışında iletişim kurabilmektedir. Bu iletişim bir veya birçok yöneticinin denetimi ve izni dâhilinde sürdürülmektedir.

Discord: Oyuncular için hem bilgisayar hem de mobil cihazlardan güvenli hizmet sunan ücretsiz bir sesli ve yazılı iletişim uygulamasıdır (Discord, 2020).

Genel olarak bu programlarla oyuncular, oyun oynarken veya oyun dışında birbirleriyle sesli, yazılı veya sesli-görüntülü olarak sohbet edebilmekte, bir topluluk kurarak belirli bir konu ya da oyun etrafında bir araya gelebilmekte ve birbirlerine dosya aktarabilmektedir. Bu iletişim bir veya birçok yöneticinin izni ve denetimi altında hiyerarşik ve kontrollü olarak iletişim kanalına dâhil olan tüm kullanıcıları kapsayacak şekilde gerçekleşmektedir. Bu sayede oyuncular, oyun oynarken arkadaşlarıyla rahatlıkla iletişim kurabildikleri gibi, dünyanın farklı bölgelerinden farklı oyuncularla tanışarak iletişim kurabilme ve böylece yeni oyun arkadaşları edinebilme imkânı da bulmaktadır. Bu bakımdan söz konusu programlar, birer sosyalleşme ortamı olma niteliği göstermektedir.

Kişiler ve gruplar arasında iletişim kurulmasını sağlayan bu programlara ek olarak Facebook Watch, Youtube ve Twitch gibi canlı yayın platformları, internet erişimi olan herkese açık yapıları ile binlerce oyuncunun bir araya gelerek iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Öyle ki, Justin Kan ve Emmett Shear tarafından 2011 yılı Haziran ayında kurulan Twitch canlı yayın platformunda, her gün binlerce insan yayın yapmakta ve bu yayınlara binlerce kişi katılarak anlık olarak güncellenen yazışma kanallarında sohbet etmektedir. Ayrıca izleyiciler, yayını yapan kişinin istemesi halinde canlı yayına dâhil olabilmekte ya da kendi canlı yayınlarını yaparak diğer insanlara hitap edebilmektedir (Twitch, 2020). Söz konusu yayın yapma durumu, basit bir eğlence olmanın ötesinde izleyicilerin yaptıkları bağışlar, reklam gelirleri ve kazanılan ün sayesinde dolaylı olarak elde edilen kazanç ile bir mesleğe dönüşmüştür.

Şekil-18: Twitch Canlı Yayın Platformu



Kaynak: Twitch Elraenn Canlı Yayını, <https://www.twitch.tv/videos/881420486>, [Erişim: 20 Ocak 2021].

Yukarıda, Elraenn kullanıcı adlı Türk yayıncı Tuğkan Gönültaş'ın ve görselin sol tarafındaki diğer yayıncıların yapmış olduğu canlı yayınlardan da görülebileceği üzere bu platform, bir yayın kanalında binlerce, tüm platform içinde ise 10 binler ve hatta 100 binlerce insanı bir araya getirerek büyük bir iletişim ağı oluşturmaktadır. Bireylerin aynı ortamda buluşarak iletişim kurmasını sağlayan bu platformda yayın yapan bireylere bağış yapılarak destek olunabilmekte, abone olunabilmekte ve yayıncının istemesi halinde abonelere özel ya da onlarla birlikte düzenlenen çeşitli etkinliklerle izleyicilerin daha aktif oldukları sosyal ortamlar kurulabilmektedir. Bunlara ek olarak markalar, yayıncılara sponsor olarak ve/veya reklam vererek kurumsal amaçları doğrultusunda hedef kitlelerine ulaşabilmektedir.

İzleyiciler, söz konusu canlı yayınları web tarayıcısı üzerinden izleyebilecekleri gibi Twitch masaüstü, mobil, konsol ya da televizyon uygulamalarını indirerek de izleyebilmektedir. Yapılan yayınlar neticesinde kurulan ilişkiler, oyun marketleri, sosyal medya ağları, Discord gibi iletişim programları üzerinden sürdürülebilmekte ve gerçek dünyaya taşınabilmektedir. Zira birçok yayıncı, takipçilerinin katılabileceği Discord iletişim grupları ve yüz yüze görüşmelerin yapıldığı oyun takımları kurmaktadır. Bu nedenle söylenebilir ki, dijital oyun dünyasındaki iletişim ortamları birbirleriyle bağlantılıdır.

2.4.1.2.2. Oyun Dışı Yüz Yüze İletişim Kanalları

Dijital oyunların gelişim sürecinde de bahsedildiği üzere ilk çok kişilik dijital oyunlar, oyuncuların aynı fiziksel ortamda bir araya gelerek birlikte oyun oynaması mantığıyla üretilmişti. Gelişen teknolojilerle birlikte ortaya çıkan çevrim içi çok oyunculu oyunlar, bu fiziksel oyun ortamlarını yok etmemiş, aksine gelişmesini sağlamıştır. Zira artık oyunlar sadece aynı oyun cihazına birden fazla oyun kolu bağlayarak değil, yerel ağ bağlantısı (LAN) ile aynı fiziksel ortamda birden çok cihaz ile bağlantı kurularak da oynanabilir hale gelmiştir. Böyle bir oyun ortamında oyuncular, yan yan oldukları için sanal iletişim kanalları yerine yüz yüze iletişim kurmayı tercih edeceklerdir. Zira sanal oyun dünyaları Salen ve Zimmerman'ın (2003) belirttiği dış sosyal etkileşimler için iyi bir ortam sunmamaktadır. Ayrıca fiziksel olarak birlikte olunan oyun ortamları yüz yüze iletişim, yüz ifadeleri ve jestlerden kimlik tespiti veya davranışsal etkileşim gibi birçok iç ve dış sosyal etkileşim biçiminin gerçekleşmesini sağlamaktadır (Kröger ve Quandt, 2014, s. 149).

Voida ve Greenberg (2009), konsol oyunları üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, birlikte oyun oynamanın birincil motivasyonunun sosyal etkileşim olduğunu, ayrıca konsol oyunlarının yaş, cinsiyet, uzmanlık seviyeleri ve oyun tercihleri açısından çeşitlilik gösteren oyuncular için bir buluşma yeri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Zira fiziksel oyun ortamları, kişiler arası ilişkilerin sürdürülmesi ve oyun rekabeti açısından rahat bir buluşma yeri olmaktadır.

Taylor'un (2003, s. 25) ifadesiyle karı kocalar, erkek arkadaşlar, kız arkadaşlar, ebeveynler ve çocuklar, arkadaşlar ve meslektaşlar genellikle birlikte oyun oynayan ve oyun aracılığıyla birbirine bağlanan gruplardır. Lina Eklund'a (2014, s. 168) göre dijital oyunlar, bazı durumlarda birlikte vakit geçirmeyi kolaylaştırmakta ve aile üyelerinin ilişkilerinin algılanan kalitesini artırmaktadır. Kuşkusuz ki bu durum aile üyelerinin birbirleriyle olan iletişimlerinin daha iyi hale gelmesiyle oluşmaktadır.

Dijital oyunların gelişimi sürecinde ortaya çıkan atari salonları, günümüzün internet kafeleri, VR kafeleri ya da arkadaşlar arasında düzenlenen dijital oyun etkinlikleri, fiziksel oyun ortamlarına iyi birer örnek teşkil etmektedir. Küçük ve orta büyüklükteki bu dijital oyun merkezli iletişim gruplarının yanı sıra oyun sektörünü,

medyayı, çok sayıda etkinlik, kongre ve dünyanın her yerinden oyun meraklılarını bir araya getiren küresel boyuttaki E3 Expo ve Gamescom gibi çeşitli organizasyonlar da fiziksel oyun ortamları içinde yer almaktadır (E3expo, 2020; Gamescom, 2020).

Bu organizasyonların yanı sıra, üçüncü bir tarafça düzenlenen, şampiyonluk unvanı ve/veya para ödülü kazanmak gibi belirli bir amaca ulaşmak için oyuncuların ya da oyun takımlarının birbirlerine karşı mücadele ettikleri turnuva veya lig şeklindeki organizasyonlar da düzenlenmektedir. Elektronik Spor (e-spor) (Newzoo, 2017, s. 2), olarak adlandırılan bu organizasyonlar, oyun dünyasından birçok ismi binlerce oyun severle bir araya getirerek büyük bir dijital oyun merkezli iletişim ortamı oluşturmaktadır.

Şekil-19: E3 Expo 2017, Gamescom 2019, League of Legends World Championship 2018 ve 2019 Organizasyonlarında Kaydedilen Bazı Görüntüler



Kaynak: Durbin, J. (2017). Everything You Need To Know About VR And AR At This Year's Show, [Erişim: 21 Ocak 2021]; Murray, T. (2019). Riot Reports Record Viewership of 21.8M Global AMA for League of Legends World Championship Finals, [Erişim: 21 Ocak 2021]; Shea, B. (2019). Seen At Gamescom 2019, [Erişim: 21 Ocak 2021]; Laughton, M. (2018). AFL hopes League of Origin 2018 esports event makes Marvel Stadium an option for LOL World Championships [Erişim: 14 Mayıs 2022].

Bir stadyum dolusu insanı gerçek anlamda bir araya getiren (Şekil 19) bu organizasyonlardan e-spor turnuvaları, 2018 yılı itibariyle 906 milyon dolarlık pazar hacmine ulaşmıştır (Gençlik Araştırmaları Haber Bülteni, 2018). Bu organizasyonlar, sundukları ticari ve sosyal ortam ile oyun yapımcıları, yayıncıları, oyuncular ve e-spor

organizasyonlarını gerçekleştirenler kadar toplumbilimcilerin, yatırımcıların, ulusal ve uluslararası boyutla tanınan çeşitli markaların, eğitimcilerin, teknoloji alanında faaliyet yürüten kişi ve kurumların da dikkatini çekmektedir. Çünkü bu organizasyonlar sadece ilgili ortamdaki bireylerin izleyebileceği kapalı bir ortamda gerçekleştirilmemektedir. Twitch gibi canlı yayın platformlarında, bazı televizyon kanallarında, çeşitli dijital oyunların haber ve canlı yayın sayfalarında, çeşitli sosyoloji ve ekonomi dergilerinde yayınlanarak geniş kitlelere hitap etmektedir. Öyle ki dünya genelinde BMW, Honda, Red Bull, Nissan, Nike, PUMA, Kia Motors, HTC gibi birçok marka e-spor takımlarına ve organizasyonlara sponsor olmuş ve olmaktadır (Brierley, 2020).

Türkiye’de Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray, Bursaspor gibi profesyonel futbol takımlarının yanı sıra Konya Espor, Antalya Espor, Wild Cats, Royal Youth gibi birçok e-spor takımı bulunmakta ve söz konusu takımların sayısı hızla artmaktadır (Ciğerli, 2019). Türkiye’de ve dünyada hızla gelişen bu sektörün farkına varan Bahçeşehir Üniversitesi, sektörde yer almak üzere profesyonel takımlar, oyuncular, yayıncılar, hakemler, organizatörler ve sunucular gibi farklı alanlarda uzmanlaşmış ve kendilerini geliştirmek isteyen bireyleri yetiştirmek üzere Dijital Oyunlar ve Espor Topluluğu’nu oluşturarak 2018 yılı itibariyle dersler vermeye başlamıştır (BAU, 2020).

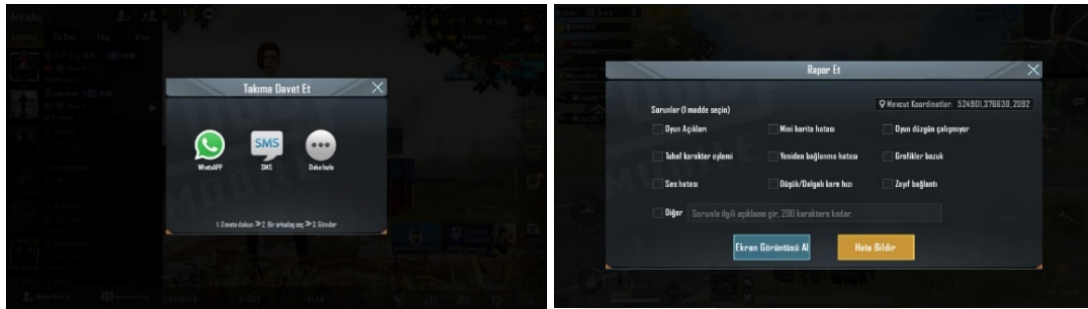
Farklı disiplinlere, sektörlerle hitap etmesi, mevcut mesleklerle getirdiği yeniliklerin yanı sıra yeni meslekler ortaya çıkarması ve sponsorluk çerçevesinde halkla ilişkiler faaliyeti sağlaması bakımından insanları sanal ortamlar kadar fiziksel ortamlarda da bir araya getiren dijital oyunlar, bireyler, gruplar ve geniş oyuncu kitleleri arasında olduğu kadar kurumlar ve hedef kitleleri arasındaki iletişimi de sağlamaktadır.

2.4.1.3. Diğer İletişim Kanalları

Aktarılan oyun içi ve oyun dışı iletişim kanallarının yanı sıra, her iki kanala da tam olarak dâhil edilemeyen, ancak ikisini birleştiren çeşitli iletişim kanalları da bulunmaktadır. Zira oyuncular oyun davetini, oyun içindeki arkadaşlarına gönderebildikleri gibi, söz konusu oyunu henüz oynamayan kişilere de

gönderebilmektedir (Şekil 20). Bu sayede oyuncu, kendisine oyun arkadaşı bulabildiği gibi oyunun duyurusunu da yapmaktadır. Böylece oyuncu, bir anlamda oyunun reklamını yapan gönüllü bir çalışan haline gelmektedir.

Şekil-20: Dijital Oyun Daveti ve Raporlama Sistemi



Kaynak: Tencent Mobile (2018). PUBG Mobile, Tencent Mobile.

Oyuncular, hile yapan ya da uygunsuz eylemlerde bulunan diğer oyuncularla ve oyun hataları gibi çeşitli sorunlarla karşılaşmaları halinde durumu oyun yapımcılarına rapor ederek sağlıklı bir oyun ortamının oluşmasında gönüllü ve aktif bir rol oynayabilmektedir (Şekil 20). Söz konusu raporlama işlemi oyun içinde kullanıma sunulan kanallardan yapılabileceği gibi oyun dışı kanallardan da gerçekleştirilebilmektedir. Bu noktada dijital oyun dünyalarının ve bu dünyalardaki iletişim süreçlerinin, gerçek dünyadaki denetim ve cezalandırma sistemleriyle benzerlik gösterdiği söylenebilir. Zira olumsuz davranışlarda bulunan ya da hile yapan oyuncular, söz konusu eylemin tekrar etme sayısı ve şiddeti gibi durumlara bağlı olarak oyundan süreli veya süresiz bir şekilde uzaklaştırılabilmektedir. Hatta bazı durumlarda söz konusu olumsuz davranışlardan dolayı oyuncular, birbirlerinden şikâyetçi olabilmekte ve/veya birbirlerine dava açabilmektedir.

Dijital oyunların belirtilen iletişim kanallarına ek olarak oyuncular, oluşturdukları oyun modları gibi oyun içeriklerini paylaşarak da etkileşim kurabilmektedir (Sweetser ve Wyeth, 2005, s. 22). Oyun oynamadıklarında bile, çeşitli forum sitelerinde, web sitelerinde oyunlar hakkında yorumlar yaparak, inceleme yazıları yazarak, oyun arkadaşları arayarak, oyunların değerini puanlayarak ve diğer oyuncuların oyun oynama bilgileri gibi verileri gözden geçirerek birbirleriyle bağlantıda kalabilmektedir (Pew, 2008).

Aktarılan bilgiler doğrultusunda söylenebilir ki; dijital oyunların sahip olduğu kendine has kültürü, sanal-sosyal iletişim yapısını, insanların bu yapı içinde nasıl sosyalleştiklerini iyi bir şekilde analiz ederek anlamak, toplum yararına olumlu sonuçlar elde etmek ve teknolojiye ayak uydurarak çağı yakalamak için büyük bir öneme sahiptir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: DİJİTAL OYUNLARIN İLETİŞİM DİNAMİKLERİNE İLİŞKİN ALAN ARAŞTIRMASI VE BULGULARI

Bu bölümde dijital oyunlarda iletişim konusu kapsamında Selçuk Üniversitesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen alan araştırmasına ve bulgularına yer verilmiştir. Toplam 387 kişi üzerinde yapılan anket ile katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini, dijital oyun oynama ve dijital oyun ortamlarında iletişim kurma davranışlarını, kurulan iletişimin kapsamını ve bireyler üzerindeki etkilerini ortaya koymak üzere çeşitli sorulara yanıt aranmıştır.

3.1. Metodoloji

Bu başlık altında araştırmanın konusu ve önemine, amacı ve örnekleme, araştırma sorularına, sınırlarına, sürecine, yöntemine ve yorumlarıyla birlikte bulgularına yer verilmiştir.

3.1.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Varlığını sürdürmek isteyen her sosyal canlı için gerekli olan iletişim, tarih boyunca içinde bulunulan dönemin siyasi, askeri, ekonomik ve toplumsal koşullarıyla olduğu gibi teknolojik gelişimle de yakından ilişkilidir. Öyle ki yaşanan teknolojik gelişmeler iletişim alanında da birtakım dönüşümlere sebep olmuş ve etkileşimin daha yoğun olduğu kitlesel boyutta yeni iletişim ortamlarını meydana getirmiştir. Bu ortamlardan bir tanesi de belirli sınırlar çerçevesinde oluşturulan, alternatif sanal dünya olarak adlandırılabilen dijital oyunlardır. Bu alternatif dünyalarda, mevcut iletişim araç ve yöntemlerinin gelişim ve değişim göstermesiyle ortaya çıkan iletişim yol ve yöntemleri kullanılmaktadır. Kullanıcılarını sosyal ortamlardan soyutladığı düşünülen dijital oyunlar, aslında onlara sanal-sosyal bir iletişim ortamı sunmaktadır. Bu kapsamda dijital oyunları, yeni iletişim ortamları olarak ele alan bu tezin konusu; dijital oyun ortamlarındaki iletişim kurma biçimlerinin neler olduğu, kurulan iletişimin nasıl gerçekleştiği, kapsamının ne olduğu, sanal ve gerçek dünyada ne tür etkiler oluşturduğu, yani kısaca dijital oyunlarda iletişimin ne şekillerde var olduğu ve kullanıldığıdır.

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde dijital oyunlarda iletişimin özellikle Türkiye’de oldukça yeni bir konu olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışma, iletişim teknolojilerinin hızla geliştiği ve dijital teknolojiler yoluyla kurulan iletişimin giderek arttığı günümüz dünyasında farklı alanlarda karşımıza çıkan ve her yaştan bireyi kendi ortamına dâhil edebilen dijital oyunların iletişim dinamikleri ve oyuncuların bu iletişim dinamiklerini kullanma biçimleri hakkında bilgi vermesi bakımından önem taşımaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Soruları

Araştırmanın amacı dijital oyunlarda iletişimin hangi şekillerde var olduğunu, Selçuk Üniversitesi öğrencileri özelinde dijital oyun ortamlarındaki iletişim kurma tutumlarını, iletişimin hangi amaçlarla kurulduğunu, kapsamını, sanal ve gerçek dünyada hangi konu ve boyutlarda etkiler oluşturduğunu ortaya koymaktır. Çalışmada, buna uygun olarak hazırlanan şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. İnsanlar, dijital oyunları hangi platformlardan oynamaktadır?
2. İnsanlar hangi tür dijital oyunları oynamaktadır?
3. İnsanlar ne sıklıkla ve ne zamandır dijital oyun oynamaktadır?
4. İnsanlar, dijital oyunlarda nasıl iletişim kurmaktadır?
5. İnsanlar, dijital oyunları hangi amaç(lar)la oynanmaktadır?
6. Dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamı/içeriği nedir?
7. Dijital oyunlarda kurulan iletişimin bireyler üzerindeki etkileri nelerdir?
8. Dijital oyun oynama amaçları, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamı ve bu iletişimin birey üzerindeki etkileri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
9. Dijital oyun oynama ve oyunlarda iletişim kurmaya ilişkin ifadeler, demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

3.1.3. Araştırma Yöntemi ve Modeli

Bu araştırmada literatür taraması ve alan araştırma yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle literatür taraması yapılarak betimleyici ve yorumlayıcı bir yaklaşımla konuya kavramsal ve kuramsal açıdan giriş yapılmıştır. Dijital oyunların iletişim

kanalları da ele alındıktan sonra, nicel veri toplamla araçlarından bir tanesi olan anket kullanılarak araştırma amacı doğrultusunda istenilen veriler toplanılmıştır.

Araştırmada, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla evrenin tamamı veya ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleri olan genel tarama modelleri kullanılmıştır (Karasar, 2012: 79). Tarama modellerinde araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlanmaya çalışılmaktadır (Kurt, 2013: 26). Bu modellerle tekil ya da ilişkisel tarama yapılabilmektedir. Bu çalışma hem tekil hem de ilişkisel tarama yapmaya olanak verecek şekilde düzenlenmiştir. Tekil tarama modelleri, değişkenlerin tek tek, tür veya miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılan araştırma modelleridir. İlişkisel tarama modelleri ise, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelleridir. Bu tür bir düzenlemede, aralarında ilişki aranacak değişkenler, tekil taramada olduğu gibi ayrı ayrı sembolleştirilir. Ancak bu sembolleştirme (değerler verme, ölçme), ilişkisel bir çözümlemeye olanak verecek şekilde yapılmak zorundadır. Bu çalışmada ilişkisel çözümleme, değişkenlerin birlikte değişip değişmediklerinin, birlikte bir değişime varsa bunun nasıl olduğunun öğrenilmeye çalışıldığı korelasyon türü ilişki çözümlemesi ile yapılmıştır (Karasar, 2012: 79-82).

3.1.4. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada gerekli olan veriler, nicel veri toplamla araçlarından bir tanesi olan anket ile elde edilmiştir. Anket, istenilen bilgileri, tutumları ve davranışları tanımlamak, karşılaştırmak veya açıklamak için insanlardan bilgi toplama amacıyla kullanılan bir sistemdir. Bireyden istenen bilgiler, bireyin kendisi, çevresi veya kurumuyla ilgili değişik türden nitel ve nicel veriler olabilir. Bu bilgiler yüz yüze görüşme, posta ile yazılı olarak, telefonla, internet ortamında soru sorma yollarından biri veya birkaçının birlikte kullanılmasıyla elde edilir. Her ne yolla yapılırsa yapılsın bunlar, bilgi toplamak için hedefler belirlemeyi, çalışmayı tasarlamayı, güvenilir ve geçerli bir ölçüm aracı hazırlamayı, ölçümü ve ölçüm verilerini yönetmeyi, analiz etmeyi ve sonuçları raporlamayı içermektedir (Fink, 2003, s. 1; Arıkan, 2018, s. 98).

Bu kapsamda referans çalışmalardan faydalanılarak oluşturulan anket formu, araştırma örneklemine yüz yüze görüşme ve dijital kanallar yoluyla uygulanmıştır. Anket formunun oluşturulmasında Sernaz Tırpan (2013), İlker Demiral (2018), Ferahim Yeşilyurt (2014) ve Damla İşbilen (2018)'in gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarda kullandıkları ölçekler referans alınmıştır.

Hazırlanan anket formu, 54 soru ve iki sayfadan oluşmaktadır. Anket formunun ilk 22 sorusu, katılımcıların dijital oyun oynama ve bu oyunlarda kurulan iletişime dair tutum ve davranışlarını belirlemek üzere hazırlanan çoktan seçmeli sorulardan oluşmaktadır.

Anketin 23 ile 45 arasındaki soruları 5'li Likert ölçek kullanılarak hazırlanmıştır. Rensis Likert tarafından geliştirilen “beşli değerlendirme/cevaplama” ölçeğinde beş adet cevap kategorisi ve her bir kategorinin sayısal bir karşılığı bulunmaktadır. Likert'in 1932 tarihli “A Technique for the Measurement of Attitudes” isimli makalesinde yer alan olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kutuplu söz konusu kategorileri ve sayısal değerleri şunlardır: (5) kesinlikle onaylıyorum, (4) onaylıyorum, (3) kararsızım, (2) onaylamıyorum ve (1) kesinlikle onaylamıyorum (Likert, 1932, s. 5-20).

Olumlu bir ifade anlamı taşıması halinde kesinlikle onaylıyorum/katılıyorum kategorisi 5 değerine karşılık gelmektedir (Hoşgörür, 1997, s. 355). Bu doğrultuda katılımcıların anket formunda yer alan ifadelere 5: kesinlikle katılıyorum, 4: katılıyorum, 3 kararsızım, 2: katılmıyorum ve 1: kesinlikle katılmıyorum olmak üzere bir değer vermeleri istenmiştir.

23 ile 35 arasında yer alan Likert tipi sorular, dijital oyun oynama amaçlarını belirlemeye yönelik olarak hazırlanmıştır. 36 ile 39 arasında yer alan sorularda, oyun arkadaşlarıyla kurulan iletişimin kapsamını; 40 ile 45 arasında yer alan sorularda ise, dijital oyun arkadaşlarının sanal ve gerçek dünyada birey üzerindeki etkilerini tespit etme amacı güdülmüştür.

Anketin son 9 sorusunda katılımcıların cinsiyeti, yaşı, aylık ortalama geliri, medeni durumu gibi sosyo-demografik özelliklerini belirleme amacı güdülmüştür. Uygulanan anket sonucunda elde edilen veriler, ilgili bölümlerde açıklandığı üzere

sahip oldukları özelliklere uygun şekilde SPSS 24 programında analiz edilerek yorumlarıyla birlikte sunulmuştur. Yapılan analizlerde Bağımsız Örneklem T Testi (Independent-Samples T Test), Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA), Korelasyon Analizi ve tanımlayıcı testler kullanılmıştır.

3.1.5. Araştırmanın Örneklemi

Dijital oyunlar, bilgisayar, konsol ve mobil cihazlardaki çeşitliliğiyle geniş bir yaş aralığına hitap etmektedir. Her yaş grubundan insan kendi ilgi alanlarına göre çeşitli dijital oyunları tercih edebilmektedir. Bu nedenle, çalışmanın evrenini oluşturan dijital oyun oynayan kişiler, oldukça geniş bir kitleye karşılık gelmektedir. Böylesine geniş bir hedef kitleye sahip olan dijital oyunların iletişim dinamikleri üzerine anlamlı bir çalışma ortaya koyabilmek için çocuklara, orta yaştaki bireylere ve yaşlılara kıyasla daha aktif bir sosyal hayata sahip oldukları varsayılan genç yaştaki Selçuk Üniversitesi öğrencileri, araştırmanın örneklemi olarak belirlenmiştir. Yahşi Yazıcıoğlu ve Samiye Erdoğan'ın (2004, s. 50) "SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri" başlıklı çalışmalarında ortaya koydukları 0,05 anlamlılık düzeyinde örneklem büyüklüğü belirleme çizelgesine göre örneklemin, 0,05 örnekleme hatası ve $p=0,5-q=0,5$ değerleri ile en az 384 kişiden oluşması gerektiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, amaçlı örneklem alma tekniklerinden biri olan ölçüt örnekleme kullanılarak dijital oyun oynayan ve Selçuk Üniversitesi'nde eğitim gören 500 öğrenciye anket uygulanmıştır. Geçersiz sayılan ve eksik doldurulan 113 anket örneklem dışında bırakıldıktan sonra, kalan 387 anketten elde edilen veriler SPSS 24 programı kullanılarak araştırma kapsamında analiz edilmiştir.

3.1.6. Araştırma Süreci

Anket çalışması, 15 Şubat 2020 tarihinden itibaren Selçuk Üniversitesi öğrencilerine uygulanmaya başlanmıştır. Ankete katılan ilk 50 kişiden toplanan verilerle yapılan ön test ile anket formundaki eksik ve hatalar tespit edilmiş, gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Ardından, araştırma sorularını cevaplandırmak üzere belirlenen örnekleme anket uygulanmıştır. Anketin uygulanması esnasında yaşanan Covid-19 salgını nedeniyle çalışmaya, anket formunun ilgili kişilere dijital kanallardan ulaştırılması ile devam edilmiştir. Normalleşme süreciyle birlikte dijital ve yüz yüze

iletişim yöntemleriyle uygulanan anket alışması, 14 Ekim 2020 tarihinde tamamlanmıştır.

3.1.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada, farklı yapı ve özelliklerdeki tüm dijital oyunların iletişim dinamikleri tüm detayları ile ele alınamayacağı için, söz konusu oyunlardaki iletişim dinamiklerinin genel yapısı bazı ilgili örneklerle birlikte sunulmuştur. Örneklem ise, çocuklara, orta yaştakilere ve yaşlılara kıyasla daha aktif bir sosyal hayata sahip oldukları varsayılan genç yaştaki Selçuk Üniversitesi öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma, dijital oyun oynayan bireyler üzerinde gerçekleştirildiği için anket ile toplanan verilerde dijital oyun oynamadığı tespit edilen kişiler çalışma dışında bırakılmıştır.

3.2. Dijital Oyun Oynama ve Dijital Oyunlarda İletişim Kurmaya İlişkin Elde Edilen Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler ve bu verilerin yorumları yer almaktadır. Öncelikle, ankete katılan 387 kişinin sosyo-demografik özelliklerine ve sorulara verilen cevapların frekans tablolarına yer verilmiştir. Ardından araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan soruları yanıtlamak üzere uygun analizler yapılarak elde edilen sonuçlar yorumlarıyla birlikte tablolar halinde sunulmuştur.

3.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Bu başlık altında, ankete katılan 387 kişinin cinsiyeti, yaşı, eğitim gördükleri fakülte, eğitim düzeyleri, sınıfları, medeni durumları, çalışma durumları, aylık ortalama gelirleri ve sosyallik düzeyleri olmak üzere dokuz sosyo-demografik özellik sorusundan elde edilen veriler yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Tablo-4: Katılımcıların Cinsiyeti

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Erkek	256	%66,1
Kadın	131	%33,9
Toplam	387	%100

Ankete katılan ve cevapları geçerli sayılan 387 kişinin cinsiyeti ile ilgili veriler incelendiğinde, katılımcıların %66,1'inin erkek; %33,9'unun ise kadın olduğu görülmektedir. Bu değerlerle, ankete katılan kişilerin 2/3 oranında erkeklerden oluştuğu ve katılımcıların cinsiyet bakımından dengeli bir dağılım göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo-5: Katılımcıların Yaşı

Yaş	Frekans	Yüzde
17-21 Yaş	153	%39,5
22-26 Yaş	201	%51,9
27-31 Yaş	15	%3,9
32 ve Üzeri	5	%1,3
Yanıtızsız	13	%3,4
Toplam	387	%100

	N	En Düşük	En Yüksek	$\bar{x}$	SS
Yaş	374	17	37	22,44	2,747

Açık uçlu olarak edinilen katılımcıların yaşlarına ilişkin veriler kategorik hale getirildiğinde, örneklemin %51,9'unun 22-26 yaş; %39,5'inin ise 17-21 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Örneklemin sadece %5,2'si 27 yaş ve üzerindeyken, 13 katılımcının ise yaşlarını belirtmediği görülmektedir. Verilere göre örneklemin %91,4 ile çok büyük oranda 17-26 yaş aralığındaki gençlerden oluştuğu görülmektedir.

Yaş dağılımının tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde ankete en az 17, en fazla 37 yaşında bir bireyin katıldığı, katılımcıların yaşlarının aritmetik ortalamasının 22,44 ve standart sapmasının 2,747 olduğu görülmektedir.

Tablo-6: Katılımcıların Eğitim Gördüğü Fakülteler

Fakülteler	Frekans	Yüzde
İletişim Fakültesi	82	%21,2
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	47	%12,1
Teknoloji Fakültesi	37	%9,6
Edebiyat Fakültesi	36	%9,3
Sağlık Bilimleri Fakültesi	34	%8,8
Güzel Sanatlar Fakültesi	24	%6,2

Hukuk Fakültesi	20	%5,2
Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	15	%3,9
Hemşirelik Fakültesi	13	%3,4
Ziraat Fakültesi	13	%3,4
Fen Fakültesi	12	%3,1
Tıp Fakültesi	10	%2,6
Spor Bilimleri Fakültesi	8	%2,1
Veteriner Fakültesi	7	%1,8
Diş Hekimliği Fakültesi	6	%1,6
Eczacılık Fakültesi	6	%1,6
Eğitim Fakültesi	6	%1,6
Turizm Fakültesi	6	%1,6
İslami İlimler Fakültesi	2	%0,5
Yanıtsız	3	%0,8
Toplam	387	%100

Katılımcıların eğitim aldıkları fakülteler incelendiğinde, örneklemin %21,2'sinin İletişim Fakültesi öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir. Bunu %12,1 ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, %9,6 ile Teknoloji Fakültesi, %9,3 ile Edebiyat Fakültesi, %8,8 ile Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencileri takip etmektedir. En yoğun katılım gösteren bu 5 fakülteyi sırasıyla %6,2 ile Güzel Sanatlar Fakültesi, %5,2 ile Hukuk Fakültesi, %3,9 ile Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, %3,4'er oran ile Hemşirelik ve Ziraat Fakülteleri, %3,1 ile Fen Fakültesi ve %2,6 ile Tıp Fakültesi öğrencileri takip etmektedir. Ankete en az katılım gösteren fakülteler ise sırasıyla %2,1 ile Spor Bilimleri Fakültesi, %1,8 ile Veteriner Fakültesi ve %1,6'şar oran ile Diş Hekimliği, Eczacılık, Eğitim ve Turizm Fakültesidir. Katılımcıların üçü eğitim gördükleri fakülteyi belirtmezken; İslâmi İlimler Fakültesi öğrencileriyle birlikte her fakülteden en az 2 (%0,5) öğrencinin örneklem grubunda yer aldığı görülmektedir.

Tablo-7: Katılımcıların Eğitim Düzeyi

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Lisans	315	%81,4
Ön Lisans	36	%9,3
Yüksek Lisans	36	%9,3
Doktora	-	%0
Toplam	387	%100

Ankete katılanların eğitim düzeylerine göre dağılımları incelendiğinde, doktora düzeyinde eğitim alan hiçbir katılımcının olmadığı görülmektedir. Katılımcıların %9,3'ü ön lisans ve yine %9,3'ü yüksek lisans eğitimi alırken; %81,4 oran ile büyük bir çoğunluğu lisans eğitimi almaktadır.

Tablo-8: Katılımcıların Sınıf Düzeyi

Sınıfınız	Frekans	Yüzde
2. Sınıf	120	%31
4. Sınıf	100	%25,8
3. Sınıf	81	%20,9
1. Sınıf	68	%17,6
6. Sınıf	10	%2,6
5. Sınıf	8	%2,1
Toplam	387	%100

Katılımcıların sınıf bilgilerini içeren verilere bakıldığında, en büyük grubu %31 oran ile ikinci sınıf öğrencilerinin oluşturduğu görülmektedir. Bunu %25,8 ile dördüncü sınıf, %20,9 ile üçüncü sınıf ve %17,6 ile birinci sınıf öğrencileri takip etmektedir. Katılımcıların sadece %2,6'sının altıncı ve %2,1'inin beşinci sınıf öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir. Beş ve altıncı sınıf ifadeleri söz konusu kişilerin veteriner, eczacılık, diş hekimliği ve tıp fakültesi gibi eğitim süresi dört yılı aşan fakültelerden birinde eğitim gördükleri anlamına gelmektedir.

Tablo-9: Katılımcıların Medeni Durumu

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Bekâr	367	%94,8
Evli	17	%4,4
Yanıtssız	3	%0,8
Toplam	387	%100

Ankete katılan bireylerin medeni durumlarına göre dağılımları incelendiğinde, sadece %4,4'ünün evli, %94,8'inin ise bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunun asgari ücretin altında aylık gelirleri olan genç yaştaki lisans öğrencileri oldukları göz önüne alındığında, söz konusu iki kategori arasındaki büyük farkın normal olduğu söylenebilir. Diğer katılımcıların aksine 3 kişi medeni durumlarını belirtmemiştir.

Tablo-10: Katılımcıların Çalışma Durumu

Çalışma Durumu	Frekans	Yüzde
Çalışmıyorum	275	%71,1
Yarı Zamanlı Çalışma ve Öğrenci	59	%15,2
Tam Zamanlı Çalışma ve Öğrenci	52	%13,4
Yanıtsız	1	%0,3
Toplam	387	%100

Katılımcıların çalışma durumları incelendiğinde, örneklem grubunun öğrencilerden oluşması nedeniyle beklendiği üzere %71,1 ile büyük bir çoğunluğunun çalışmıyor olduğu görülmektedir. Bunun aksine öğrencilerin %13,4'ünün tam zamanlı, %15,2'sinin ise yarı zamanlı olmak üzere toplam %28,6'sının bir işte çalışıyor olduğu görülmektedir. Bir katılımcı ise çalışma durumunu belirtmemiştir.

Tablo-11: Katılımcıların Aylık Ortalama Geliri

Aylık Ortalama Gelir	Frekans	Yüzde
501-1000 TL	126	%32,6
0-500 TL	110	%28,4
2500 TL ve Üzeri	54	%14
1001-1500 TL	46	%11,9
2001-2500 TL	30	%7,8
1501-2000 TL	21	%5,4
Toplam	387	%100

Katılımcıların aylık ortalama gelirlerine bakıldığında, örneklem grubunda sadece 111 bireyin yarı veya tam zamanlı bir işte çalışıyor olmasına rağmen, 277 kişinin 501 TL ve üzerinde aylık ortalama gelire sahip olduğu görülmektedir. Ancak örneklemin %28,4'ünün 0-500 TL, %32,6'sının ise 501-1000 TL aylık ortalama gelire sahip olması göz önüne alındığında, söz konusu gelirlerin öğrenci bursu ve aileler tarafından yapılan maddi destekler olduğu varsayılabilir. Zira söz konusu iki grup, örneklem içinde en düşük aylık ortalama gelire sahip olan en büyük gruplardır.

Tablo-12: Katılımcıların Sosyallik Düzeyleri

Sosyallik Düzeyleri	Frekans	Yüzde
Sosyal	202	%52,2
Girişken	124	%32
Çekingen	48	%12,4
Asosyal	13	%3,4
Toplam	387	%100

Ankete katılanların sosyallik açısından kendilerini nasıl tanımladıklarına ilişkin veriler incelendiğinde, örneklemin %52,2 ile yarısından fazlasının kendilerini sosyal olarak tanımlarken; %32’sinin girişken olarak tanımladığı görülmektedir. Bunu %12,4 ile çekingen olanlar takip ederken; örneklemin sadece %3,4’ü asosyal olduğunu belirtmiştir. Veriler doğrultusunda %84,2 ile katılımcıların çoğunun sosyal ve sosyalleşme eğiliminde olduğu; %15,8’inin ise asosyal veya çekingen olduğu görülmektedir.

3.2.2. Katılımcıların Dijital Oyun Oynamak ve Dijital Oyunlarda İletişim Kurmak ile İlgili Tutum ve Davranışları

Bu başlık altında, ankete katılan Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin dijital oyun oynamak ve bu oyunlarda iletişim kurmak ile ilgili tutum ve davranışlarına ilişkin yapılan analizler, yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Katılımcılar dört soruda birden fazla seçeneği işaretleyebildiği için söz konusu sorulardan elde edilen verilerin sayısı örneklem sayısını geçmektedir. Bu nedenle ilgili dört sorunun frekans tabloları SPSS analiz programında bulunan “çoklu yanıt/multiple response” özelliğinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Araştırmada amaçlı örneklem alma tekniği kullanılarak Selçuk Üniversitesi’nde eğitim gören ve dijital oyun oynayan bireylere anket uygulandığı için örneklem grubu, öğrencilerin dijital oyun oynayıp oynamadıklarını tespit etmek amacıyla sorulan “Dijital oyun oynuyor musunuz?” eleyici sorusuna “evet” yanıtını veren kişilerden oluşturulmuştur. Yani 387 kişiden oluşan örneklem grubunda söz konusu soruya verilen yanıtların tamamı “evet” yanıtına karşılık gelmektedir.

Tablo-13: Tercih Edilen Dijital Oyun Platformları

Dijital Oyun Platformları	Frekans	Yüzde
Mobil	257	%44,6
Bilgisayar	219	%38
Konsol	100	%17,4
Toplam	576	%100

*Birden çok seçenek işaretlenebildiği için veri sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Ankete katılan 387 kişinin dijital oyun oynamak için tercih ettikleri platformlar ele alındığında, literatür ile tutarlı olarak mobil cihazların yoğun bir şekilde tercih edildiği görülmektedir. Zira verilen yanıtlar içinde mobil cihazların %44,6 ile öncelikli olarak tercih edildiği görülmektedir. Bunun nedenlerinin mobil cihazların kolay taşınabilir olması, bu cihazların ve bu cihazlar için üretilen oyunların bilgisayar ve konsollara kıyasla daha kolay bir kullanım yapısına sahip olması olduğu söylenebilir. En çok tercih edilen ikinci platform %38 ile bilgisayarlar; konsolların %17,4 ile en az tercih edilen dijital oyun platformu olduğu görülmektedir. Ankete katılanlar söz konusu soruda birden çok seçeneği tercih edebildikleri için toplam veri sayısı örneklem sayısını geçmektedir. Bu noktada, bazı katılımcıların birden çok platformda dijital oyun oynadıkları sonucuna da ulaşılmaktadır.

Tablo-14: Tercih Edilen Dijital Oyun Türleri

Dijital Oyun Türleri	Frekans	Yüzde
Macera	166	%11,6
Strateji	166	%11,6
Hayatta Kalma	155	%10,8
Aksiyon	140	%9,8
Spor	140	%9,8
Nişancı	130	%9,1
Simülasyon	126	%8,8
Bulmaca	111	%7,7
Rol Yapma	88	%6,1
Dövüş	62	%4,3
MOBA	45	%3,1
Platform	43	%3
Tercih Etme	30	%2,1
Sandbox	28	%2

Yarış	1	%0,1
Polisiye	1	%0,1
Şans	1	%0,1
Açık Dünya	1	%0,1
Toplam	1434	%100

*Birden çok seçenek işaretlenebildiği için veri sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Yukarıdaki tabloyu incelemeyen önce araştırmanın ilgili teorik bölümünde de bahsedildiği üzere oyun türleri arasında net bir ayrıştırıcı çizginin olmadığına dikkat çekmekte fayda vardır. Örneğin rol yapma, hayatta kalma, aksiyon, polisiye ve açık dünya oyunları, içerikleri doğrultusunda aynı zamanda birer nişancı oyunu olarak değerlendirilebilmektedir. Dijital oyunların yoğun bir şekilde vurgulanan içerikleri ve oynanış tarzları ele alınarak sınıflandırılması halinde, daha net bir ayrımın ortaya konulması mümkündür. Ancak yine de herkes tarafından kabul görece net bir ayrım yapılamayacağı için söz konusu soru, yarı açık uçlu olarak sorulmuştur.

Katılımcıların, oynamayı tercih ettikleri oyun türlerini belirlemek amacıyla sorulan soruda birden fazla seçeneği tercih edebilmeleri nedeniyle söz konusu soruya ilişkin verilerin sayısı örneklem sayısını geçmektedir. Zira 387 kişiden oluşan örneklem grubu, oyun türlerine ilişkin toplamda 1434 tercih yapmıştır. Yapılan bu tercihler incelendiğinde, %11,6'şar oran ile macera ve strateji oyunlarının en çok tercih edilen oyun türleri olduğu görülmektedir. Bunları %10,8 ile hayatta kalma, %9,8'er oran ile spor ve aksiyon, %9,1 ile nişancı, %8,8 ile simülasyon, %7,7 ile bulmaca, %6,1 ile rol yapma, %4,3 ile dövüş, %3,1 ile MOBA, %3 ile platform, %2,1 ile tercih etme ve %2 ile sandbox oyunlarının takip ettiği görülmektedir. Yarış, polisiye, şans ve açık dünya oyunlarının ise sadece %0,1 oranında tercih edildiği görülmektedir.

Tablo-15: Bir Yılda Satın Alınan Dijital Oyun Sayısı

Oyun Adeti	Frekans	Yüzde
Ücretsizleri Tercih Ederim	278	%71,8
1-5 Adet	74	%19,1
6-10 Adet	17	%4,4
11-15 Adet	7	%1,8
15'ten Fazla	11	%2,8
Toplam	387	%100

Ankete katılanların bir yıl içinde satın aldıkları dijital oyun sayısına ilişkin veriler incelendiğinde, örneklemin %71,8 ile büyük çoğunluğunun ücretsiz oyunları tercih ediyor olması dikkat çekmektedir. Verilere göre oyun sayısı arttıkça satın alma oranının azalması söz konusudur. Fakat bir yıl içinde 15 adetten daha fazla oyun satın alan kişilerin sayısının, söz konusu orantıyı bozduğu görülmektedir. Zira örneklemin %19,1'i 1-5 adet, %4,4'ü 6-10 adet ve %1,8'i 11-15 adet dijital oyun satın alırken; %2,8'i 15 adetten daha fazla dijital oyun satın aldığını belirtmiştir.

Bu verilerden hareketle örneklemin %2,8'ini oluşturan söz konusu 11 kişinin diğer 376 kişiye kıyasla daha çok dijital oyun satın alma eğilimi gösteren “oyuncu”lar oldukları söylenebilir. Dijital oyunların farklı fiyatlardan satışa sunulması ve sahip olunan oyun sayısının, oyunlarda geçirilen süre üzerindeki tek etken olmaması nedeniyle, sadece bu verilerden hareketle oyun oynama süresi ve oyunlara harcanan para miktarı hakkında yorum yapmak doğru olmayacaktır. Bu nedenle söz konusu yorumları yapabilmek için oyunlara ayrılan süre ve oyunlara harcanan para miktarı ayrı birer soru olarak sorulmuştur.

Tablo-16: Bir Yılda Dijital Oyunlara Harcanan Para Miktarı

Harcanan Para Miktarı	Frekans	Yüzde
Harcamam	240	%62
1-200 TL	103	%26,6
201-400 TL	24	%6,2
401-600 TL	11	%2,8
600 TL'den Fazla	9	%2,3
Toplam	387	%100

Katılımcıların dijital oyunlar merkezinde harcadıkları para miktarı incelendiğinde, %62 oran ile örneklem grubunun büyük çoğunluğunun dijital oyunlar için para harcamadığı görülmektedir. Buradan hareketle bir önceki tabloda belirtilen, ücretsiz oyunları oynamayı tercih eden 278 kişiden 240'ının oyun içinde de alışveriş yapmadıkları, oyun ek paketlerini ve benzeri içerikleri de satın almadıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Kalan 38 kişinin ise, ücretsiz oyunları tercih etmelerine rağmen oyun içinde birtakım artı özelliklere ve/veya ek oyun paketleri gibi içeriklere sahip olabilmek için para harcadıkları görülmektedir.

Dijital oyunlar için harcanan para miktarı arttıkça, söz konusu parayı harcayanların sayısında azalma olduğu görülmektedir. Zira 1-200 TL para harcayanlar örneklemin %26,6'sını oluştururken; 201-400 TL harcayanlar %6,2'sini, 401-600 TL harcayanlar %2,8 ve 600 TL'den fazla harcayanlar %2,3'ünü oluşturmaktadır. Kısaca katılımcılar çoğunlukla dijital oyunlara para harcamamakta, para harcayanların sayısı ise para miktarı arttıkça azalmakta ve sadece 9 kişi dijital oyunlar için 600 TL'den fazla para harcamaktadır.

Tablo-17: Toplam Dijital Oyun Oynama Süresi

Toplam Dijital Oyun Oynama Süresi	Frekans	Yüzde
2 Yıldan Az	46	%11,9
2-4 Yıl	47	%12,1
4-6 Yıl	69	%17,8
6-8 Yıl	62	%16
8-10 Yıl	53	%13,7
10 Yıldan Fazla	110	%28,4
Toplam	387	%100

Katılımcıların dijital oyun oynamaya başladıkları zamandan ankete katıldıkları güne kadar geçen süreye ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde, %28,4'ünün 10 yıldan daha uzun süredir dijital oyun oynuyor olmaları dikkat çekmektedir. Örneklem içinde en büyük grubu oluşturan bu bireyleri takip eden diğer grupların, birbirlerine yakın oranlara sahip oldukları görülmektedir. Söz konusu kişilerin %17,8'i 4-6 yıldır, %16'sı 6-8 yıldır, %13,7'si 8-10 yıldır, %12,1'i 2-4 yıldır ve son olarak %11,9'u ise 2 yıldan daha az süredir dijital oyun oynadıklarını belirtmiştir. Bu veriler doğrultusunda %75,9 ile örneklem grubunun 3/4'ünden fazlasının en az 4 yıldır dijital oyun oynuyor oldukları görülmektedir.

Tablo-18: Bir Haftada Dijital Oyunlara Ayrılan Süre

Haftalık Dijital Oyun Oynama Süresi	Frekans	Yüzde
5 Saatten Az	186	%48,1
6-10 Saat	88	%22,7
11-15 Saat	34	%8,8
16-20 Saat	23	%5,9
21-25 Saat	20	%5,2
25 Saatten Fazla	36	%9,3
Toplam	387	%100

Katılımcıların bir haftada dijital oyunlara ayırdıkları süreye ilişkin veriler incelendiğinde, %48,1’lik oran ile örneklem grubunun neredeyse yarısının dijital oyunlara 5 saatten daha az zaman ayırdıkları görülmektedir. Bir haftada dijital oyun oynamaya ayrılan süre arttıkça frekans sayısının azalması söz konusudur. Ancak bu durum, dijital oyunlar için 25 saatten fazla vakit ayıranlar söz konusu olduğunda değişiklik göstermektedir. Çünkü 6-10 saat dijital oyun oynayanlar örneklem grubunun %22,7’sini, 11-15 saat oynayanlar %8,8’ini, 16-20 saat oynayanlar %5,9’unu ve 21-25 saat oyun oynayanlar %5,2’sini oluştururken; 25 saatten daha fazla oyun oynayanlar örneklemin %9,3’ünü oluşturmaktadır. Bu verilerden hareketle örneklemin %9,3’ünü oluşturan söz konusu 36 kişinin, ankete katılan diğer kişilere kıyasla dijital oyunlara özel olarak daha fazla vakit ayıran “gamer (oyuncu)” adı verilen kişiler oldukları söylenebilir.

Tablo-19: Gün İçinde Dijital Oyun Oynama Zamanının Seçimi

Günün Bölümleri	Frekans	Yüzde
Gece	173	%44,7
Akşam	136	%35,1
Öğleden Sonra	49	%12,7
Sabah	11	%2,8
Öğlen	9	%2,3
Sabaha Karşı	9	%2,3
Toplam	387	%100

Yukarıdaki tabloda sunulan veriler incelendiğinde, örneklem grubunun %44,7’si gece ve %35,1’i akşam saatlerinde olmak üzere %79,8’inin gün sonu saatlerde dijital oyun oynamayı tercih ettiği görülmektedir. Örneklem grubunda yer alan diğer kişilerin %12,7’si öğleden sonra, %2,8’i sabah saatlerinde, %2,3’ü öğlen ve yine %2,3’ü sabaha karşı oyun oynamayı tercih etmektedir. Verilere göre örneklemin büyük çoğunluğu akşam ve gece saatlerinde oyun oynamayı tercih etmektedir.

Tablo-20: Dijital Oyunlarda Öncelikli Olarak Tekli ya da Çoklu Oyun Tercihi

Tercihler	Frekans	Yüzde
Tek Başına	151	%39
Başka Oyuncularla	236	%61
Toplam	387	%100

Örnekleme yer alan kişilerin öncelikli olarak tek başlarına mı, yoksa diğer oyuncularla mı oynamayı tercih ettiklerine dair sorulan soruya verdikleri cevaplara göre, katılımcıların %61'i diğer oyuncularla birlikte dijital oyun oynamayı tercih ederken; %39'u ise öncelikli olarak yalnız olmayı tercih ettiklerini belirtmiştir.

Tablo-21: Dijital Oyunlarda Oyun Arkadaşı Tercihi

Oyun Arkadaşı Tercihi	Frekans	Yüzde
Fark Etmiyor	189	%48,8
Tanıdıklarıyla	179	%46,3
Yabancılarla	19	%4,9
Toplam	387	%100

Katılımcıların çok kişilik oyunlar oynamaları halinde, oyun arkadaşlarını kimler arasından seçtiklerine dair elde edilen veriler incelendiğinde, örneklemin %46,3'ünün tanıdıkları kişilerle oyun oynamayı tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların yalnızca %4,9'u yabancılarla oyun oynamayı tercih ettiklerini belirtirken; %48,8'i ise böyle bir ayırım yapmayarak hem tanıdıkları kişilerle hem de yabancılarla oyun oynadıklarını belirtmiştir. Kısaca örneklem grubunun %46,3'ü yabancı oyunculara karşı mesafelerini korurken; %4,9'unun tanıdıkları kişilerle oyun oynamak istemediği görülmektedir.

Tablo-22: Dijital Oyunlarda İletişim Kanalı Tercihleri

İletişim Kanalı Tercihleri	Frekans	Yüzde
Oyun İçi Sesli Konuşma Kanallarıyla	176	%28,6
Oyun İçi Yazışma Kanallarıyla	141	%22,9
Oyun Arkadaşlarıyla Aynı Ortamda Bulunarak	99	%16,1
Oyun Dışı Discord Gibi Programların Yazılı ve/veya Sesli İletişim Kanallarıyla	83	%13,5
Hepsiyle	41	%6,7
Steam, Uplay, Origin, PSN vb. Dijital Oyun Platformlarıyla	38	%6,2
Mecbur Kalmadıkça İletişim Kurmuyorum veya Nadiren Kuruyorum	37	%6
Toplam	615	%100

*Birden çok seçenek işaretlenebildiği için veri sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Katılımcıların diğer oyuncular ile hangi kanallar aracılığıyla iletişim kurmayı tercih ettiklerine ilişkin veriler incelendiğinde, çoğunlukla oyun içi yazışma ve sesli

konuşma kanallarının tercih edildiği görülmektedir. Söz konusu verilerin elde edildiği soruda bir katılımcı birden çok seçeneği tercih edebildiği için, soruya verilen yanıtların sayısı örneklem sayısını geçmektedir. Tüm yanıtlar içinde oyun içi sesli konuşma kanallarının %28,6, oyun içi yazışma kanallarının ise %22,9 oranında tercih edildiği görülmektedir. Bu iki iletişim kanalının ardından, en fazladan en aza doğru sırasıyla %16,1 oranında “oyun arkadaşlarımla aynı ortamda bulunarak”, %13,5 oranında “oyun dışı Discord gibi programların yazılı ve/veya sesli iletişim kanallarıyla”, %6,2 oranında “Steam, Uplay, Origin, PSN vb. dijital oyun platformlarıyla” seçeneklerinin tercih edildiği görülmektedir. Tüm yanıtlar içinde, bahsedilen iletişim kanalları arasında bir ayırım yapmaksızın hepsini kullandıklarını belirtenlerin oranı %6,7’dir. Bu yanıtı veren 41 kişinin, diğer katılımcılara kıyasla dijital oyunlarda daha sosyal oldukları söylenebilir.

Söz konusu verilerde açık bir şekilde görülmektedir ki, oyun içi iletişim kanalları %51,5 oran ile en çok tercih edilen iletişim kanallarıdır. Oyunun gerektirdiği düzeyde iletişim kurmanın en iyi ve en pratik yolu olmaları nedeniyle oyun içi kanalların daha fazla tercih edildiği söylenebilir. Buna karşılık oyun dışı iletişim kanallarının %35,8 oranında tercih edildiği görülmektedir. Steam, Uplay gibi oyun platformlarının iletişim kanalları her ne kadar oyun esnasında kullanılabilir olsa da söz konusu kanallar oyun yazılımı içinde yer almadıkları, oyuna sonradan entegre edildikleri için oyun dışı iletişim kanalları olarak değerlendirilmiştir. Tabloda dikkat çeken bir diğer veri ise, örneklem %6’sının mecbur kalmadıkça herhangi bir kanal aracılığıyla iletişim kurmaması veya nadiren kurmasıdır. Buradan hareketle yanıtlar içinde söz konusu %6’lık payı oluşturan 37 kişinin, diğer katılımcılara kıyasla daha az sosyal oldukları ya da dijital oyunlarda sosyalleşme amacı gütmedikleri söylenebilir.

Tablo-23: Katılımcıların Genel Olarak Yabancı Dil Yeterlilik Seviyesi

Yabancı Dil Yeterlilik Seviyesi	Frekans	Yüzde
Giriş Seviye	153	%39,5
Orta Seviye	137	%35,4
Yabancı Dil Bilmiyorum	59	%15,2
İleri seviye	38	%9,8
Toplam	387	%100

Dijital oyunlarda oyuncular, dünyanın farklı bölgelerinden oyuncularla bir araya gelebildikleri için yabancı dil biliyor olmak, iletişim kurabilmek için önemlidir. Oyunlarda Avrupa, Amerika, Orta Doğu gibi belirli dillerin yoğun olarak konuşulduğu oyun sunucuları, oyuncuların tercihiye sunulmaktadır. Ancak hangi oyun sunucusu seçilirse seçilsin oyuncunun ana dili ve evrensel dil olan İngilizce, diğer dillere kıyasla daha önemlidir. Çünkü çok oyunculu dijital oyunlar, benzer niteliklerdeki oyuncuların aynı sanal odalarda karşılaşmalarını sağlayacak şekilde hazırlanmaktadır. Farklı bir dil konuşan oyuncu ile karşılaşılması durumunda ise, evrensel dil olan İngilizce ön plana çıkmaktadır.

Katılımcıların genel olarak yabancı dil yeterlilik seviyelerine ilişkin veriler incelendiğinde, örneklemin %15,2'sinin yabancı dil bilmediği ve bu nedenle yabancılarla iletişim kurma konusunda diğer katılımcılara kıyasla daha fazla zorlandıkları ya da iletişim kuramadıkları söylenebilir. Katılımcıların %9,8'i ise, ileri derecede yabancı dil bilmekte ve bu nedenle diğer katılımcılara kıyasla yabancı oyuncularla daha kolay bir şekilde iletişim kurabilmektedir. Tüm örneklem içinde küçük birer gruba karşılık gelen bu kişilere kıyasla katılımcıların %39,5'i giriş, %35,4'ü ise orta seviyede yabancı dil bildiğini belirtmiştir. Bu verilere göre dijital oyun oynayan bireyler, çoğunlukla giriş ve orta seviyede yabancı dil bilen kişilerdir.

Tablo-24: Bilinen Yabancı Diller

Yabancı Diller	Frekans	Yüzde
İngilizce	324	%69,2
Yabancı Dil Bilmiyorum	55	%11,8
Almanca	41	%8,8
Rusça	25	%5,3
Fransızca	11	%2,4
Arapça	8	%1,7
Kürtçe	3	%0,6
Korece	1	%0,2
Toplam	576	%100

*Birden çok seçenek işaretlenebildiği için veri sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Sosyalleşmenin yanı sıra bazı çevrim içi oyunların oynanabilmesi ya da daha iyi şekilde oynanabilmesi noktasında da iletişim kurmanın önemi ön plana çıkmaktadır.

Özellikle diğer oyuncularla iletişim kurmaya dayanan Among Us, Agrou ve Portal gibi oyunlar, diğer oyuncularla iletişim kurmanın zorunluluk derecesinde önemli olduğu oyunlara örnektir. Evrensel anlamlar taşıyan ifadeler ve görsel iletişim unsurları haricinde dijital oyunlarda iletişim, oyuncunun ana diliyle kurulabileceği gibi, yabancı bir dil ile de kurulabilmektedir. Yabancı kişilerle oynanan oyunlarda yabancı dil biliyor olmak, iletişim kurabilmek ve oyunun akışına (flow) girerek keyifli vakit geçirebilmek için oldukça önem kazanmaktadır. Bu kapsamda katılımcıların biliyor oldukları yabancı dillere ilişkin veriler incelendiğinde, bir önceki tabloda 59 kişinin yabancı dil bilmediğini belirtmesine karşın, bu soruda 55 kişinin yabancı dil bilmediğini belirtmesi dikkat çekmektedir. İki soru arasındaki farkı oluşturan söz konusu 4 kişinin yabancı dillerinin, son derece zayıf olması nedeniyle kararsız oldukları sonucuna ulaşılabilir.

Söz konusu soruda katılımcılar, birden çok seçeneği işaretleyebildikleri için verilerin toplamı örneklem sayısını geçmektedir. Verilen toplam 576 yanıtın %69,2'sinin İngilizce, %8,8'inin Almanca, %5,3'ünün Rusça, %2,4'ünün Fransızca, %1,7'sinin Arapça, %0,6'sının Kürtçe ve %0,2'sinin yani sadece bir kişinin Korece bildiği görülmektedir. Son iki tabloda sunulan bilgilerden hareketle 59 kişi hariç örneklem grubunda yer alan kişilerin en az bir yabancı dili yabancı oyuncularla iletişim kurabilecek kadar bildikleri, bunun için diğer dillere kıyasla İngilizce, Almanca, Rusça ve Fransızca'yı daha fazla tercih ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo-25: Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişi Sayısı

Tanışılan Kişi Sayısı	Frekans	Yüzde
Tanışmadım	140	%36,2
1-10 Kişi	164	%42,4
11-20 Kişi	39	%10,1
21-30 Kişi	15	%3,9
30 Kişiden Fazla	29	%7,5
Toplam	387	%100

Açık uçlu olarak edinilen, katılımcıların dijital oyunlarda kaç kişi ile tanıştıklarına dair veriler kategorik hale getirildiğinde, katılımcıların %36,2'sinin dijital oyunlarda kimse ile tanışmadığı görülmektedir. Örneklemenin %42,4 oranıyla

neredeyse yarısı dijital oyunlarda 1-10 kişi ile tanıştıklarını belirtirken; %10,1'i 11-20 kişiyle, %7,5'i 30'dan fazla kişiyle, %3,9'u ise 21-30 kişiyle tanıştıklarını belirtmiştir. Genel olarak bakıldığında örneklem grubunun %63,9'unun (247 kişi) dijital oyunlarda en az 1 kişiyle tanıştığı görülmektedir. Bu durum, örneklem grubunun yaklaşık 2/3'ünün dijital oyunlarda, oyunun gereği olan yüzeysel iletişimin ötesine geçerek daha yoğun bir iletişim kurduğunu göstermektedir.

Tablo-26: Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişilerle Yüz Yüze Görüşme Oranı

Yüz Yüze Görüştünüz mü?	Frekans	Toplam Yüzde	Yüzde
Evet	99	%25,6	%40,1
Hayır	148	%38,2	%59,9
Yanıtız	140	%36,2	
Toplam	387	%100	%100

Dijital oyunlarda en az 1 kişi ile tanışan 247 kişinin dijital oyunlarda kurdukları iletişimi gerçek dünyaya taşıyıp taşıyamamalarına ilişkin veriler incelendiğinde, %59,9 oran ile çoğu bireyin oyunlarda tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşmediği sonucuna ulaşılmıştır. %40,1 orana karşılık gelen kalan 99 kişinin ise, dijital oyunlarda tanıştıkları kişilerle kurdukları iletişimi gerçek dünyaya da taşıdıkları görülmektedir. Örneklem grubunun %36,2'si dijital oyunlarda kimseyle tanışmadığı için bu soruya yanıt vermemiştir.

Tablo-27: Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişilerle İletişimi Sürdürme Oranı

İletişiminiz Devam Ediyor mu?	Frekans	Toplam Yüzde	Yüzde
Evet	42	%10,9	%17
Bazı Kişilerle Evet	133	%34,4	%53,9
Hayır	72	%18,6	%29,1
Yanıtız	140	%36,2	
Toplam	387	%100	%100

Dijital oyunlarda diğer oyuncularla tanışan 247 kişinin kurdukları iletişimi sanal ya da gerçek dünyada sürdürüp sürdürmediklerine ilişkin veriler incelendiğinde, söz konusu 247 kişinin %17'sinin iletişimlerini sürdürdüğü, %53,9'unun bazı kişilerle iletişimlerini sürdürdüğü, %29,1'inin ise sürdürmediği görülmektedir.

Son üç tabloda sunulan bilgileri toplamak gerekirse, örneklem grubunun %63,9'u dijital oyunlarda en az 1 kişi ile tanışmış, bu kişilerin %40,1'i tanıştıkları kişi ya da kişilerle yüz yüze görüşmüş ve %70,9'u tanıştıkları en az bir kişiyle iletişimlerini sanal ve/veya gerçek ortamlarda sürdürmeyi tercih etmiştir. Genel olarak bakıldığında örneklemin %45,3'ü dijital oyunlarda diğer oyuncularla tanışmakta ve onlarla iletişimlerini sürdürmektedir. Bu nedenle örneklemin %45,3'ünü oluşturan söz konusu 175 kişinin dijital oyunlarda iletişim kurmaktan çekinmediği ve bu sanal dünyalarda uzun süreli arkadaşlık ilişkileri kurduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo-28: Dijital Oyunlardaki İletişimin Gerçek Dünyadaki İletişime Etkisi

Etkileme Durumu	Frekans	Yüzde
Olumlu	77	%19,9
Olumsuz	13	%3,4
Hem Olumlu Hem de Olumsuz	95	%24,5
Etkilemez	202	%52,2
Toplam	387	%100

Yukarıdaki tabloda sunulan veriler incelendiğinde, katılımcıların %19,9'unun sanal dünyadaki iletişimlerinin gerçek dünyadaki iletişimlerini olumlu etkilediğini, %24,5'inin ise hem olumlu hem de olumsuz etkilediğini belirttikleri görülmektedir. Örneklemin %52,2'si ise dijital oyunların gerçek dünyadaki iletişimlerini olumlu veya olumsuz hiçbir şekilde etkilemediğini belirtirken; sadece %3,4'ü olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

İki birim arasında bir süreç ve bağlam kapsamında gerçekleştirilen karşılıklı anlam aktarımı olarak tanımlanan iletişimin, hayatımızın her yerinde var olması ve sessiz kalmanın bile bir anlam ifade etmesi durumu göz önünde bulundurulduğunda, dijital oyunlardaki iletişimin olumlu ya da olumsuz herhangi bir etkisinin olmaması mümkün görünmemektedir. Buna karşılık örneklemin %52,2'sinin dijital oyunlardaki iletişimin herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmesinden, dijital oyunların söz konusu bireylerin hayatında önemli/büyük bir konuma sahip olmadığı, dijital oyunları bir sosyalleşme ortamı olarak görmedikleri ya da söz konusu etkileri fark etmedikleri sonucuna ulaşılabilir. Çünkü dijital oyunlar, gerçek dünyaya alternatif bir sanal gerçeklik sunmaktadır. Bu sanal dünya, gerçek dünya gibi kapsamlı ve karmaşık

yapılardan oluşmakta, aynı bireyin farklı bir karakterle tekrar tekrar var olabilmesi gibi farklılıklarla birlikte birey ve onun gerçek dünyası üzerine çeşitli etkilerde bulunmaktadır. Zira dijital oyun oynayan bir bireyin bir başka bireye oyun oynama teklifinde bulunması, hangi oyunları oynadığını sorması ya da aile üyelerinin dijital oyunlar için ayırdığı süre ve kurduğu arkadaşlık ilişkileri konusunda bireyi eleştirmesi bile bunun bir kanıtıdır. Araştırmanın teorik bölümünde bahsedilen, dijital oyunların bireylerin psikolojileri, dikkat seviyeleri, öğrenme ve sosyalleşme durumları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğuna dair yapılan çalışmalar ve sonuçları da dijital oyunların, gerçek yaşamlarındaki iletişimlerini de dâhil olmak üzere oyuncular üzerinde birtakım olumlu ve olumsuz etkilere sahip olduğunun kanıtı niteliğindedir.

Tablo-29: Dijital Oyunlar Beni Daha Sosyal Bir İnsan Yapar

İfadeye Katılma Durumu	Frekans	Yüzde
Evet	56	%14,5
Hayır	150	%38,8
Kısmen	181	%46,8
Toplam	387	%100

Katılımcıların “Dijital oyunlar, beni daha sosyal bir insan yapar.” ifadesine katılma durumlarına ilişkin veriler incelendiğinde, %14,5’inin bu ifadeye katıldığı, %38,8’nin katılmadığı, %46,8’inin ise kısmen katıldığı görülmektedir. İfadeye katılan kişilerin sosyal yaşamları dijital oyunlar sayesinde olumlu yönde gelişirken; katılmayanların sosyal yaşamlarının ise, dijital oyunlar nedeniyle zayıfladığı ya da herhangi bir değişim göstermediği söylenebilir. Son olarak söz konusu ifadeye kısmen katılan kişilerin sosyal yaşamlarının bazı açılardan gelişirken; bazı açılardan zayıfladığı ya da bir değişim göstermediği söylenebilir.

Söz konusu verileri değerlendirirken, gerçek dünyadaki iletişim kadar dijital oyunların sanal dünyasında kurulan iletişimin de sosyalleşme belirtisi olduğu unutulmamalıdır. Bu nokta göz önünde bulundurulduğunda söz konusu ifadeye “kısmen” katılma durumunu anlamak daha kolay olacaktır. Çünkü daha basit bir yapıya sahip olan sosyallik kavramı, dijital teknolojiler ve dijital oyunlar ile daha kapsamlı ve karmaşık bir yapıya bürünmüştür. Bu durumdan hareketle

sosyalleşmenin, hayatın farklı alanlarında farklı düzeylerde gerçekleşebileceği ve çeşitli etkenler tarafından farklı düzeylerde etkilenebileceği söylenebilir.

Tablo-30: Dijital Oyunlar Uzak Mesafedeki İnsanlarla İletişim Kurmamı Sağlar

İfadeye Katılma Durumu	Frekans	Yüzde
Evet	215	%55,6
Hayır	49	%12,7
Kısmen	123	%31,8
Toplam	387	%100

Dijital oyunlar, bireylerin aynı sanal ortamlarda bir araya gelerek dijital oyun merkezli iletişim kanalları vasıtasıyla iletişim kurmalarına olanak sağladığı gibi, bireylerin fiziksel olarak aynı ortamda bir araya gelerek iletişim kurmalarını da sağlayabilmektedir. Ancak fiziksel ortamların aksine sanal bir ortamda iletişimin kurulabilmesi için iki bireyin de oyuna dâhil olması, dâhil olabilmek için ise internete erişimlerinin olması, mikrofon, kulaklık gibi birtakım teknik donanımlara sahip olmaları, bunların yanı sıra gerekli yazılım ve donanımları kullanabilmeleri gerekmektedir.

Bu bilgiler ışığında katılımcıların, “Dijital oyunlar, uzak mesafedeki insanlarla iletişim kurmamı sağlar.” ifadesine katılma oranları incelendiğinde, örneklemin %55,6’sının bu ifadeye katıldığı, %31,8’inin kısmen katıldığı, %12,7’sinin ise katılmadığı görülmektedir. Kısaca örneklemin %87,4 oran ile büyük çoğunluğu dijital oyunların, uzak mesafelerdeki insanlarla kısmen ya da tam anlamıyla iletişim kurulabilmesini sağladığını düşünmektedir.

Tablo-31: Dijital Oyunlardaki İletişim, Diğer Oyuncuları ve Onların Kültürlerini Öğrenmemi Sağlar

İfadeye Katılma Durumu	Frekans	Yüzde
Evet	114	%29,5
Hayır	77	%19,9
Kısmen	160	%41,3
Kararsızım	36	%9,3
Toplam	387	%100

Dijital oyunlarda kurulan iletişim ile diğer oyuncuların ve onların kültürlerinin öğrenilip öğrenilmemesine ilişkin veriler incelendiğinde, örneklemin %29,5'inin bu ifadeye katıldığı, %41,3'ünün kısmen katıldığı, %19,9'unun katılmadığı ve %9,3'ünün kararsız olduğu görülmektedir. Diğerlerine göre kararsız olanların oranı daha düşükken söz konusu ifadeye kısmen katılanların oranı daha yüksektir. Bu verilerden hareketle 114 kişinin, diğer oyuncularla oyunun gereği olan yüzeysel iletişimin ötesine geçerek sohbet ederken; 77 kişinin sohbet etmedikleri ya da diğer kişilere kıyasla daha az iletişim kurdukları söylenebilir. Kısmen yanıtını veren 160 kişinin ise, bazı kişilerle daha samimi bir şekilde iletişim kurarken, diğerleriyle daha az ya da hiç iletişim kurmadıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo-32: Dijital Oyunlardaki İletişim Bana Gerçek Dünyadaki İletişime Kıyasla Daha Kolay Gelir

İfadeye Katılma Durumu	Frekans	Yüzde
Hayır	130	%33,6
Evet	118	%30,5
Kısmen	102	%26,4
Kararsızım	37	%9,6
Toplam	387	%100

Gerçek dünyada gerçekleştirilen iletişim ile dijital oyun dünyasının kendi çerçevesi içinde gerçekleştirilen iletişimin kıyaslanmasına ilişkin verilen ifadeye katılıp katılmama durumları incelendiğinde, evet ve hayır cevaplarının birbirlerine yakın bir orana sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu verilere göre katılımcıların %30,5'i dijital oyunlardaki iletişimin gerçek dünyadaki iletişime kıyasla daha kolay olduğunu düşünürken; %33,6'sı bu ifadeye katılmamaktadır. Örneklemin %26,4'ü söz konusu ifadeye kısmen katılırken, yani dijital oyunlardaki iletişimin gerçek dünyadaki iletişime kıyasla bazı açılardan daha kolay olduğunu düşünürken; %9,6'sı bu konuda kararsız olduklarını belirtmiştir.

Bu veriler doğrultusunda, dijital ya da gerçek dünyadaki iletişimin diğerine göre daha kolay olup olmadığı ifade edilememekle birlikte, dijital oyunlardaki iletişimin kolaylığı ya da zorluğunun, bireyin iletişime yönelik algısına ve nasıl iletişim kurduğuna bağlı olduğu söylenebilir. Zira söz konusu ifadeye katılma ve katılmama

durumları birbirlerine yakın oranlara sahipken, kısmen katılanların oranı bu durumu pekiştirir niteliktedir.

Tablo-33: Dijital Oyunlarda Kurulan Uzak Mesafeli İletişime Alıştığım için Yüz Yüze İletişim kurmakta Zorluk Yaşarım

İfadeye Katılma Durumu	Frekans	Yüzde
Hayır	304	%78,6
Kısmen	40	%10,3
Kararsızım	26	%6,7
Evet	17	%4,4
Toplam	387	%100

Türkiye’de dijital oyun denildiğinde ilk akla gelen ön yargılar, dijital oyunların bireyleri asosyalleştirmesi ve iletişim becerilerini köreltmesi ifadeleridir. Belki de bunun nedeni bireylerin saatlerce dijital oyun oynaması ve/veya sanal-sosyallik kavramının toplumda yeterince kabul görmemiş olmasıdır. Ancak bu ifadelerin doğru kabul edilebilmesi için bilimsel verilere dayanmak gerekmektedir. Bir anlamda bu ifadelerin doğruluğunu da sınavan, katılımcıların “Dijital oyunlarda kurulan uzak mesafeli iletişime alıştığım için yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşarım.” ifadesine katılıp katılmama durumları incelendiğinde, örneklemin %78,6 oran ile büyük çoğunluğunun bu ifadeye katılmadığı görülmektedir. Katılımcıların %6,7’si kararsız olduklarını belirtirken; %4,4’ü zorluk yaşadıklarını; %10,3’ü ise kısmen zorluk yaşadıklarını belirtmiştir. Bu verilere göre dijital oyunların, bireylerin yüz yüze iletişim kurma becerileri üzerinde çoğunlukla olumsuz bir etkisi yoktur.

3.2.3. Dijital Oyunlarda İletişime Dair Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelerin Analizleri

Bu başlık altında katılımcıların anket formunda belirtilen ifadelere katılıp katılmama durumlarına ilişkin verilerin analizlerine, yorumlarıyla birlikte yer verilmiştir. Söz konusu ifadeler 5’li likert ölçeğiyle üç grup halinde hazırlanmıştır. Katılımcılar söz konusu ifadeler hakkında en düşük 1 ve en yüksek 5 (1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: kararsızım, 4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) olmak üzere birden beşe kadar görüş bildirmiştir.

Oluşturulan ifade gruplarında dijital oyun oynama amaçlarını, dijital oyunlardaki iletişimin kapsamını ve oyun arkadaşlarının bireyler üzerindeki etkilerini belirleme amacı güdülmüştür. Belirli amaçlar doğrultusunda oluşturulmuş olmalarına rağmen söz konusu ifade grupları, sağlama yapmak ve olası alt faktörleri belirlemek amacıyla faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan faktör analizlerinin sonuçları, elde edilen faktörlerin ve faktörler altında yer alan ifadelerin tanımlayıcı analizleri, aşağıda yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

3.2.3.1. Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları

Anket formunda (EK-1) incelenebilecek olan “Dijital oyunlar oynuyorum çünkü...” ifadesiyle sunulan ifade grubunda, bireyin dijital oyun oynamasının iletişim temelli nedenlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. İfade grubu her ne kadar belirli bir amaç doğrultusunda hazırlanmış olsa da ifadelerin kendi içinde gruplandırılabilir olması faktör analizini gerekli kılmaktadır. Zira yapılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi sonucunda 0,913 değerinin elde edilmesi, ifade grubunun Kaiser ve Rice (1974: 112) tarafından önerilen kılavuza göre faktör analizi için mükemmel derecede uygun olduğunu göstermektedir.

İfade grubunun değişkenleri arasındaki ilişkileri en yüksek derecede temsil edebilecek az sayıda faktör elde edebilmek için özdeğer (Eigenvalues) istatistiği uygulanmıştır. Bu istatistik sonucunda Kaiser (1960: 145)’in önerdiği üzere 1’den büyük olan değerler dikkate alınmış ve ifade grubunda 3 anlamlı faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Toplam varyansın %64,757’ini açıklayan bu faktörler, içerdikleri ifadeler doğrultusunda sosyalleşme, kendini gerçekleştirme/kanıtlama ve kişisel tatmin sağlama olarak adlandırılmıştır. Dijital oyun oynama amaçlarına ilişkin ifadeler her ne kadar 3 faktör altında bölünse de söz konusu ifadelerin hepsi iletişim kurmak ile ilişkili olduğu için söz konusu faktörlere ek olarak, bu faktörlerin toplamına karşılık gelen tüm ifade grubuna uygulanan analizlerin sonuçları da yorumlarıyla birlikte aşağıda sunulmuştur.

Tablo-34: Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin Faktörlerin ve Tüm İfade Grubunun Tanımlayıcı Analizleri

Değerler	Faktör 1 (Sosyalleşme)	Faktör 2 (Kendini gerçekleştirme / kanıtlama)	Faktör 3 (Kişisel tatmin sağlama)	Tüm İfade Grubu
İfade Sayısı	7	3	3	13
Öz Değer	5,897	1,477	1,045	-
Varyans (%)	45,363	11,358	8,036	64,757
Güvenirlik Katsayısı (α)	,896	,792	,654	,896
KMO Değeri	-	-	-	,913
Aritmetik Ortalama ($\bar{x}$)	2,73	3,43	2,92	2,94
Standart Sapma (SS)	1,038	1,136	1,060	,896
N	387			

Tabloda sunulan güvenirlik katsayıları incelendiğinde, sosyalleşme faktörünün ve tüm ifade grubunun yüksek derecede ($,81 < \alpha < 1$; $\alpha = ,896$), kendini gerçekleştirme / kanıtlama faktörü ($,61 < \alpha < ,80$; $\alpha = ,792$) ve kişisel tatmin sağlama faktörünün ise ($,61 < \alpha < ,80$; $\alpha = ,654$) orta derecede güvenilir olduğu belirlenmiştir (Kılıç, 2016, s. 48; Durmuş vd., 2013, s. 89; Kayış, 2010, s. 405).

Aritmetik ortalama değerlerine göre katılımcılar, dijital oyunları çoğunlukla kendilerini gerçekleştirmek/kanıtlamak ($\bar{x}=3,43$) amacıyla oynamaktadır. Bunu sırasıyla kişisel tatmin sağlama ($\bar{x}=2,92$) ve sosyalleşme ($\bar{x}=2,73$) amacı takip etmektedir. Bu verilere göre katılımcılar, dijital oyunlarda kendini gerçekleştirme ve kişisel tatmin sağlamaya kıyasla daha az sosyalleşme amacı gütmektedir. Soru grubundaki tüm ifadelerin temelini oluşturan “İletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynuyorum.” ifadesine katılma oranının ise 2,94 ortalama sahip olduğu görülmektedir. Yani katılımcılar söz konusu ifadeye ne katılmakta ne de katılmamaktadır. Genel olarak bakıldığında aritmetik ortalama değerlerinin, 5’li likert ölçeğin ortanca değeri olan 3’e yakın dağılması nedeniyle söz konusu dijital oyun oynama amaçlarının ne ön plana çıktığı ne de geri planda kaldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Faktör 1 altında yer alan verilerin diğer faktörlere kıyasla kendi aritmetik ortalama değerine daha yakın bir şekilde dağıldığı görülmektedir (SS=1,038). Faktör

3 altından yer alan veriler ($SS=1,06$), faktör 1'e kıyasla ortalamaya daha uzak bir şekilde dağılırken; faktör 2 altında yer alan verilerin üç faktör içinde en geniş dağılıma sahip olduğu görülmektedir ($SS=1,136$). Söz konusu üç faktörün tamamını kapsayan tüm ifade grubu ise, faktörlere kıyasla kendi ortalamasına daha yakın dağılmaktadır ($SS=0,896$).

Dijital oyun oynama amaçları başlığı altında yer alan söz konusu ifadelerin faktörlere göre dağılımı aşağıda belirtildiği gibidir.

Tablo-35: Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin İfadelerin Faktörlere Göre Dağılımı

Faktörler	İfade No.	İfadeler	Faktör Yüğü
Faktör 1 (Sosyalleşme)	34	Yeni arkadaşlar edinerek yeni bağlar kurmak ve bu sayede sosyal ilişkilerimi geliştirmek istiyorum.	,873
	23	Sosyalleşmek, diğer oyuncularla etkileşim kurmak istiyorum.	,801
	24	Diğer oyuncularla anlamlı ve uzun süreli ilişkiler kurmak istiyorum.	,778
	35	Oyun oynadığım diğer oyuncularla iletişim kurabilmek bana iyi hissettiriyor.	,768
	29	Dijital oyun oynayarak çevremde sağladığım izlenim sosyal olarak kendimi ifade etmemde etkili olabiliyor.	,674
	33	Arkadaşlarımla aramızda olan ilişki ve iletişimi korumak ve geliştirmek istiyorum.	,659
	25	Bir grubun parçası olmak ve birtakımın parçası olmanın verdiği hazı hissetmek istiyorum.	,648
Faktör 2 (Kendini gerçekleştirme / kanıtlama)	31	Diğer oyunculara baskın olmak, liderlik etmek istiyorum.	,836
	30	Diğer oyuncularla rekabet etmek istiyorum.	,820
	32	Başarılı olmak ve unvan kazanmak istiyorum.	,754
Faktör 3 (Kişisel tatmin sağlama)	28	Oyunlar, eğlenceli olmaları, hikâyeleri, oynanış dinamikleri ve oluşturduğu sosyal ortamları ile beni kendisine bağlıyor.	,746
	27	Çevrim içi çevreyi kullanarak gerçek hayattaki sorunlardan ve sorumluluklarımdan uzaklaşmak istiyorum.	,707
	26	İstediğim bir karakter oluşturarak sanal dünyada arzu ettiğim gibi var olmak istiyorum.	,586

Yapılan analizlerde dönüştürülmüş faktör matrisi sonuçlarına bakıldığında her bir ifadenin faktörlere göre ağırlık durumlarına, yani faktör yükü değerlerine ulaşılmaktadır. Faktör yükü değerlerinin incelenmesi sonucunda anket formunda yer alan söz konusu ifadelerin hiçbirisi çalışma dışında bırakılmamıştır. Sunulan tablo

incelendiğinde içinde en fazla ifadeyi barındıran faktörün “sosyalleşme” faktörü olduğu görülmektedir. Kendini gerçekleştirme/kanıtlama ve kişisel tatmin sağlama faktörleri ise, eşit sayıda ifadeye sahiptir.

Tablo-36: Dijital Oyun Oynama Amaçlarına İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı Analizleri

İfade No.	İfadeler	$\bar{x}$	SS	N
30	Diğer oyuncularla rekabet etmek istiyorum.	3,67	1,256	387
28	Oyunlar eğlenceli olmaları, hikâyeleri, oynanış dinamikleri ve oluşturduğu sosyal ortamları ile beni kendisine bağlıyor.	3,32	1,297	387
32	Başarılı olmak ve unvan kazanmak istiyorum.	3,32	1,413	387
31	Diğer oyunculara baskın olmak, liderlik etmek istiyorum.	3,30	1,383	387
33	Arkadaşlarımla aramızda olan ilişki ve iletişimi korumak ve geliştirmek istiyorum.	3,09	1,368	387
35	Oyun oynadığım diğer oyuncularla iletişim kurabilmek bana iyi hissettiriyor.	2,97	1,369	387
25	Bir grubun parçası olmak ve birtakımın parçası olmanın verdiği hazı hissetmek istiyorum.	2,93	1,387	387
34	Yeni arkadaşlar edinerek yeni bağlar kurmak ve bu sayede sosyal ilişkilerimi geliştirmek istiyorum.	2,82	1,390	387
27	Çevrim içi çevreyi kullanarak gerçek hayattaki sorunlardan ve sorumluluklarımdan uzaklaşmak istiyorum.	2,75	1,366	387
26	İstediğim bir karakter oluşturarak sanal dünyada arzu ettiğim gibi var olmak istiyorum.	2,68	1,466	387
23	Sosyalleşmek, diğer oyuncularla etkileşim kurmak istiyorum.	2,57	1,296	387
29	Dijital oyun oynayarak çevremde sağladığım izlenim sosyal olarak kendimi ifade etmemde etkili olabiliyor.	2,53	1,253	387
24	Diğer oyuncularla anlamlı ve uzun süreli ilişkiler kurmak istiyorum.	2,20	1,187	387

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, en zayıf dijital oyun oynama amacının ($\bar{x}=2,20$) diğer oyuncularla anlamlı ve uzun süreli ilişkiler kurmak olduğu görülmektedir. Ardından en zayıftan daha güçlüye doğru sırasıyla 29. ifade ($\bar{x}=2,53$), 23. ifade ($\bar{x}=2,57$), 26. ifade ($\bar{x}=2,68$), 27. ifade ($\bar{x}=2,75$), 34. ifade ($\bar{x}=2,82$), 25. ifade ($\bar{x}=2,93$) ve 35. ifadenin ($\bar{x}=2,97$) geldiği görülmektedir. “Kararsızım” yanıtına karşılık gelen 3 ortalama değerinden düşük olan söz konusu ortalamalara sahip ifadelerin altısı (23, 24, 25, 29, 34 ve 35. ifadeler) sosyalleşme, ikisi (26 ve 27. ifadeler) ise kişisel tatmin sağlama faktörü altında yer almaktadır. Bu ifadelerin ardından yine daha zayıftan en güçlüye doğru sırasıyla 33. ifade ($\bar{x}=3,09$), 31. ifade ($\bar{x}=3,30$), 32. ifade ($\bar{x}=3,32$) ve 28. ifadenin ($\bar{x}=3,32$) geldiği görülmektedir. “Diğer oyuncularla

rekabet etmek istiyorum.” ifadesi ise, dijital oyun oynamanın en güçlü nedenidir ($\bar{x}=3,67$). En yüksek ortalamaya sahip olan 30. ifade de dâhil olmak üzere 3 ortalama değerinden yüksek olan bu ifadelerin üçü (30, 31 ve 32. ifadeler) kendini gerçekleştirme / kanıtlama, birer tanesi ise sosyalleşme (33. ifade) ve kişisel tatmin sağlama (28. ifade) faktörleri altında yer almaktadır.

Verilerin standart sapma değerlerine bakıldığında, söz konusu ifadelerin 1,187 ile 1,466 arasında değişen değerlere sahip olduğu görülmektedir. Dijital oyun oynamaya dair en zayıf amaç olan 24. ifade, aynı zamanda en düşük standart sapma ($SS=1,187$) değerine de sahiptir. Yani ifadeye verilen yanıtlar kendi aritmetik ortalamasına daha yakın dağılmaktadır. En yüksek standart sapma ($SS=1,466$) değerine sahip olan 26. ifadeye verilen yanıtlar ise, diğer ifadelere kıyasla ortalamaya daha uzak bir şekilde dağılmaktadır.

3.2.3.2. Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları

Elde edilen 0,731 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerine göre aşağıda sunulan ifade grubu faktör analizi için orta derecede uygundur. Bu değer de göz önünde bulundurularak, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamını belirlemeye yönelik oluşturulan ifade grubunun sağlamasını yapmak amacıyla gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda, beklendiği üzere tüm ifadelerin tek faktör altında birleştiği görülmüştür. Bu ifade grubu, amacına uygun olarak “dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamı” başlığı altında değerlendirilmiştir.

Tablo-37: Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin İfade Grubunun Tanımlayıcı Analizleri

Değerler	Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı
İfade Sayısı	4
Öz Değer	2,280
Varyans (%)	57,012
Güvenirlilik Katsayısı (α)	,745
KMO Değeri	,731
Aritmetik Ortalama ($\bar{x}$)	2,75
Standart Sapma (SS)	1,028
N	387

Tabloda sunulan veriler incelendiğinde, güvenilirlik katsayısının $\alpha=,745$ ($,61<\alpha<,80$) olması nedeniyle kullanılan ölçeğin orta derecede güvenilir olduğu görülmektedir. Toplam varyansın %57,012'sini açıklayan bu faktör içinde yer alan ifadelerden elde edilen 2,75 aritmetik ortalama değerine göre katılımcıların dijital oyunlarda kurdukları iletişim, 5'li Likert ölçekte sunulan 3 ortalama değerine yakın bir kapsama sahiptir. Yani dijital oyunlarda kurulan iletişim ne yüzeysel ne de çok kapsamlı ve yoğundur.

Tablo-38: Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin İfadeler ve Faktör Yükleri

Faktörler	İfade No.	İfadeler	Faktör Yüğü
Dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamı	39	Futbol, müzik, tiyatro gibi hobilerim hakkında konuşurum.	,823
	38	Politik ve diğer gündem konuları hakkında konuşurum.	,817
	37	Özel hayatım hakkında konuşurum.	,755
	36	Oyunlar hakkında konuşurum.	,605

Dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamına ilişkin ifadeler ve faktör yükleri yukarıdaki tabloda sunulduğu gibidir. Sunulan verilerin incelenmesi sonucunda söz konusu ifadelerin hiçbirisi çalışma dışında bırakılmamıştır. Ayrıca ifadelerin, amaçlandığı gibi alt faktörlere ayrılmadığı görülmektedir.

Tablo-39: Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamına İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı Analizleri

İfade No.	İfadeler	$\bar{x}$	SS	N
36	Oyunlar hakkında konuşurum.	3,63	1,308	387
39	Futbol, müzik, tiyatro gibi hobilerim hakkında konuşurum.	2,96	1,484	387
38	Politik ve diğer gündem konuları hakkında konuşurum.	2,37	1,381	387
37	Özel hayatım hakkında konuşurum.	2,05	1,277	387

Yukarıda sunulan veriler incelendiğinde, katılımcıların dijital oyunlarda çoğunlukla oyunlar hakkında konuştukları görülmektedir ($\bar{x}=3,63$). Bunun ardından, kurulan iletişimin içeriği daha çoktan daha aza doğru sırasıyla futbol, müzik, tiyatro gibi hobilerden ($\bar{x}=2,96$), politika ve gündem konularından ($\bar{x}=2,37$) ve özel hayata

ilişkin konulardan ($\bar{x}=2,05$) oluşmaktadır. Bu verilere göre dijital oyunlarda kurulan iletişim, yeni tanışan insanlar arasında zamanla gelişen ve kademeli olarak ilerleyen iletişimi andırmaktadır. Çünkü dijital oyun ortamında iletişim kuran kişiler diğer ifadelerde belirtilenlere kıyasla daha yüksek oranda oyunlar hakkında konuşmaktadır. İletişimin derinliği ve samimiyeti hobilerin konuşulması ile genişlemekte, taraflar arasında güvenin oluşması ile politika, gündem ve özel hayata ilişkin konular iletişimin kapsamına dâhil edilmektedir. Karşımızdaki kişinin görüşlerine ve olası tepkilerine dair fikir sahibi olmadan, o kişiden bir zarar görmeyeceğimize emin olmadan onunla politik konulara ve özel hayatımıza dair konuşmak mantıklı bir davranış olmayacaktır. İletişim kurulan kişi zaten tanınan birisi olsa bile, dijital oyunların eğlenmeye yönelik ortamı, politika, gündem ve özel hayata ilişkin ciddi konuları konuşmak için pek uygun bir yapıya sahip değildir. Öyle ki özel hayata ilişkin konular, dijital oyunlarda en az konuşulan konulardır.

Veri grubunun standart sapma değerleri incelendiğinde kendi aritmetik ortalamasına en yakın şekilde dağılım gösteren, yani katılımcıların birbirleriyle en tutarlı şekilde yanıt verdikleri ifadenin, dijital oyunlarda en az konuşulan özel hayata ilişkin konular olduğu ($SS=1,277$) görülmektedir. Bu verilerden hareketle katılımcıların dijital oyunlarda özel hayatları hakkında konuşmama konusunda hem fikir oldukları söylenebilir. Kendi aritmetik ortalamalarına en yakından en uzağa doğru dağılım gösteren ifadeler sırasıyla “Oyunlar hakkında konuşurum.” ($SS=1,308$), “Politik ve diğer gündem konuları hakkında konuşurum.” ($SS=1,381$) ve “Futbol, müzik, tiyatro gibi hobilerim hakkında konuşurum.” ($SS=1,484$) şeklindedir.

3.2.3.3. Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Faktör Analizi Sonuçları

Elde edilen 0,818 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerine göre aşağıdaki tabloda sunulan ifadeler, faktör analizi için iyi derecede uygundur. Yapılan faktör analizi sonucunda söz konusu altı ifadenin eşit sayıda dağıldığı 2 faktör elde edilmiştir. İçerdiği ifadeler doğrultusunda faktör 1, “gerçek dünyadaki etki”, faktör 2 ise “sanal dünyadaki etki” olarak adlandırılmıştır. Söz konusu faktörlere ve bu faktörlerin

toplamına karşılık gelen toplam ekiye dair elde edilen analiz sonuçları yorumlarıyla birlikte aşağıda sunulmuştur.

Tablo-40: Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin İfadelerin Genel Tanımlayıcı Analizleri

Değerler	Faktör 1 (Gerçek Dünyadaki Etki)	Faktör 2 (Sanal Dünyadaki Etki)	Toplam Etki
İfade Sayısı	3	3	6
Öz Değer	3,910	1,123	-
Varyans (%)	65,165	18,713	83,878
Güvenirlilik Katsayısı (α)	,925	,875	,893
KMO Değeri	-	-	,818
Aritmetik Ortalama ($\bar{x}$)	2,25	3,02	2,64
Standart Sapma (SS)	1,190	1,152	1,034
N		387	

Dijital oyun arkadaşlarının sanal dünyadaki ($\alpha=,875$), gerçek dünyadaki ($\alpha=,925$) ve toplam etkisinin ($\alpha=,893$) güvenirlik katsayıları $0,81 < \alpha < 1$ değerleri arasında yer aldığı için kullanılan ölçek hem faktörler hem de faktörlerin toplamı açısından yüksek derecede güvenilirdir. Katılımcılar dijital oyunlardaki arkadaşlarından, gerçek dünyaya kıyasla dijital oyun dünyasında daha fazla etkilenmektedir. Zira dijital oyun arkadaşlarının etkilerinin ortalaması sanal dünyada 3,02 iken; gerçek dünyada 2,25'tir. Katılımcıların toplam etkilenme düzeyi ise 2,64'tür. Bu değer, katılımcıların dijital oyun arkadaşlarından, 5'li likert ölçekte sunulan 3 ortalama değerinin altında bir düzeyde etkilendiklerini göstermektedir.

Etkilenme düzeylerinin standart sapma değerlerine bakıldığında, sanal dünyadaki etkilenme düzeylerinin ($SS=1,15$), gerçek dünyadaki etkilenme düzeylerine ($SS=1,19$) kıyasla kendi aritmetik ortalamasına daha yakın bir şekilde dağıldığı görülmektedir. Bireyler üzerindeki toplam etkiye ilişkin veriler ise, sanal ve gerçek dünya ayırımına kıyasla kendi aritmetik ortalamasına daha yakın dağılmaktadır ($SS=1,03$).

Dijital oyun arkadaşlarının birey üzerindeki etkileri başlığı altında yer alan ifadelerin faktörlere göre dağılımı aşağıda sunulduğu gibidir.

Tablo-41: Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin İfadelerin Faktörlere Göre Dağılımı

Faktörler	İfade No.	İfadeler	Faktör Yüğü
Faktör 1 (Gerçek Dünyadaki Etki)	44	Gerçek dünyadaki davranışlarım konusunda beni etkileyebilir.	,971
	43	Gerçek dünyada üstleneceğim sorumluluklar konusunda beni etkileyebilir.	,911
	45	Gerçek dünyadaki kişiler hakkında sahip olduğum düşünce ve yargılarımı etkileyebilir.	,903
Faktör 2 (Sanal Dünyadaki Etki)	41	Oyundaki davranışlarım konusunda beni etkileyebilir.	,978
	40	Oyunda üstleneceğim sorumluluklar konusunda beni etkileyebilir.	,927
	42	Diğer oyuncular hakkındaki düşünce ve yargılarımı etkileyebilir.	,738

Sunulan tablo incelendiğinde söz konusu ifadelerin, iki faktör arasında eşit şekilde bölündüğü görülmektedir. Faktör yükü değerlerinin incelenmesi sonucunda hiçbir ifade çalışma dışında bırakılmamıştır.

Tablo-42: Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkilerine İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı Analizleri

İfade No.	İfadeler	$\bar{x}$	SS	N
41	Oyundaki davranışlarım konusunda beni etkileyebilir.	3,11	1,294	387
40	Oyunda üstleneceğim sorumluluklar konusunda beni etkileyebilir.	3,09	1,286	387
42	Diğer oyuncular hakkındaki düşünce ve yargılarımı etkileyebilir.	2,87	1,284	387
45	Gerçek dünyadaki kişiler hakkında sahip olduğum düşünce ve yargılarımı etkileyebilir.	2,29	1,293	387
43	Gerçek dünyada üstleneceğim sorumluluklar konusunda beni etkileyebilir.	2,25	1,300	387
44	Gerçek dünyadaki davranışlarım konusunda beni etkileyebilir.	2,21	1,235	387

Yukarıda sunulan veriler incelendiğinde oyun arkadaşlarının bireyi en çok oyundaki davranışları konusunda etkilediği görülmektedir ($\bar{x}=3,11$). Bunu, oyunda üstlenilen sorumluluklar ($\bar{x}=3,09$) ve diğer oyuncular hakkındaki düşünce ve yargılar üzerindeki etkiler ($\bar{x}=2,87$) takip etmektedir. Söz konusu üç ifadenin hepsi, oyun arkadaşlarının sanal dünyadaki etkileri faktörü altında yer almaktadır.

Dijital oyun arkadaşlarının gerçek dünyadaki etkilerine dair diğer üç ifade ise, etkinin daha güçlü olduğu ifadeden daha zayıf olduğu ifadeye doğru sırasıyla: 45. ifade

($\bar{x}=2,29$), 43. ifade ($\bar{x}=2,25$) ve 44. ifade ($\bar{x}=2,21$) şeklindedir. Katılımcılar en az etkilendiklerini belirttikleri gerçek dünyadaki davranışları konusunda, diğer ifadelere kıyasla aritmetik ortalamaya daha yakın dağılım gösteren yanıtlar vermişlerdir (SS=1,235). Bu nedenle katılımcıların, gerçek dünyadaki davranışları konusunda dijital oyunlardaki arkadaşlarından etkilenmediklerine dair hem fikir oldukları söylenebilir. Bunun ardından kendi ortalama değerlerine daha yakın dağılımdan daha uzak dağılıma doğru sırasıyla 42. ifadenin (SS=1,284), 40. ifadenin (SS=1,286), 45. ifadenin (SS=1,293) ve bireylerin en çok etkilendiklerini belirttikleri 41. ifadenin (SS=1,294) geldiği görülmektedir. Tüm etki ifadeleri içinde kendi aritmetik ortalamasına en uzak şekilde dağılım gösteren ifadenin, 43. ifade (SS=1,3) olduğu görülmektedir.

3.2.3.4. Dijital Oyunlarda İletişime Dair Likert Ölçek ile Yapılandırılan İfadelere Uygulanan Korelasyon Analizi Sonuçları

Bu başlık altında iletişim temelli dijital oyun oynama amaçlarına/nedenlerine, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamına ve oyun arkadaşlarının birey üzerindeki etkilerine ilişkin yapılan korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Yapılacak analizlerde parametrik mi yoksa parametrik olmayan testlerin mi kullanılması gerektiğini belirlemek üzere her bir ifade grubuna Z testi uygulanmıştır. Z testi, Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerinin kendi standart sapma değerlerine bölünmesi ile yapılmaktadır. Bu işlem sonucunda elde edilen değer 0 ya da 0'a yakın olması, verilerin normal dağıldığını göstermektedir. Andrew Mayers (2013: 53)'e göre, 100'den büyük olan örneklemelerde bu değer -3,29 ile +3,29 aralığında yer alıyor olması halinde verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilir. Z testi sonuçlarına göre tüm ifade gruplarının normal dağılım gösteriyor olması nedeniyle pearson korelasyon katsayısı kullanılarak yapılan korelasyon analizi sonucunda, ifade gruplarının birbirleriyle 0,01 düzeyinde olumlu yönde ve orta derecede anlamlı bir ilişki içinde oldukları görülmüştür.

Tablo-43: Korelasyon Analizi Sonuçları²

İfade Grupları		Likert İfade Grubu 1	Likert İfade Grubu 2	Likert İfade Grubu 3
Likert İfade Grubu 1	Katsayı Değeri	1,000	,490**	,570**
	p		,000	,000
	N		387	
Likert İfade Grubu 2	Katsayı Değeri	,490**	1,000	,523**
	p	,000		,000
	N		387	
Likert İfade Grubu 3	Katsayı Değeri	,570**	,523**	1,000
	p	,000	,000	
	N		387	

** 2 yönlü Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Analiz sonuçlarına göre, katılımcıların iletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynama tutumu arttıkça, bu oyunlarda kurdukları iletişimin kapsamı ve oyun arkadaşlarından etkilenme düzeyi de artmaktadır. Yani dijital oyun oynamanın iletişim kurmak ile ilgili nedenleri bireyin zihninde ne kadar yere sahipse, birey dijital oyunlarda o kadar kapsamlı bir iletişim kurmakta ve bunun sonucunda iletişim kurduğu kişilerden etkilenmektedir.

Katılımcıların dijital oyunlarda kurdukları iletişimin kapsamının genişlemesi halinde, oyun arkadaşlarından etkilenme ve iletişim temelli nedenlerle oyun oynama tutumunda artış söz konusu olmaktadır. Başka bir deyişle birey, dijital oyunlarda daha kapsamlı iletişim kurdukça, dijital oyunlarda iletişime verdiği önem artmakta ve oyun arkadaşlarından daha fazla etkilenmektedir.

Son olarak katılımcılar dijital oyun arkadaşlarından etkilendikçe, kurdukları iletişimin kapsamı genişlemekte ve iletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynama tutumunda artış meydana gelmektedir. Oyun arkadaşlarından etkilendikçe daha kapsamlı iletişim kurulması durumundan, bireyin sanal dünyada iletişim halinde olduğu kişilerle samimiyet kurduğu ve onlara karşı güven duygusu hissettiği sonucu çıkarılabilir. Zira samimiyet ve güven duyulmayan insanlarla özel hayata ve siyasi konulara dair iletişim kurmak mantıklı bir davranış olmayacaktır. Ancak bu durumun,

² Yapılan analizde iletişim temelli dijital oyun oynama amaçlarına/nedenlerine ilişkin ifadeler “Likert İfade Grubu 1”, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamına ilişkin ifadeler “Likert İfade Grubu 2” ve dijital oyun arkadaşlarının birey üzerindeki etkilerine ilişkin ifadeler “Likert İfade Grubu 3” olarak adlandırılmıştır.

bireylerin dijital oyun karakterlerini kolaylıkla düzenleyerek ve/veya yeni karakterler oluşturarak kimliklerini yeniden gizleyebilmelerinden kaynaklandığını söylemek de mümkündür.

3.2.4. Dijital Oyun Oynamak ve Dijital Oyunlarda İletişim Kurmak ile İlgili Tutum ve Davranışların Demografik Özelliklere Göre Farklılaşma Durumu

Bu başlık altında dijital oyun oynama amaçlarının, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamının, oyun arkadaşlarının birey üzerindeki etkilerinin ve diğer bazı unsurların demografik özelliklere göre farklılaşma durumları analiz edilmiştir. Söz konusu her bir analiz, ilgili yerlerde açıklandığı üzere verilerin özelliklerine göre yapılmış ve yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

3.2.4.1. Demografik Özelliklere Göre Dijital Oyun Oynama Amaçları

Bu başlık altında dijital oyun oynama amaçlarının demografik özelliklere göre anlamlı şekilde farklılaşma durumlarına ilişkin analizlere yer verilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle analizler, parametrik testler kullanılarak yapılmıştır. Yapılan testler, dijital oyun oynama amaçlarının ayrıştırıldığı üç faktöre ve bu faktörlerin toplamına karşılık gelen “İletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynuyorum.” ifadesine katılıp katılmama durumlarına ayrı ayrı uygulanmış ve elde edilen sonuçlar yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Tablo-44: Dijital Oyun Oynama Amaçlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

İfadeler		N	$\bar{x}$	SS	t	df	p
Faktör 1 (Sosyalleşme)	Erkek	256	2,82	1,018	2,427	385	,016
	Kadın	131	2,55	1,059			
Faktör 2 (Kendini gerçekleştirme)	Erkek	256	3,53	1,059	2,197	226,245	,029
	Kadın	131	3,25	1,258			
Faktör 3 (Kişisel tatmin sağlama)	Erkek	256	2,96	1,013	1,078	235,798	,282
	Kadın	131	2,83	1,144			
Tüm İfade Grubu	Erkek	256	3,02	0,855	2,504	385	,013
	Kadın	131	2,78	0,955			

Dijital oyun oynama amaçlarının kadın ve erkeklere göre farklılaşma durumunu ortaya koymak üzere ilgili verilere Bağımsız Örneklem T Testi (Independent-Samples T Test) uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlarda, kişisel tatmin sağlama faktörünün aksine sosyalleşme (erkekler $\bar{x}=2,82$; kadınlar $\bar{x}=2,55$) ve kendini gerçekleştirme (erkekler $\bar{x}=3,53$; kadınlar $\bar{x}=3,25$) faktörleri bakımından kadın ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Buradan hareketle erkeklerin kadınlara kıyasla dijital oyunlarda daha fazla sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme amacı güttükleri söylenebilir. Veri grubundaki tüm ifadelerin temelini oluşturan ve faktörlerin toplamına karşılık gelen “İletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynuyorum.” ifadesine katılma oranlarına bakıldığında ise, kadınlar ile erkekler arasında yine anlamlı bir farklılığın olduğu ve erkeklerin ($\bar{x}=3,02$) kadınlara ($\bar{x}=2,78$) kıyasla söz konusu ifadeye daha fazla katıldıkları görülmektedir. Buna göre erkeklerin, kadınlara kıyasla dijital oyunlarda iletişim kurmaya daha açık oldukları söylenebilir.

Tablo-45: Dijital Oyun Oynama Amaçlarının Sosyallik Düzeylerine Göre Farklılaşma Durumu

	İfadeler	N	$\bar{x}$	SS	F	p
Faktör 1 (Sosyalleşme)	Sosyal	202	2,72	1,043	0,132	,941
	Girişken	124	2,74	1,022		
	Çekingeng	48	2,72	1,024		
	Asosyal	13	2,90	1,268		
	Toplam	387	2,73	1,038		
Faktör 2 (Kendini gerçekleştirme)	Sosyal	202	3,39	1,134	0,473	,701
	Girişken	124	3,52	1,153		
	Çekingeng	48	3,44	1,079		
	Asosyal	13	3,20	1,288		
	Toplam	387	3,43	1,136		
Faktör 3 (Kişisel tatmin sağlama)	Sosyal	202	2,88	1,051	0,401	,752
	Girişken	124	2,97	1,080		
	Çekingeng	48	2,99	1,005		
	Asosyal	13	2,74	1,263		
	Toplam	387	2,92	1,060		
Tüm ifade Grubu	Sosyal	202	2,91	0,892	0,129	,943
	Girişken	124	2,97	0,900		
	Çekingeng	48	2,95	0,890		
	Asosyal	13	2,93	1,037		
	Toplam	387	2,94	0,896		

Dijital oyun oynama amaçlarının ayrıştırıldığı faktörlere ve bu faktörlerin toplamına karşılık gelen “İletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynuyorum.” ifadesine katılma oranlarının, katılımcıların sosyallik düzeylerine göre farklılaşma durumunu belirlemek üzere One-Way Anova analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde sosyallik düzeylerine göre herhangi bir anlamlı farklılığın olmadığı görülmüştür. Yani dijital oyun oynama amaçlarına dair ifadelerle katılma durumları, bireylerin sosyallik düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Dijital oyun oynama amaçlarının yaş kategorilerine, eğitim görülen fakülteye, eğitim durumuna, sınıf düzeyine, çalışma durumuna ve aylık ortalama gelire göre farklılaşma durumunu öğrenmek için yapılan anova analizlerinde de anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Dijital oyun oynama amaçlarının medeni duruma göre farklılaşma durumunu belirlemek için yapılan t test sonucunda ise, yine anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür.

3.2.4.2. Demografik Özelliklere Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı

Bu başlık altında, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamının demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine ilişkin analizlere yer verilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle bu başlık altında yer alan analizler, parametrik testler kullanılarak yapılmıştır.

İlk olarak, kadın ve erkeklerin dijital oyunlarda kurdukları iletişimin kapsamında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için ilgili verilere t test uygulanmıştır. Yapılan teste ilişkin sonuçlar ve yorumları aşağıdaki gibidir.

Tablo-46: Cinsiyete Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı

İfadeler		N	$\bar{x}$	SS	t	df	p
Dijital Oyunlarda Kurulan İletişim Kapsamı	Erkek	256	2,92	1,018	4,527	385	,000
	Kadın	131	2,43	0,973			

Yukarıda sunulan test sonuçları incelendiğinde p değerinin 0,05’ten küçük olması (p=,000) nedeniyle dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamının cinsiyete

göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Veri ortalamalarına göre, kadınlara ($\bar{x}=2,43$) kıyasla erkeklerin ($\bar{x}=2,92$) dijital oyunlarda kurdukları iletişimin kapsamı daha geniştir. Bu durumun, dijital oyun ortamlarının erkek egemen bir yapıya sahip olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Erkek egemen bir ortamda kadınlara kıyasla erkeklerin daha kapsamlı şekilde iletişim kuruyor olmaları beklenmedik bir durum değildir.

Tablo-47: Medeni Duruma Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı

İfadeler	N	$\bar{x}$	SS	t	df	p
Dijital Oyunlarda Kurulan İletişim Kapsamı	Evli	17	3,44	1,084	2,851	382
	Bekâr	367	3,72	1,016		

Evli ve bekâr katılımcıların dijital oyunlarda kurdukları iletişimin kapsamının farklılaşma durumuna ilişkin yapılan t test sonuçlarına bakıldığında, p değerinin 0,05'ten küçük olması nedeniyle anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p=0,005$). Bu sonuç medeni durumun, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamı üzerinde etkili olduğu anlamına gelmektedir. Aritmetik ortalama değerleri ele alındığında, bekâr ($\bar{x}=3,72$) olan kişilerin dijital oyunlarda kurdukları iletişimin kapsamının, evli ($\bar{x}=3,44$) olanlarınkine kıyasla daha geniş olduğu görülmektedir.

Tablo-48: Sosyallik Düzeylerine Göre Dijital Oyunlarda Kurulan İletişimin Kapsamı

İfadeler	N	$\bar{x}$	SS	F	p
Dijital Oyunlarda Kurulan İletişim Kapsamı	Sosyal	202	2,76	0,944	0,579
	Girişken	124	2,73	1,096	
	Çekingen	48	2,85	1,160	
	Asosyal	13	2,44	1,142	

Yukarıda sunulduğu üzere katılımcıların sosyallik düzeylerinin dört kategoriden oluşması ve verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle uygulanan Anova analizinde, dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamının sosyallik düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır ($p=,629$).

Dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamının yaş kategorilerine, eğitim görülen fakülteye, eğitim durumuna, sınıf düzeyine, çalışma durumuna ve aylık ortalama gelire göre anlamlı şekilde farklılaşma durumunu öğrenmek için yapılan Anova analizlerinde de anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.4.3. Demografik Özelliklere Göre Dijital Oyun Arkadaşlarının Birey Üzerindeki Etkileri

Bu başlık altında dijital oyun arkadaşlarının birey üzerindeki etkilerinin demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan analizlere yer verilmiştir. Verilerin normal dağılım gösteriyor olması nedeniyle analizlerde, yine parametrik testler kullanılmıştır. Yapılan testler, dijital oyun arkadaşlarının dijital oyun dünyasındaki etkisine dair üç ifadeye, oyun arkadaşlarının gerçek dünyadaki etkisine dair diğer üç ifadeye ve oyun arkadaşlarının birey üzerindeki toplam etkisi anlamına gelen bu ifadelerin tümüne ayrı ayrı uygulanmış ve yorumlarıyla birlikte aşağıda sunulmuştur.

Tablo-49: Dijital Oyun Arkadaşlarından Etkilenme Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

İfadeler		N	$\bar{x}$	SS	t	df	p
Oyun Arkadaşlarının Sanal Dünyadaki Etkisi	Erkek	256	3,14	1,113	2,911	385	,004
	Kadın	131	3,79	1,195			
Oyun Arkadaşlarının Gerçek Dünyadaki Etkisi	Erkek	256	2,32	1,188	1,553	385	,121
	Kadın	131	2,12	1,188			
Oyun Arkadaşlarının Toplam Etkisi	Erkek	256	2,73	0,997	2,515	385	,012
	Kadın	131	2,45	1,085			

Yapılan T test sonuçlarına göre, oyun arkadaşlarının gerçek dünyanın aksine sanal dünyada kadın ve erkekler üzerinde gösterdiği etki anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır ($p=,004$). Dijital oyun arkadaşlarının gösterdikleri toplam etkiye bakıldığında ise, kadın ve erkekler arasında yine anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p=,012$). Elde edilen aritmetik ortalama değerlerine göre kadın oyuncular ($\bar{x}=3,79$), erkek oyunculara kıyasla ($\bar{x}=3,14$) sanal dünyaya ilişkin konularda oyun arkadaşlarından daha fazla etkilenmektedir. Oyun arkadaşlarının

toplam etkisine bakıldığında ise, erkeklerin ($\bar{x}=2,73$), kadınlara ($\bar{x}=2,45$) kıyasla daha fazla etkilendikleri görülmektedir. Bu durumdan, kadınların oyunlardaki ilişkilerini oyunlarda bırakırken; erkeklerin böyle bir sınırlandırma yapmadıkları söylenebilir.

Tablo-50: Dijital Oyun Arkadaşlarından Etkilenme Düzeylerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumu

İfadeler		N	$\bar{x}$	SS	t	df	p
Oyun Arkadaşlarının Sanal Dünyadaki Etkisi	Evli	17	3,53	0,979	1,846	382	,066
	Bekâr	367	3,01	1,149			
Oyun Arkadaşlarının Gerçek Dünyadaki Etkisi	Evli	17	3,14	1,286	3,146	382	,002
	Bekâr	367	2,22	1,172			
Oyun Arkadaşlarının Toplam Etkisi	Evli	17	3,33	0,979	2,842	382	,005
	Bekâr	367	2,61	1,024			

Oyun arkadaşlarından etkilenme düzeyinin medeni duruma göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere verilere T test uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, oyun arkadaşlarının sanal dünyaya ilişkin konuların aksine gerçek dünyaya ilişkin konularda gösterdiği etki medeni duruma göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ($p=,002$). Oyun arkadaşlarının evli ve bekâr kişiler üzerindeki toplam etkisinin ise yine anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir ($0,005$). Buna göre oyun arkadaşları, evli kişileri ($\bar{x}=3,14$) bekâr olanlara ($\bar{x}=2,22$) kıyasla gerçek dünyaya ilişkin konularda daha fazla etkilemektedir. Oyun arkadaşlarının bireyler üzerindeki toplam etkisine bakıldığında yine evli kişilerin ($\bar{x}=3,33$), bekâr olanlara ($\bar{x}=2,61$) kıyasla daha fazla etkilendikleri görülmektedir.

Tablo-51: Dijital Oyun Arkadaşlarından Etkilenme Düzeylerinin Sosyallik Düzeylerine Göre Farklılaşma Durumu

İfadeler		N	$\bar{x}$	SS	F	p
Oyun Arkadaşlarının Sanal Dünyadaki Etkisi	Sosyal	202	3,01	1,174	0,204	,893
	Girişken	124	3,08	1,070		
	Çekingen	48	2,94	1,194		
	Asosyal	13	2,92	1,492		

Oyun Arkadaşlarının Gerçek Dünyadaki Etkisi	Sosyal	202	2,10	1,142	2,665	,058
	Girişken	124	2,36	1,194		
	Çekingen	48	2,58	1,260		
	Asosyal	13	2,26	1,389		
Oyun Arkadaşlarının Toplam Etkisi	Sosyal	202	2,56	1,006	0,909	,437
	Girişken	124	2,72	1,001		
	Çekingen	48	2,76	1,148		
	Asosyal	13	2,59	1,345		

Bireylerin, sosyallik düzeylerine göre dijital oyunlardaki arkadaşlarından etkilenme durumlarına ilişkin yapılan Anova analizi sonucunda, sanal dünyadaki etki ($p=,893$), gerçek dünyadaki etki ($p=,058$) ve bu iki başlığın toplamına karşılık gelen toplam etki ($p=437$) bakımından anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Dijital oyun arkadaşlarından etkilenme düzeylerinin yaş kategorilerine, eğitim görülen fakülteye, eğitim durumuna, sınıf düzeyine, çalışma durumuna ve aylık ortalama gelire göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan anova analizlerinde de anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.4.4. Dijital Oyun Oynamak ve Oyunlarda İletişim Kurmak ile İlgili Diğer Bazı Analizler

Bu başlık altında, dijital oyun oynama ve dijital oyunlarda iletişim kurma tutumlarının demografik özelliklere ve bazı sorulara verilen yanıtlara göre farklılaşma durumlarını ortaya koymak için oluşturulan çapraz tablolara yorumlarıyla birlikte yer verilmiştir.

Kurulan iletişimin şekli ve boyutu, dijital oyun oynanan platforma göre değişmektedir. Çünkü konsol ve bilgisayarlarda iletişim kurabilmek için klavye, oyun kolu, mikrofon ve kulaklık gibi donanımlara ihtiyaç duyulurken; mobil cihazlarda iletişim, ek donanımlara ihtiyaç duyulmadan sürdürülebilmektedir. Bu nedenle ilk olarak kadın ve erkeklerin tercih ettikleri oyun platformlarına göre dağılımları analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlar yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Tablo-52: Cinsiyete Göre Dijital Oyun Platformu Tercihi

İfadeler	Bilgisayar	Konsol	Mobil	Toplam	
				Tercih	Cinsiyet
Erkek	184	84	135	403	256
Kadın	35	16	122	173	131
Toplam	219	100	257	576	387

*Birden çok seçenek işaretlenebildiği için tercih edilen platform sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Sunulan verilere göre örneklemin %66,1'ini oluşturan erkekler tarafından 403, %33,9'unu oluşturan kadınlar tarafından ise 173 olmak üzere toplam 576 tercih yapılmıştır. Bir kişinin birden fazla platformu tercih edebilmesi nedeniyle yapılan tercih sayısı örneklem sayısını geçmektedir. Bu nedenle kategoriler arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını görmek için SPSS programında yer alan “Custom Tables” özelliğinden yararlanılarak chi-square testi yapılmış ve anlamlı bir farklılaşmanın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen verilere göre, yapılan 576 tercihin %44,6'sında mobil, %38'inde bilgisayar ve %17,4'ünde konsollar tercih edilmiştir. Tercihlerin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında erkeklerin yoğun olarak sırasıyla bilgisayarları ve mobil cihazları tercih ederken; kadınların sırasıyla mobil cihazları ve bilgisayarları tercih ettikleri görülmektedir. Konsol cihazları ise hem erkekler hem de kadınlar tarafından en az tercih edilen platformdur. Kadınların diğer platformlara kıyasla mobil cihazları daha fazla tercih ediyor olmalarından, klavye, fare, oyun kolu gibi daha komplike araçlarla oyun oynamaya erkeklere kıyasla daha uzak oldukları sonucu çıkarılabilir.

Oyun platformuna ek olarak oynanan oyunun türü, kurulan iletişimin içeriğini etkilemektedir. Öyle ki macera oyunu oynayan kişilerle aksiyon oyunu oynayan kişilerin kurdukları iletişimin aynı içeriğe sahip olmaması kuvvetle muhtemeldir. En basit bakış açısıyla aksiyon oyunu oynayan kişiler takım çalışması yaparak rakiplerini mağlup etmeye odaklanacakken; macera oyunu oynayanlar, oyun arkadaşlarıyla birlikte yeni yerler keşfedip hikâyede ilerleme kaydetmeye odaklanacak ve bu doğrultuda iletişim kuracaktır. Bu nedenle, kadın ve erkeklerin tercih ettikleri oyun türlerine göre dağılımları analiz edilmiş ve yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Tablo-53: Cinsiyete Göre Tercih Edilen Dijital Oyun Türleri

İfadeler	Cinsiyet		Toplam	
	Erkek	Kadın		
Macera	111	55	166	
Strateji	120	46	166	
Hayatta Kalma	115	40	155	
Aksiyon	108	32	140	
Spor	124	16	140	
Nişancı	112	18	130	
Simülasyon	93	33	126	
Bulmaca	31	80	111	
Rol Yapma	82	6	88	
Dövüş	49	13	62	
MOBA	43	2	45	
Platform	22	21	43	
Tercih Etme	25	5	30	
Sandbox	24	4	28	
Yarış	0	1	1	
Polisiye	0	1	1	
Şans	0	1	1	
Açık Dünya	1	0	1	
Toplam	Tercih	1060	374	1434
	Cinsiyet	256	131	387

*Birden çok seçenek işaretlenebildiği için tercih edilen oyun türü sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Tercih sayısının örneklem sayısını aşması nedeniyle oyun türü tercihlerinin cinsiyete göre farklılaşma durumunu test etmek için yine “Custom Tables” özelliğinden yararlanılarak chi-square testi yapılmıştır. Yapılan test ile, veriler arasında anlamlı bir farklılık olduğu, ancak tablo hücrelerinin %20’sinden fazlasının 5’ten küçük değere sahip olması ve bazı hücre değerlerinin 1’den az olması nedeniyle söz konusu anlamlı farklılığın geçersiz olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Sunulan tablo incelendiğinde erkeklerin oynamayı en çok tercih ettikleri altı oyun türünün daha çoktan daha aza doğru sırasıyla spor, strateji, hayatta kalma, nişancı, macera ve aksiyon oyunları olduğu görülmektedir. Kadınların oynamayı en çok tercih ettikleri altı oyun türünün ise sırasıyla bulmaca, macera, strateji, hayatta kalma, simülasyon ve aksiyon oyunları olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre erkeklerin aksine kadınların bulmaca ve simülasyon oyunlarını, kadınların aksine erkeklerin ise spor ve nişancı oyunlarını daha çok tercih ettikleri görülmektedir.

Tercih edilen oyun platformu ve oyun türü kadar, sahip olunan oyun sayısı da dijital oyunlarda kurulan iletişime dair bilgi vermektedir. Sahip olunan dijital oyun sayısını değerlendirebilmek için aylık ortalama gelire ilişkin bilgiler ön plana çıkmaktadır. Çünkü bir bireyin aylık gelirinden dijital oyunlara ayırdığı pay, onun sanal dünyada gösterdiği var olma çabasına, dolayısıyla gerçek dünyada mı yoksa sanal dünyada mı daha çok iletişim kurmak istediğine dair bilgileri içerebilmektedir. Bu nedenle kadın ve erkeklerin aylık ortalama gelirlerine göre dijital oyunlara ne kadar para harcadıklarına ilişkin veriler aşağıdaki tabloda ele alınarak yorumlarıyla birlikte sunulmuştur. Sunulan tabloda dijital oyunlara harcanan “0 TL” ifadesi net bir şekilde ücretsiz oyunların tercih edildiği anlamına gelirken; diğer ifadeler dijital oyunların ve/veya oyun içeriklerinin satın alındığı anlamına gelmektedir.

Tablo-54: Dijital Oyunlara Harcanan Para Miktarının Cinsiyete ve Aylık Ortalama Gelire Göre Farklılaşma Durumu

İfadeler			Dijital Oyunlara Harcanan Yıllık Para Miktarı					Toplam	
			0 TL	1-200 TL	201-400 TL	401-600 TL	600 TL Üzeri	Erkek Kadın	Aylık Gelir
Aylık Ortalama Gelir ve Cinsiyet	0-500 TL	Erkek	32	19	5	0	2	58	110
		Kadın	48	4	0	0	0	52	
	501-1000 TL	Erkek	45	29	3	4	1	82	126
		Kadın	38	5	1	0	0	44	
	1001-1500 TL	Erkek	19	11	4	2	0	36	46
		Kadın	4	5	0	0	1	10	
	1501-2000 TL	Erkek	6	5	2	2	0	15	21
		Kadın	6	0	0	0	0	6	
	2001-2500 TL	Erkek	8	9	2	0	3	22	30
		Kadın	6	2	0	0	0	8	
	2500 TL Üzeri	Erkek	20	14	4	3	2	43	54
		Kadın	8	0	3	0	0	11	
Toplam		Erkek	130	87	20	11	8	256	387
		Kadın	110	16	4	0	1	131	

Yukarıda sunulan veriler cinsiyete göre dijital oyunlara harcanan para miktarı bakımından incelendiğinde, Chi-Square değerinin 0,05’ten küçük olması nedeniyle veriler arasında 0,328 Cramer’s V değeri düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Cinsiyete göre harcanan para miktarının dağılımına bakıldığında: ankete

katılan 256 erkeğin %50,8'inin (130 kişi) para harcamadığı, %34'ünün (87 kişi) 1-200 TL, %7,8'inin (20 kişi) 201-400 TL, %4,3'nün (11 kişi) 401-600 TL ve %3,1'inin (8 kişi) 600 TL'den fazla para harcadığı görülmektedir. Ankete katılan 131 kadının dağılımına bakıldığında ise, %84'ünün (110 kişi) para harcamadığı, %12,2'sinin (16 kişi) 1-200 TL, %3,1'inin (4 kişi) 201-400 TL ve %0,8 orana sahip olan 1 kişinin 600 TL'den fazla para harcadığı görülmektedir. Bu verilere göre erkeklerin, kadınlara kıyasla dijital oyunlarda daha fazla para harcadıkları söylenebilir.

Sunulan veriler aylık ortalama gelire göre dijital oyunlara harcanan para miktarı bakımından incelendiğinde, Chi-Square değerinin 0,18 olması nedeniyle veriler arasında 0,151 Cramer's V değeri düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Aylık ortalama 0-500 TL geliri olan ve örneklemin %28,4'ünü oluşturan 110 kişinin %72,7'sinin (80 kişi) dijital oyunlara para harcamadığı, %20,9'unun (23 kişi) 1-200 TL, %4,5'inin (5 kişi) 201-400 TL ve sadece %1,8'lik orana sahip olan 2 kişinin aylık gelirlerini aşarak 600 TL'den fazla para harcadığı görülmektedir. Söz konusu 5 kişinin, en yüksek aylık gelirlerinin en az 2/5'ini, 2 kişinin ise gelirlerinin tamamından fazlasını oyunlara harcaması nedeniyle gerçek dünyadan ziyade sanal dünyada varlık göstermek istedikleri söylenebilir. Aylık 501-1000 TL gelire sahip olan 126 kişinin %65,9'unun (83 kişi) para harcamadığı, %27'sinin (34 kişi) 1-200 TL, %3,2'sinin (4 kişi) 201-400 TL ve yine %3,2'sinin (4 kişi) 401-600 TL harcarken, sadece 1 kişinin 600 TL'den fazla para harcadığı görülmektedir. Aylık 1001-1500 TL geliri olan 46 kişinin %50'sinin (23 kişi) para harcamadığı, %34,8'inin (16 kişi) 1-200 TL, %8,7'sinin (4 kişi) 201-400 TL, %4,3'ünün (2 kişi) 401-600 TL ve 1 kişinin 600 TL'den fazla para harcadığı görülmektedir. Aylık 1500-2000 TL geliri olan 21 kişinin %57,1'inin (12 kişi) para harcamadığı, %23,8'inin (5 kişi) 1-200 TL, %9,5'inin (2 kişi) 201-400 TL ve yine %9,5'inin (2 kişi) 401-600 TL harcarken, hiçbirinin 600 TL'den fazla para harcamadığı görülmektedir. Aylık 2001-2500 TL geliri olan 30 kişinin %46,7'sinin (14 kişi) para harcamadığı, %36,7'sinin (11 kişi) 1-200 TL, %6,7'sinin (2 kişi) 201-400 TL ve %10'unun (3 kişi) 600 TL'den fazla para harcadığı görülmektedir. Son olarak 2500 TL'den fazla aylık ortalama geliri olan 54 kişiden %51,9'unun (28 kişi) dijital oyunlara para harcamadığı, %25,9'unun (14 kişi) 1-200 TL, %13'ünün (7 kişi) 201-400 TL, %5,6'sının (3 kişi) 401-600 TL ve %3,7'sinin (2 kişi) 600 TL'den

fazla para harcadığı görülmektedir. Dijital oyunlara aylık ortalama gelirlerinden en az 401 TL ayıran 20 öğrencinin, bu parayı faturaları, eğitim, gıda, kitap, kırtasiye, sosyal yaşam gibi giderlerinden düştikleri düşünüldüğünde, gerçek dünya yerine dijital oyunların sanal dünyasında varlık gösterdikleri ve bu ortamlarda iletişim kurdukları söylenebilir.

Dijital oyunlara harcanan para miktarının hem cinsiyete hem de aylık ortalama gelire göre dağılımına bakıldığında ise, kadınlara oranla daha fazla erkeğin 1001 TL ve üzerinde aylık ortalama gelire sahip olduğu ve dijital oyunlara daha fazla para harcadıkları görülmektedir. Kadınlar ise dijital oyunlara para harcamama eğilimindedir. Zira tüm gelir dağılımları içinde sadece 5 kadın dijital oyunlara 201 TL ve üzerinde para harcarken; bunlardan sadece biri 600 TL’den fazla para harcamaktadır.

Dijital oyunlarda kurulan iletişimi değerlendirmek için yapılan bir diğer analizin sonuçları aşağıda yorumlarıyla birlikte sunulmuştur. Yapılan analiz ile kadın ve erkeklerin bir hafta içinde dijital oyunlara ayırdıkları süreler ve “Dijital oyunlar beni daha sosyal bir insan yapar.” ifadesine katılma durumları incelenmiştir.

Tablo-55: Cinsiyete Göre Haftalık Dijital Oyun Oynama Süresi ve Oyun Süresinin Sosyalite Üzerine Etkisi

İfadeler			Dijital Oyunlar Beni Daha Sosyal Bir İnsan Yapar			Toplam	
						Erkek Kadın	Haftalık Saat
Haftalık Dijital Oyun Oynama	-	Erkek	9	42	42	93	186
		Kadın	1	51	41	93	
	5 Saat	Erkek	11	26	29	66	88
		Kadın	2	7	13	22	
	6-10 Saat	Erkek	5	7	15	27	34
		Kadın	0	0	7	7	
	11-15 Saat	Erkek	8	5	7	20	23
		Kadın	1	1	1	3	
	16-20 Saat	Erkek	5	4	9	18	20
		Kadın	0	2	0	2	
	21-25 Saat	Erkek	14	3	15	32	36
		Kadın	0	2	2	4	
25 Saat +	Erkek	52	87	117	256	387	
	Kadın	4	63	64	131		

Yukarıdaki tablo cinsiyete göre haftalık oyun oynama süresi bakımından incelendiğinde, Chi-Square değerinin 0,05'ten küçük olması nedeniyle veriler arasında 0,342 Cramer's V değeri düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Verilere göre 256 erkeğin %36,3'ünün (93 kişi) 5 saatten az, %25,8'inin (66 kişi) 6-10 saat, %10,5'inin (27 kişi) 11-15 saat, %7,8'inin (20 kişi) 16-20 saat, %7'sinin (18 kişi) 21-25 saat ve %8,3'ünün (32 kişi) 25 saatten fazla dijital oyun oynadığı görülmektedir. Örneklemin %33,9'unu oluşturan 131 kadının %71'i (93 kişi) 5 saatten az, %16,8'i (22 kişi) 6-10 saat, %5,3'ü (7 kişi) 11-15 saat, %2,3'ü (3 kişi) 16-20 saat, %1,5'i (2 kişi) 21-25 saat ve %3,1'i (4 kişi) 25 saatten daha uzun süre dijital oyun oynamaktadır. Bu dağılımına göre erkekler, bir haftalık zaman diliminde kadınlara kıyasla daha uzun süre dijital oyun oynamaktadır. Ayrıca oyun oynama süresi arttıkça frekans değerleri azalmakta, ancak "25 saatten fazla" ifadesinde bu orantı bozulmaktadır.

Kadın ve erkeklerin "Dijital oyunlar beni daha sosyal bir insan yapar." ifadesine katılma durumları incelendiğinde veriler arasında 0,241 Cramer's V değeri düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre erkeklerin %20,3'ü (52 kişi) ifadeye katılmış, %45,7'si (117 kişi) kısmen katılmış, %34'ü (87 kişi) ise katılmamıştır. Kadınların ise %3,1'i (4 kişi) ifadeye katılmış, %48,9'u (64 kişi) kısmen katılmış, %48,1'i (63 kişi) ise katılmamıştır. Genel olarak bakıldığında çoğu kadın ve erkeğin kısmen yanıtını verirken; kadınlara kıyasla daha fazla erkeğin evet yanıtını verdiği görülmektedir. Bu durumdan, kadınların aksine daha fazla erkeğin dijital oyunlar sayesinde daha sosyal birer birey oldukları sonucu çıkarılabilir.

Bir haftalık zaman diliminde dijital oyun oynama süresine göre verilen ifadeye katılıp katılmama durumuna bakıldığında, veriler arasında yine anlamlı bir farklılaşma olduğu ve bunun 0,269 Cramer's V düzeyinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre ifadeye katılan 56 kişinin %17,9'u (10 kişi) bir haftada 5 saatten daha az, %23,2'si (13 kişi) 6-10 saat, %8,9'u (5 kişi) 11-15 saat, %16,1'i (9 kişi) 16-20 saat, %8,9'u (5 kişi) 21-25, %25'i (14 kişi) ise 25 saatten daha fazla dijital oyun oynamaktadır. İfadeye kısmen katılan 181 kişinin %45,9'u (83 kişi) 5 saatten daha az, %23,2'si (42 kişi) 6-10 saat, %12,2'si (22 kişi) 11-15 saat, %4,4'ü (8 kişi) 16-20 saat, %5'i (9 kişi) 21-25 saat ve %9,4'ü (17 kişi) 25 saatten fazla dijital oyun oynamaktadır.

Son olarak ifadeye katılmayan 150 kişinin %62'si (93 kişi) 5 saatten az, %22'si (33 kişi) 6-10 saat, %4,7'si (7 kişi) 11-15 saat, %4'ü (6 kişi) 16-20 saat, yine %4'ü (6 kişi) 21-25 saat ve %3,3'ü (5 kişi) 25 saatten daha fazla dijital oyun oynadığını belirtmiştir. Kısaca, ifadeye katılanların 1/4'ünün 25 saatten fazla, kısmen katılanların yaklaşık yarısının, katılmayanların ise %62'sinin 5 saatten az dijital oyun oynayarak söz konusu ifadeye kendileriyle aynı cevabı verenler arasında en büyük grupları oluşturdukları görülmektedir. Bu veriler, dijital oyunların sosyalleştirici olmadığını düşünenlerin daha az oyun oynarken, aksini düşünenlerin, kategoriler arasında düzensiz şekilde dağılmaları nedeniyle ortak bir eğilime sahip olmadıklarını göstermektedir.

Sunulan tablodaki tüm veriler genel olarak incelendiğinde, kadınlara kıyasla daha uzun süre dijital oyun oynayan erkekler, söz konusu ifadeye çoğunlukla kısmen katılmıştır. Erkeklerle kıyasla çok daha az kadının söz konusu ifadeye katıldığı, katılmayan ve kısmen katılan kadınların oranlarının ise birbirlerine oldukça yakın olduğu görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda kısaca, erkeklerin kadınlara kıyasla daha uzun süre dijital oyun oynadıkları ve bu oyunlarda daha fazla sosyalleştikleri söylenebilir.

Haftalık dijital oyun oynama süresinin diğer demografik özelliklere göre farklılaşma durumuna bakıldığında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. “Dijital oyunlar beni daha sosyal bir insan yapar.” ifadesine katılma durumlarının diğer demografik özelliklere göre farklılaşma durumuna bakıldığında ise, sadece medeni duruma göre anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür.

Tablo-56: Medeni Duruma Göre Oyunlarda Sosyalleşme İfadesine Katılma Durumu

İfadeler	Dijital Oyunlar Beni Daha Sosyal Bir İnsan Yapar			Toplam
	Evet	Hayır	Kısmen	
Evli	6	4	7	17
Bekâr	50	145	172	367
Toplam	56	149	179	384

Yapılan analizde veriler arasında p değerinin 0,040 olması nedeniyle 0,129 Cramer's V değeri düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Verilere göre evli 17 kişinin %41,2'si söz konusu ifadeye kısmen katıldıklarını,

%35,3'ü katıldıklarını, %23,5'i ise katılmadıklarını belirtmiştir. Bekâr olan 367 kişinin ise %46,9'u kısmen katıldıklarını, %13,6'sı katıldıklarını ve %39,5'i katılmadıklarını belirtmiştir. Bu verilere göre hem evli hem de bekâr bireyler dijital oyunlarda kısmen daha sosyal bir insan olduklarını belirtmişlerdir. Bunun ardından evli bireylerin çoğu, dijital oyunlar sayesinde daha fazla sosyalleştiklerini belirtirken; bekâr bireylerin çoğunun söz konusu ifadeye katılmadığı görülmektedir. Katılımcıların üçü ise, medeni durumlarını belirtmedikleri için analize dâhil edilmemiştir.

Bir haftalık zaman diliminde dijital oyunlara ayrılan süre kadar günün hangi bölümünde dijital oyun oynandığı da kurulan iletişime dair çeşitli bilgiler sunmaktadır. Örneğin gece veya sabaha karşı oyun oynayanları ve onların birlikte oyun oynadıkları kişileri bir oyuncu (gamer) olarak adlandırmak yanlış olmayacaktır. Gün içi saatlerde oyun oynayanların ise günlük işlerini aksatan ya da günlük işlerinden artırdıkları zamanlarda oyun oynayan kişiler oldukları söylenebilir. Bu doğrultuda kadınların ve erkeklerin günün hangi saatlerinde dijital oyun oynadıklarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Tablo-57: Cinsiyete Göre Gün İçerisinde Dijital Oyun Oynama Durumu

	İfadeler	Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Günün Bölümleri	Sabah	4	7	11
	Öğlen	6	3	9
	Öğleden Sonra	26	23	49
	Akşam	89	47	136
	Gece	122	51	173
	Sabaha Karşı	9	0	9
Toplam		256	131	387

Demografik özelliklere göre günün hangi saatlerinde dijital oyun oynandığına dair yapılan analizler sonucunda sadece cinsiyete göre anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0,014$). Elde edilen anlamlı farklılaşmanın düzeyi 0,192'dir. Verilere göre daha çoktan daha aza doğru erkeklerin %47,7'si gece, %34,8'i akşam, %10,2'si öğleden sonra, %3,5'i sabaha karşı, %2,3'ü öğlen ve %1,6'sı daha çok sabah saatlerinde dijital oyun oynamayı tercih etmektedir. Kadınların ise %38,9'u gece,

%35,9'u akşam, %17,6'sı öğleden sonra, %5,3'ü sabah ve %2,3'ü öğlen oyun oynamayı tercih ederken; hiçbir kadının sabaha karşı saatlerde dijital oyun oynamadığı görülmektedir. Öğlen saatleri hem kadınlar hem de erkekler tarafından eşit oranda tercih edilirken; sabaha karşı saatlere bakıldığında erkeklerin, sabah saatlerinde ise çoğunlukla kadınların dijital oyun oynadığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda dijital oyunların çoğunlukla gece ve akşam saatlerinde oynandığı, ayrıca erkeklerin kadınlara kıyasla günün her saat diliminde oyun oynadığı söylenebilir.

Tablo-58: Dijital Oyunlarda Tercih Edilen İletişim Kanallarına Göre Oyunlarda Sosyalleşme İfadesine Katılma Durumu

İfadeler		Dijital Oyunlar Beni Daha Sosyal Bir İnsan Yapar			Toplam
		Evet	Hayır	Kısmen	
İletişim Kanalı Tercihi	Oyun İçi Yazışma Kanallarıyla	12 (%8,5)	49 (%34,7)	80 (%56,7)	141 (%100)
	Oyun İçi Sesli Konuşma Kanallarıyla	26 (%14,8)	55 (%31,2)	95 (%54)	176 (%100)
	Oyun Dışı Discord Gibi Programların Yazılı ve/veya Sesli İletişim Kanallarıyla	25 (%30,1)	14 (%16,9)	44 (%53)	83 (%100)
	Steam, Uplay, Origin, PSN vb. gibi Dijital Oyun Platformlarıyla	7 (%18,4)	9 (%23,7)	22 (%57,9)	38 (%100)
	Oyun Arkadaşlarımla Aynı Ortamda Bulunarak	14 (%14,1)	43 (%43,4)	42 (%42,4)	99 (%100)
	Yukarıdakilerin Hepsiyle	10 (%24,4)	14 (%34,1)	17 (%41,5)	41 (%100)
	Mecbur Kalmadıkça İletişim Kurmuyorum veya Nadiren Kuruyorum	2 (%5,4)	21 (%56,8)	14 (%37,8)	37 (%100)
					615 (%100)
Toplam		56 (%14,5)	150 (%38,7)	181 (%46,8)	387 (%100)

*Birden çok seçenek işaretlenebildiği için tercih edilen iletişim kanalı sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Birden çok seçeneğin işaretlenebilmesi nedeniyle örneklem sayısını aşan iletişim kanalı tercihlerine göre “Dijital oyunlar beni daha sosyal bir insan yapar.” ifadesine katılma durumlarını test etmek için SPSS veri analizi programının “Custom Tables” özelliğinden yararlanılarak chi-square testi yapılmıştır. Yapılan teste, veriler arasında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sunulan sonuçlara göre oyun içi yazışma ve sesli iletişim kanallarını, oyun dışı Steam, Uplay gibi oyun platformlarını ve sunulan tüm iletişim kanallarını tercih edenlerin söz konusu ifadeye çoğunlukla kısmen katıldığı, kısmen ve hayır cevabını verenlere kıyasla daha azının ise, evet cevabını verdiği görülmektedir. Oyun dışı Discord gibi programları tercih eden kişiler çoğunlukla ifadeye kısmen katılırken; evet yanıtını verenlere kıyasla daha az kişi hayır cevabını vermiştir. Oyun arkadaşlarıyla aynı ortamda bulunanların ve mecbur kalmadıkça iletişim kurmayanların söz konusu ifadeye çoğunlukla katılmadığı, ifadeye katılanların sayısının ise hayır ve kısmen yanıtını verenlere kıyasla daha az olduğu görülmektedir.

Özetle, oyun arkadaşlarıyla aynı ortamda bulunanlar ve mecbur kalmadıkça iletişim kurmayanlar, tercihleriyle tutarlı bir şekilde dijital oyunların iletişim kanalları sayesinde daha sosyal bir birey olmadıklarını belirtmiştir. Bunun aksine, oyun dışı Discord gibi programları kullanan kişilerin diğer iletişim kanallarını kullananlara kıyasla daha fazla sosyalleştikleri sonucuna ulaşılmıştır. Diğer iletişim kanallarını kullananların çoğunluğunun ise söz konusu ifadeye kısmen katıldıkları görülmektedir.

Tablo-59: Cinsiyete ve Sosyallik Düzeylerine Göre Öncelikli Dijital Oyun Tercihi

İfadeler		Öncelikli Dijital Oyun Tercihi		Toplam		
		Tek Başıma	Başka Oyuncularla	Sosyallik Durumu	Cinsiyet	
Cinsiyet ve Sosyallik Düzeyi	Erkek	Sosyal	28	100	128	256
		Girişken	24	61	85	
		Çekingen	12	23	35	
		Asosyal	6	2	8	
	Kadın	Sosyal	41	33	74	131
		Girişken	25	14	39	
		Çekingen	11	2	13	
		Asosyal	4	1	5	
Toplam	Sosyal	69	133	202	387	
	Girişken	49	75	124		
	Çekingen	23	25	48		
	Asosyal	10	3	13		

Yukarıdaki tabloda cinsiyete ve sosyallik düzeylerine göre dijital oyunların öncelikli olarak tek başına mı yoksa diğer oyuncularla mı oynandığı analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlar yorumlarıyla birlikte sunulmuştur. Kadın ve erkeklerin öncelikli olarak oyunları nasıl oynamayı tercih ettiklerine bakıldığında, veriler arasında 0,335 Cramer's V düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Verilere göre 256 erkeğin %72,7 ile büyük çoğunluğu öncelikli olarak başka oyuncularla oyun oynamayı tercih ederken; 131 kadının ise %61,8 ile çoğunluğunun öncelikli olarak tek başlarına oyun oynamayı tercih ettikleri görülmektedir.

Sosyallik düzeylerine göre öncelikli oyun tercihleri incelendiğinde p değerinin 0,009 olması nedeniyle veriler arasında 0,172 Cramer's V düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Verilere göre kendilerini sosyal olarak ifade eden 202 kişinin %65,8'i ve kendilerini girişken olarak ifade eden 124 kişinin %60,5'i öncelikli olarak başka oyuncularla birlikte oyun oynadıklarını belirtmiştir. Kendilerini çekingen olarak tanımlayan 48 kişinin %52,1'i başka oyuncularla, %47,9'u ise tek başlarına oyun oynamayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Son olarak, kendilerini asosyal olarak tanımlayan 13 kişiden %76,9'u öncelikli olarak tek başlarına oyun oynamayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda kendilerini sosyal ve girişken olarak tanımlayan kişilerin dijital oyunlarda da sosyal ve girişken oldukları; kendilerini çekingen olarak tanımlayanların ne sosyal ne de asosyal oldukları; kendilerini asosyal olarak tanımlayan kişilerin ise, dijital oyunlarda da asosyal oldukları söylenebilir.

Son olarak sosyallik düzeylerine ve cinsiyete göre yapılan tercihler incelendiğinde, kendilerini sosyal, girişken ve çekingen olarak tanımlayan erkeklerin başka oyuncularla oyun oynamayı tercih ederken; asosyal erkeklerin tek başlarına oyun oynamayı tercih ettikleri görülmektedir. Sosyallik düzeyleri fark etmeksizin kadınların çoğu ise, tek başlarına dijital oyun oynamayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu nedenle erkeklerin, kadınlara kıyasla dijital oyunlarda daha fazla sosyalleşme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Yüz yüze iletişimin aksine dijital oyunlardaki iletişimde beden dili gözlenememekte, ilk izlenim kullanıcı isimleri, oyun karakterleri, kişinin ses tonu ve/veya yazışma şekline göre oluşmaktadır. Bu unsurlar, oyun arkadaşı seçimini

etkilediği gibi iletişim sürecini de etkilemektedir. İletişim kurulan kişinin gerçekte kim olduğu bilinmediği ve sürekli olarak yeni oyuncularla karşılaşıldığı için onlarla tanışmak ve sohbet etmek arka planda kalabilmektedir. Başka bir deyişle oyunlarda kurulan iletişim, öncelikli olarak oynanan oyunun içeriğine göre şekillenmekte ve son derece hızlı bir şekilde gelişip son bulabilmektedir. Bu nedenle oyuncuların birbirleriyle tanışarak arkadaş olmaları halinde kurdukları iletişim, bahsedilen hızlandırılmış ve yüzeysel iletişimden farklılaşmaktadır. Bu kapsamda kadınların ve erkeklerin dijital oyunlarda tanıştıkları kişi sayısını belirlemek üzere yapılan analizin sonuçları, yorumlarıyla birlikte aşağıda sunulduğu gibidir.

Tablo-60: Cinsiyete Göre Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişi Sayısı

İfadeler		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Tanışılan Kişi Sayısı	f	74	66	140
	Tanışmadım			
	Satır	%52,9	%47,1	%100
	Sütun	%28,9	%50,4	%36,2
	f	106	58	164
	1-10 Kişi			
	Satır	%64,6	%35,4	%100
	Sütun	%41,4	%44,3	%42,4
	f	34	5	39
	11-20 Kişi			
	Satır	%87,2	%12,8	%100
	Sütun	%13,3	%3,8	%10,1
	f	14	1	15
	21-30 Kişi			
	Satır	%93,3	%6,7	%100
Sütun	%5,5	%0,8	%3,9	
f	28	1	29	
30 Kişiden Fazla				
Satır	%96,6	%3,4	%100	
Sütun	%10,9	%0,8	%7,5	
Toplam	f	256	131	387
	Satır	%66,1	%33,9	%100
	Sütun	%100	%100	%100

Tabloda sunulan, kadınların ve erkeklerin dijital oyunlarda tanıştıkları kişi sayılarına ilişkin elde edilen sonuçlar incelendiğinde p değerinin 0,05'ten küçük olması nedeniyle veriler arasında 0,304 Cramers's V değerinde anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Veriler incelendiğinde örneklem grubunun %63,8'inin (247 kişi) dijital oyunlarda en az bir kişiyle tanıştığı görülmektedir. Kadınlar çoğunlukla 1-10

kişi ile tanışırken; erkeklerin en çok 1-10 kişi olmak üzere kadınlara kıyasla daha fazla kişiyle tanıştıkları görülmektedir. Bir önceki tablodan elde edilen sonuçlarla tutarlı şekilde erkeklerin dijital oyunlarda daha fazla kişi ile tanışarak sosyalleşirken; kadınların dijital oyunlarda diğer oyuncularla tanışarak sosyalleşme eğilimlerinin daha az olduğu görülmektedir. Dijital oyunlarda 30'dan fazla insanla tanışan kişilerin, bu oyunlarda daha yoğun bir şekilde varlık gösteren ve daha sosyal olan “oyuncu”lar oldukları söylenebilir. Bu kişilerin %96,6'sı erkeklerden oluşurken; sadece %3,4'ü yani 1 kişi kadındır. Bu nedenle yine, erkeklerin kadınlara kıyasla dijital oyunlarda daha sosyal bir şekilde varlık gösterdikleri söylenebilir.

Tablo-61: Cinsiyete ve Yüz Yüze Görüşme Durumuna Göre İletişim Sürdürme Durumu

İfadeler			İletişiminiz Devam Ediyor mu?			Toplam	
			Evet	Bazı Kişilerle Evet	Hayır	Görüşme Durumu	Cinsiyet
Cinsiyet ve Görüşme Durumu	Erkek	Evet	25	54	10	89	182
		Hayır	12	44	37	93	
	Kadın	Evet	2	7	1	10	65
		Hayır	3	28	24	55	
Toplam		Evet	27	61	11	99	247
		Hayır	15	72	61	148	

Kadın ve erkeklerin dijital oyunlarda tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşme ve iletişimlerini sürdürme durumlarına bakıldığında her iki kıyaslamada da anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlk olarak cinsiyete göre dijital oyunlarda tanışılan kişilerle yüz yüze görüşme durumuna bakıldığında, veriler arasında 0,301 Cramers's V değerinde anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Verilere göre dijital oyunlarda en az bir kişiyle tanışan 182 erkeğin %48,9 ile neredeyse yarısı tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşürken; 65 kadının sadece %15,4'ü tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüştiklerini belirtmiştir.

Cinsiyete göre, tanışılan kişilerle kurulan iletişimi sanal ve/veya gerçek dünyada sürdürme durumuna bakıldığında veriler arasında p değerinin 0,028 olması nedeniyle 0,170 Cramer's V düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Verilere göre erkeklerin %53,8'i tanıştıkları bazı kişilerle ve %20,3'ü tüm kişilerle

iletişimlerini sürdürürken, %25,8'i sürdürmemektedir. Kadınların ise %53,8'i tanıştıkları bazı kişilerle ve %7,7'si tüm kişilerle iletişimlerini sürdürürken; %38,5'i sürdürmediklerini belirtmiştir. Verilere göre aynı oranda erkek ve kadın, dijital oyunlarda tanıştıkları bazı kişilerle iletişimlerini sürdürmeyi tercih etmektedir. Kadınlara kıyasla daha fazla erkek, tanıştıkları tüm kişilerle iletişimlerini sürdürürken; kadınların, çoğunlukla kurdukları iletişimleri sürdürmedikleri görülmektedir.

Cinsiyet ayrımı yapmaksızın yüz yüze görüşme ve iletişimi sürdürme durumlarına bakıldığında ise: Yüz yüze görüşenlerin %27,3'ünün iletişimlerini sürdürdüğü, %61,6'sının bazı kişilerle sürdürdüğü, %11,1'inin ise sürdürmediği görülmektedir. Tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşmeyen kişilerin %10,1'inin iletişimlerini sürdürdüğü, %48,6'sının bazı kişilerle sürdürdüğü, %41,2'sinin ise sürdürmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre, yüz yüze görüşülmesi halinde dijital oyunlarda tanışılan kişilerle kurulan iletişimi sürdürme oranlarının artış gösterdiği söylenebilir. Yani yüz yüze görüşme durumu, kurulan iletişimi sürdürme durumunu olumlu yönde etkilemektedir.

Sunulan tablonun geneline cinsiyet ayrımını da dikkate alınarak bakıldığında, dijital oyunlarda en az bir kişi ile tanışan erkeklerin %13,7'sinin tanıştıkları kişilerle hem yüz yüze görüştükleri hem de iletişimlerini sürdürdükleri, %29,7'sinin ise yüz yüze görüştükleri bazı kişilerle iletişimlerini sürdürdükleri görülmektedir. Erkeklerin %24,2'sinin tanıştıkları bazı kişilerle yüz yüze görüşmemelerine rağmen iletişimlerini dijital kanallardan sürdürdükleri; %20,3'ünün ise hem yüz yüze görüşmedikleri hem de iletişimlerini sürdürmedikleri görülmektedir. Kadınların %15,4'ünün tanıştıkları bazı kişilerle yüz yüze görüşmemelerine rağmen iletişimlerini sürdürürken; %13,2'sinin hem yüz yüze görüşmediği hem de iletişimlerini sürdürmediği görülmektedir. Tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşen ve bazı kişilerle iletişimlerini sürdüren kadınlar, tüm kadınlar içinde %3,8 oranında bir büyüklüğe sahipken; sadece %1,1'inin yani 2 kişinin tanıştıkları kişilerle hem yüz yüze görüştüğü hem de iletişimlerini sürdürdüğü görülmektedir.

İncelenen veriler doğrultusunda erkeklerin dijital oyunlarda kadınlara kıyasla daha fazla kişiyle iletişim kurarak sosyalleştikleri, kurdukları ilişkileri gerçek dünyaya daha fazla taşıdıkları ve sürdürdükleri söylenebilir.

Tablo 59'dan elde edilen sonuçlardan da görüleceği üzere bireylerin sosyallik düzeyleri, dijital oyunlarda kurulan iletişimi şekillendirebilmektedir. Bu nedenle katılımcıların sosyallik düzeylerine göre dijital oyunlarda tanıştıkları kişi sayısı, tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşme ve iletişimlerini sürdürme durumları analiz edilerek elde edilen sonuçlar yorumlarıyla birlikte sunulmuştur.

Tablo-62: Sosyallik Düzeylerine Göre Dijital Oyunlarda Tanışılan Kişi Sayısı

İfadeler	Sosyallik Düzeyleri				Toplam
	Sosyal	Girişken	Çekingen	Asosyal	
Tanışmadım	66	49	20	5	140
1-10 Kişi	83	52	22	7	164
11-20 Kişi	23	12	4	0	39
21-30 Kişi	11	4	0	0	15
30 Kişiden Fazla	19	7	2	1	29
Toplam	202	124	48	13	387

Dijital oyunlarda tanışılan kişi sayısının, katılımcıların kendilerine yönelik sosyallik algılarına göre farklılaşma durumu analiz edildiğinde, söz konusu veriler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yine de sunulan veriler incelendiğinde, kendilerini sosyal olarak tanımlayanların %32,7'sinin, girişken olarak tanımlayanların %39,5'inin, çekingen olarak tanımlayanların %41,7'sinin ve asosyal olarak tanımlayanların %38,5'inin dijital oyunlarda kimseyle tanışmadıkları görülmektedir. Bu verilere göre sosyal olanların %67,3'ü, girişken olanların %60,5'i, çekingen olanların %58,3'ü ve son olarak asosyal olanların %61,5'i dijital oyunlarda en az bir kişi ile tanışmıştır.

Sosyallik düzeylerine göre tanışılan kişi sayısı arttıkça frekans sayısının azaldığı görülmektedir. Ancak her bir sosyallik düzeyi için bu orantı, 30'dan fazla kişiyle tanışılması ifadesinde bozulmaktadır. Cinsiyete göre dijital oyunlarda tanışılan kişi sayısı tablosunda (Tablo 60) da belirtildiği üzere 30'dan fazla kişi ile tanışmaları nedeniyle "oyuncu" olarak adlandırılabilir olan söz konusu 29 kişinin %65,5'i

kendini sosyal, %24,1'i girişken, %6,9'u çekingen ve %3,4'ü yani sadece 1 kişi asosyal olarak tanımlamıştır. Bu nedenle, “oyuncu” olarak değerlendirilebilecek olan kişilerin çoğunlukla sosyal bireyler oldukları söylenebilir.

Tablo-63: Sosyallik Düzeylerine ve Yüz Yüze Görüşme Durumuna Göre İletişim Sürdürme Durumu

İfadeler		İletişiminiz Devam Ediyor mu?			Toplam		
		Evet	Bazı Kişilerle Evet	Hayır	Sosyallik Düzeyi	Görüşme Durumu	
Görüşme Durumu ve Sosyallik Düzeyi	Evet	Sosyal	13	38	6	57	99
		Girişken	11	17	3	31	
		Çekingen	3	5	1	9	
		Asosyal	0	1	1	2	
	Hayır	Sosyal	6	41	32	79	148
		Girişken	5	22	17	44	
		Çekingen	3	7	9	19	
		Asosyal	1	2	3	6	
Toplam	Sosyal	19	79	38	136	247	
	Girişken	16	39	20	75		
	Çekingen	6	12	10	28		
	Asosyal	1	3	4	8		

Dijital oyunlarda tanışılan kişilerle yüz yüze görüşme ve kurulan iletişimi sürdürme durumlarının katılımcıların kendilerine yönelik sosyallik algılarına göre farklılaşma durumu analiz edildiğinde, söz konusu veriler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yine de veriler incelendiğinde, her bir sosyallik düzeyi için geçerli olmakla birlikte katılımcıların çoğunlukla tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşmemeyi tercih ettikleri görülmektedir.

Sosyallik düzeylerine göre katılımcıların dijital oyunlarda tanıştıkları kişilerle kurdukları iletişimlerini sanal ve/veya gerçek dünyada sürdürüp sürdürmemelerine ilişkin veriler incelendiğinde, sosyal, girişken ve çekingen olan bireylerin çoğunlukla “bazı kişilerle evet” yanıtını verirken; diğer yanıtlara kıyasla “Evet” yanıtının daha az olduğu görülmektedir. Kendilerini asosyal olarak tanımlayan bireylerin ise, en az “Evet” yanıtını verirken; en fazla “Hayır” yanıtını verdikleri görülmektedir.

Sosyallik düzeyleri dikkate alınarak sunulan tablonun geneline bakıldığında, kendilerini sosyal, girişken, çekingen olarak tanımlayan ve tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşen kişilerin, görüşmeyen kişilere kıyasla iletişimlerini sürdürmeyi daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. Kendilerini asosyal olarak tanımlayan ve tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşen 2 kişiden 1'i bazı kişilerle iletişimi sürdürdüğünü, diğeri ise sürdürmediğini belirtirken; tanıştıkları kişilerle yüz yüze görüşmediklerini belirten 6 kişiden 1'i iletişimi sürdürdüğünü, 2'si bazı kişilerle sürdürdüğünü, 3'ü ise sürdürmediğini belirtmiştir.

Tablo-64: Cinsiyete Göre Dijital Oyunlardaki İletişimin Kolaylığı

İfadeler		Dijital Oyunlardaki İletişim Bana Gerçek Dünyadaki İletişime Göre Daha Kolay Gelir.				Toplam
		Evet	Hayır	Kısmen	Kararsızım	
Cinsiyet	f	89	75	68	24	256
	Erkek					
	Satır	%34,8	%29,3	%26,6	%9,4	%100
	Sütun	%75,4	%57,7	%66,7	%64,9	%66,1
	f	29	55	34	13	131
	Kadın					
	Satır	%22,1	%42	%26	%9,9	%100
	Sütun	%24,6	%42,3	%33,3	%35,1	%33,9
f		118	130	102	37	387
Toplam	Satır	%30,5	%33,6	%26,4	%9,6	%100
	Sütun	%100	%100	%100	%100	%100

Dijital oyunlarda kurulan iletişimin demografik özelliklere göre daha kolay olarak algılanması durumuna ilişkin yapılan analizlerde sadece cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p=0,033$). Bu anlamlı farklılaşma 0,150 Cramer's V değeri düzeyindedir. Veriler incelendiğinde erkeklerin %34,8'inin söz konusu ifadeye "Evet", %29,3'ünün "Hayır", %26,6'sının "Kısmen" ve %9,4'ünün "Kararsızım" yanıtını verdikleri görülmektedir. Kadınların ise %22,1'i "Evet", %42'si "Hayır", %26'sı "Kısmen" ve %9,9'u "Kararsızım" yanıtını vermiştir. Kadınlara kıyasla daha fazla erkeğin söz konusu ifadeye evet yanıtını vermesi nedeniyle erkeklerin dijital oyunlardaki iletişimi, gerçek dünyadaki iletişime kıyasla daha kolay olarak algıladıkları söylenebilir.

Özellikle küçük yaştaki çocuklarla ilgili olarak dijital oyunlarda çok fazla vakit geçirilmesi durumunda toplumdan soyutlanıldığına ve asosyal olduğuna dair endişeler bulunmaktadır. Bu durumun doğruluğunu test etmek için haftalık oyun oynama süresine göre “Dijital oyunlarda kurduğum uzak mesafeli iletişime alıştığım için yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşarım.” ifadesine katılma durumları analiz edilmiştir. Ancak bu analizde elde edilen p değerinin 0,36 olması nedeniyle söz konusu durumu açıklamayı sağlayacak anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür. Konuya dair bir açıklama ortaya koyabilmek için katılımcıların cinsiyetlerine ve kendilerine yönelik sosyallik algılarına göre söz konusu ifadeye katılma durumları analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlar yorumlarıyla birlikte aşağıda sunulmuştur.

Tablo-65: Sosyallik Düzeylerine ve Cinsiyete Göre Dijital Oyun Temelli Nedenlerle Yüz Yüze İletişimde Zorluk Yaşama Durumu

İfadeler		Dijital oyunlarda kurduğum uzak mesafeli iletişime alıştığım için yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşarım.				Toplam	
		Evet	Hayır	Kısmen	Kararsızım		
Cinsiyet ve Sosyallik Durumu	Erkek	Sosyal	0	105	15	8	128
		Girişken	7	66	9	3	85
		Çekingen	3	25	4	3	35
		Asosyal	1	2	2	3	8
	Kadın	Sosyal	4	61	4	5	74
		Girişken	0	34	4	1	39
		Çekingen	1	9	1	2	13
		Asosyal	1	2	1	1	5
Toplam		17	304	40	26	387	

Sunulan tablo cinsiyete göre ifadeye katılma durumu açısından incelendiğinde, veriler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların sosyallik düzeylerine göre ifadeye katılma durumları incelendiğinde ise, verilerin anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür ($p=0,001$). Sunulan verilere göre, kendilerini sosyal olarak tanımlayan kişilerin %82,2’si dijital oyunlardaki iletişime alıştıkları için yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşamadıklarını belirtirken; sadece %2’si zorluk yaşadıklarını belirtmiştir. Kendilerini girişken olarak tanımlayan katılımcıların %80,6’sı söz konusu ifadeye “Hayır”, %5,6’sı ise “Evet” yanıtını verirken; çekingen

olanların %70,8'inin "Hayır" ve %8,3'ünün "Evet" yanıtını verdiği görülmektedir. Son olarak asosyal olduklarını belirtenlerin %30,8'i "Kararsızım", %23,1'i "Kısmen", %30,8'i "Hayır" ve %15,4'ü "Evet" yanıtını vermiştir. Tüm bireylerin ifadeye katılma durumlarına bakıldığında ise, %78,6 oran ile en fazla "Hayır" yanıtı verilirken; %4,4 ile en az "Evet" yanıtının verilmiş olduğu görülmektedir. Bu veriler her bir sosyallik düzeyindeki bireylerin çoğunluğunun dijital oyunlarda kurdukları uzak mesafeli iletişime alışmaları nedeniyle yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşamadıklarını belirtmeleriyle birlikte, daha sosyal olanların daha az zorluk yaşarken; daha asosyal olanların daha fazla zorluk yaşadıklarını göstermektedir. Sonuç olarak endişelerin aksine dijital oyunların, yüz yüze iletişim kurma becerileri üzerinde olumsuz etkilerinin olmadığı ve bireyleri asosyalleştirmedeği söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dijitalleşme ile oyun ortamı sanal bir nitelik kazanmış ve bu sanal oyun ortamlarında kurulan iletişim de gelişime ve değişime uğrayarak mikrofon, kulaklık gibi teknik donanımlarla sağlanır hale gelmiştir. Öyle ki dijital oyunlar, bilgisayar ile oyunu oynayan kişi arasında oyun sistemi kullanılarak etkileşim kurulması temelinde ortaya çıkmış ve zamanla, aynı ortamda bulunan kişilerin yüz yüze iletişim kurarak oyun oynayabilecekleri bir duruma evrilmiştir. İnternet teknolojisinin gelişmesiyle ise, günümüzün çok oyunculu çevrim içi dijital oyunları ortaya çıkmıştır.

Gerçek dünyanın alternatifi olarak ifade edilebilecek olan dijital oyunların sanal dünyasında oyun oynayarak kendilerini gerçek dünyadan soyutladıklarının ve asosyalleştiklerinin düşünülmesinin aksine bireyler, alternatif yaşamlar sürerek sanal-sosyal bir varlık göstermektedir. Bu noktada şu soru akla gelmektedir: Yüz yüze iletişim kurmakta zorlanan ve kendisini toplumdan soyutlayan, ama aynı zamanda sanal oyun dünyasında yüzlerce ve hatta binlerce kişiyle iletişim halin olan bir kişinin asosyal olduğu söylenebilir mi? Böyle bir durumda söz konusu kişinin yüz yüze iletişim kurma becerilerinin zayıf olduğu söylenebilir, ancak asosyal olduğunu söylemek doğru olmayacaktır. Bu kişinin asosyal olarak nitelendirilebilmesi için hem sanal hem de gerçek dünyada yalnızlaşmış ve iletişim ortamlarından uzaklaşmış olması gerekmektedir. Öyle ki bireyler, gündelik hayatın sorunlarından uzaklaşmak, aidiyet, sevgi, özgürlük gibi duyguları hissetmek, maddi kazanç elde etmek, gerçek dünyada gerçekleştirilmesi zor olan hayalleri sanal oyun dünyasında gerçekleştirmek, oyunun akışına dâhil olarak keyifli vakit geçirmek gibi çeşitli nedenlerle birlikte iletişim kurarak sosyalleşmek amacıyla da dijital oyun oynayabilmektedir. Yani asosyalliğe sebep olduğu düşünülen dijital oyunlar aslında bireyin sosyalleşmesine hizmet edebilmektedir. Gartic Phone, Gang Beasts, Human: Fall Flat, Goose Goose Duck, It Takes Two, Among Us, Agrou ve Feign gibi birçok oyun, iletişim kurulması halinde oynanabilen sosyalleştirici oyunlara örnektir. Kaldı ki katılımcıların büyük çoğunluğu (%78,6) “Dijital oyunlarda kurduğum uzak mesafeli iletişime alıştığım için yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşıyorum.” ifadesine “Hayır” yanıtını vererek dijital oyunların yüz yüze iletişim kurma becerileri üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olmadığını belirtmiştir.

Yaşı, cinsiyeti, toplumdaki konumu fark etmeksizin her birey az veya çok oyun ve dijital oyun ortamlarında yer almaktadır. Bu ve benzeri nedenlerle dikkat çeken oyunlara dair çeşitli kuramsal yaklaşımlar ortaya konulmuştur. Bunlar içerisinde dijital oyunlarla ilgili en fazla dikkat çeken yaklaşımlar, Naratoloji ve Ludoloji yaklaşımlarıdır. Bu iki yaklaşımı savunanlar arasında yaşanan tartışma, dijital oyun araştırmalarının akademik bir disiplin olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Dijital oyunlara dair dikkat çeken bir diğer yaklaşım Baudrillard'ın Simülasyon Evreni yaklaşımıdır. Baudrillard'ın *“Bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek, yani simülasyon denilmektedir.”* şeklinde tanımladığı bu evren yeni bir araç değildir. Frasca'ya göre de simülasyon, oyun, oyuncak gibi yaygın şeylerle ve bilimsel modeller veya siber metinler aracılığıyla her zaman var olmuştur. Ancak teknolojik nedenlerle sınırlanan simülasyon, bilgisayarın ve dijital oyunların icadıyla sadece temsile dayalı bir yapı olmaktan sıyrılmış ve simülasyona dayalı bir yapıya da sahip olmuştur. Oyuncular dijital oyunların sanal dünyasında, gerçek dünyada yapamayacakları ya da yapmaları çok zor olan şeyleri simüle etmektedir. Ancak bu durum açıklandığı kadar basit değildir. Çünkü simüle etmek “-mı” gibi yapmak değildir. Dijital oyun ortamında iletişim kuran kişi, iletişim sürecini gerçek dünyadaki gibi yaşamaktadır. Ama bu sürecin ne gerçek olduğu ne de “nasıl olsa tekrar karşılaşmayız” ya da “zaten benim aslında kim olduğumu bilmiyorlar” düşüncesiyle mikrofon ya da klavyenin gölgesinde kurulan sahte bir süreç olduğu söylenebilir. Yani simülasyon, gerçek ile kurgu/sahte arasındaki farkı yok etmektedir. Bu durumda dijital oyunlarda rahat bir şekilde iletişim kurabilen ve ilişkilerini geliştirerek sürdürebilen bir kişinin, gerçek dünyada da aynı iletişim becerilerini ortaya koyup koyamayacağına dair net cevaplar verebilmek mümkün değildir. Ancak, net olmaya yakın cevaplar elde edebilmek için bu ortamlarda kurulan iletişim, kurgulanmış bir laboratuvar ortamından ziyade deneklerin söz konusu araştırmadan haberdar olmadığı, araştırmacının spesifik amaçlar doğrultusunda çok oyunculu çevrim içi dijital oyun ortamlarına dahil olarak objektif incelemelerde bulunması şeklinde ele alınmalıdır.

Çeşitli amaçlarla gerçekleştirilen çalışmalarda dijital oyunların, bireyler ve toplum üzerinde eğitim materyali olarak kullanılması, stratejik ve hızlı düşünme

becerisini geliştirmesi, çeşitli sağlık sorunlarının giderilmesinde kullanılması, sosyalleşmeye katkı sağlaması gibi olumlu etkileriyle birlikte bağımlılığa, şiddete, kişilik bozukluklarına, akademik başarısızlığa ve obezite gibi çeşitli sağlık sorunlarına sebep olduğuna dair sonuçlar ortaya konulmuştur. Ancak oyun kuramları ve dijital oyunların etkilerine dair yapılan çalışmalar incelendiğinde, aynı konularda bile zıt doğrultularda çeşitli değerlendirmelerin yapıldığı görülmüştür. Bu nedenle dijital oyunların faydalı mı yoksa zararlı mı olduğunun, sadece dijital oyunun yapısı ve içeriğine değil, aynı zamanda o oyunu oynayan oyuncunun düşünce yapısı, tutumları, davranışları, zaafıları ve ihmalleriyle birlikte içinde bulunulan sosyal yapıya ve araştırmacının konuyu ele alış biçimine de bağlı olduğu söylenebilir. Sonuç olarak dijital oyunlar, tüm olumlu-olumsuz etki ve yönleri göz önünde bulundurularak olumlu sonuçlar elde etmek için kullanılmalıdır. Çünkü değer verilsin ya da verilmesin, güçlü etkileri olduğu dşnlsn ya da dşnlmesin dijital oyunlar, bireysel ve toplumsal hayatta geniş bir yere sahiptir.

Dijital oyunların iletişim dinamikleri temelinde sosyal yönünün ele alındığı bu çalışmada tüm dijital oyunların tüm iletişim kanallarını incelemek mümkün olmadığı için, iletişim olanakları bakımından zengin olan çeşitli dijital oyunlar ve diğer ilgili ortamlar incelenerek bu ortamlarda nasıl iletişim kurulduğuna dair bir sınıflama ortaya konulmuştur. Bu sınıflamada dijital oyunların iletişim kanalları oyun içi, oyun dışı ve diğer iletişim kanalları başlıkları altında ele alınmıştır. Oyun içi iletişim kanalları sesli, yazılı ve görsel kanallar olmak üzere üç başlığa ayrılırken; oyun dışı iletişim kanalları, oyun dışı dijital iletişim kanalları ve oyun dışı yüz yüze iletişim kanalları olmak üzere iki başlıkta ele alınmıştır. Oyun dışı dijital iletişim kanalları, dijital oyun marketleri ve iletişim programları olarak ayrıştırılmıştır. Hem oyun içi hem de oyun dışı iletişim kanallarının özelliklerini bünyesinde barındıran iletişim kurma biçimleri ise, diğer iletişim kanalları başlığı altında değerlendirilmiştir.

Sunulan bilgiler, özellikle de dijital oyunların tanımlanması, gelişim sürecinin ele alınması ve iletişim kanallarının sınıflandırılması sırasında elde edilen bilgiler ışığında, dijital oyunlarda kurulan iletişim genel olarak üç başlıkta da ele alınabilir. Bunlardan ilki, oyuncu ile oyun sistemi arasındaki diyalogdur. Bireyler arasında gerçekleşmemesine rağmen bu diyalog dikkate alınmaktadır. Çünkü birey, bu sayede

bir iletişimi simüle etmektedir. Burada sadece oyuncu ile dijital oyun arasındaki teknik etkileşim döngüsü söz konusu değildir. Oyun sistemi sayesinde birey, oyunun parçası olan NPC (oyuncu olmayan karakter)'ler ile iletişim kurmakta, onlarla arkadaş olabilmektedir. İkincisi, aynı ortamda bulunan oyuncuların yüz yüze ve oyun sistemi aracılığıyla iletişim kurmasıdır. Üçüncüsü ise, fiziksel olarak aynı ortamda olmayan fakat internet teknolojisi ile dijital oyun dünyasında bir araya gelen oyuncuların sistem sayesinde birbirleriyle kurdukları iletişimidir.

Çalışmanın alan araştırma bölümünde ulaşılan sonuçlara göre katılımcılar, oyun arkadaşlarıyla çoğunlukla oyun içi yazışma (%22,9) ve sesli konuşma (%28,6) kanallarıyla iletişim kurmaktadır. Örneklemin %16,1'i onlarla aynı ortamda bulunarak yüz yüze bir şekilde iletişim kurmayı tercih ederken; örneklemin %6'sı mecbur kalmadıkça iletişim kurmamakta ya da nadiren kurmaktadır.

Çalışmanın alan araştırma bölümünde elde edilen diğer bulgulara göre ankete katılan bireyler, diğer platformlara kıyasla mobil platformları daha fazla tercih etmektedir. Oyuncular çoğunlukla macera, strateji, hayatta kalma, aksiyon, spor, nişancı, simülasyon ve bulmaca oyunlarını tercih etmekte ve günün diğer bölümlerine kıyasla akşam ve gece saatlerinde daha fazla oyun oynamaktadır. Katılımcıların %51,9 oran ile yarısından fazlası, bir haftalık zaman diliminde en az 6 saat dijital oyun oynamaktadır. Katılımcıların %28,4'ü 10 yıldan fazla olmak üzere %88,1 en az 2 yıldır dijital oyun oynamaktadır. Verilere göre katılımcıların %71,8'i ücretsiz oyunları oynamayı tercih ederken; %62'si dijital oyunları ya da oyun içeriklerini satın almak için para harcamamaktadır. %61'i öncelikli olarak başka oyuncularla oyun oynamayı tercih eden örneklemin %46,3'ü oyun arkadaşlarının tanıdıkları kişiler olmasına dikkat ederken; %48,8'i böyle bir hassasiyete sahip değildir. Dijital oyunların, sınırları olmayan uluslararası bir sanal dünya olması ve yabancı oyuncularla iletişim kurulabilmesi noktasında oldukça önem kazanan yabancı dil bilmeye ilişkin verilere göre, katılımcıların çoğunluğu (%74,9) giriş veya orta seviyede yabancı dil bilmektedir.

Katılımcıların %36,2'si bir sosyalleşme ortamı olan dijital oyunlarda kimse ile tanışmamışken; %63,8'i dijital oyunlarda kurulan yüzeysel iletişimin ötesine geçerek

en az 1 kişi ile tanıştıklarını belirtmiştir. Bu kişilerin %40,1'i tanıştıkları kişilerle yüz yüze de görüşürken; %17'si tanıştıkları tüm kişilerle ve %53,9'u bazı kişiler olmak üzere %70,9'u tanıştıkları kişilerle kurdukları iletişimi sanal ve/veya gerçek dünyada sürdürmektedir.

Dijital oyunlarda kurulan iletişimin bireyler tarafından nasıl algılandığını belirlemek üzere sorulan sorulardan elde edilen verilere göre, katılımcıların %19,9'u sanal dünyadaki iletişimlerinin gerçek dünyadaki iletişimlerini olumlu, %3,4'ü olumsuz, %24,5'i hem olumlu hem olumsuz, %52,2'si ise ne olumlu ne de olumsuz bir etkide bulunduğunu düşünmektedir. Ancak anlamların aktarılması süreci olan iletişimin hayatımızın her yerinde var olması ve sessiz kalmanın bile bir anlam ifade etmesi durumu göz önünde bulundurulduğunda, dijital oyunlardaki iletişimin olumlu ya da olumsuz herhangi bir etkisinin olmaması mümkün görünmemektedir. Bu nedenle söz konusu bireylerin dijital oyunlardaki iletişimin herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmelerinden, dijital oyunların bu bireylerin hayatında önemli bir yere sahip olmadığı, dijital oyunları bir sosyalleşme ortamı olarak görmedikleri ya da söz konusu etkileri fark etmedikleri sonucu çıkarılabilir.

Katılımcıların %31,8'i dijital oyunlar sayesinde uzak mesafelerdeki insanlarla kısmen, %55,6'sı ise tam anlamıyla iletişim kurabildiklerini düşünürken; sadece %14,5'i dijital oyun oynayarak daha fazla sosyalleştiklerini, %46,8'i ise kısmen sosyalleştiklerini düşünmektedir. Kurulan bu iletişim sonucunda katılımcıların %29,5'i diğer oyuncuları ve onların kültürlerini öğrenirken; %41,3'ü kısmen öğrendiklerini, %19,9'u ise öğrenmediklerini belirtmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun dijital oyunlar sayesinde uzak mesafelerdeki kişilerle iletişim kurabildiklerini söylemelerine rağmen daha az kişinin oyunlar sayesinde daha sosyal bireyler olduklarını belirtmelerinden, dijital teknolojiler ile ortaya çıkan yeni sosyallik biçimini henüz kavrayamadıkları sonucuna ulaşılabilir.

Gerçek dünya ile dijital oyun dünyasında kurulan iletişim kıyaslandığında katılımcıların %30,5'i dijital oyunlardaki iletişimi daha kolay ve %26,4'ü kısmen daha kolay olarak algıırken; %33,6'sı aynı zorlukta veya daha zor olarak algılamaktadır. Bu verilere göre, dijital ya da gerçek dünyadaki iletişimin diğerine göre daha kolay

olup olmadığını ifade etmek mümkün değildir. Ancak dijital oyunlardaki iletişimin kolaylığı ya da zorluğunun, bireyin iletişime yönelik algısına ve nasıl iletişim kurduğuna bağlı olduğu söylenebilir. Zira dijital oyunlardaki iletişimi daha kolay ve daha zor olarak algılayanların oranları birbirine yakınken, kısmen kolay olarak algılayanların oranı bu durumu pekiştirir niteliktedir.

Elde edilen sonuçların, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmama durumları analiz edildiğinde, erkeklerin çoğunlukla bilgisayar oyun platformunda spor, strateji, hayatta kalma, nişancı, macera ve aksiyon oyunlarını oynamayı tercih ederken; kadınların mobil platformlarda bulmaca, macera, strateji, hayatta kalma, simülasyon ve aksiyon oyunlarını oynamayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kadınlara kıyasla daha fazla aylık ortalama gelire sahip olan erkekler, dijital oyunlara daha fazla para harcamaktadır. Dijital oyunlara aylık ortalama gelirlerinden en az 401 TL ayıran 20 öğrencinin, bu parayı faturaları, eğitim, gıda, kitap, kırtasiye, sosyal yaşam gibi giderlerinden düştikleri düşünüldüğünde, gerçek dünya yerine dijital oyunların sanal dünyasında varlık gösterdikleri ve bu ortamlarda iletişim kurdukları söylenebilir. Tüm örneklem grubu içerisinde 2 erkeğin ise, aylık ortalama gelirlerinin tamamından fazlasını dijital oyunlara harcamaları nedeniyle oyun bağımlısı oldukları söylenebilir. Hem erkekler hem de kadınlar çoğunlukla öğleden sonra, akşam ve gece saatlerinde oyun oynamayı tercih ederken; erkekler, kadınların aksine sabaha karşı saatler de olmak üzere günün her saat diliminde oyun oynamaktadır. Bir haftalık zaman dilimi içinde kadınlara kıyasla daha uzun süre dijital oyun oynayan erkekler, yine kadınlara kıyasla dijital oyun ortamlarında daha fazla sosyalleşmektedir. Medeni duruma göre sosyalleşme durumunun farklılaşıp farklılaşmadığına bakıldığında, bekâr bireylere kıyasla evli olanların dijital oyunlar sayesinde daha fazla sosyalleştikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ancak evli bireylerin sayısının az olması nedeniyle sağlıklı bir kıyaslama yapıldığı söylenemez.

Dijital oyun ortamında kullanılan iletişim kanallarının, bireylerin sosyalleşme durumları üzerinde bir rolü olup olmadığına ilişkin elde edilen sonuçlara göre, oyun arkadaşlarıyla aynı ortamda bulunanlar ve mecbur kalmadıkça iletişim kurmayanlar tercihleriyle tutarlı bir şekilde dijital oyunların iletişim kanalları sayesinde daha çok sosyalleşmediklerini belirtmişlerdir. Bunun aksine oyun dışı Discord gibi programları

kullanan kişiler daha çok sosyalleşirken; diğer iletişim kanallarını kullananların çoğu kısmen daha sosyal bir birey olduklarını belirtmiştir.

Kadın ve erkeklerin sosyallik düzeylerine göre oyun tercihlerine bakıldığında, kendilerini sosyal, girişken ve çekingen olarak tanımlayan erkeklerin başka oyuncularla oyun oynamayı tercih ederken; asosyal erkeklerin tek başlarına oyun oynamayı tercih ettikleri görülmüştür. Kendilerini sosyal, girişken, çekingen ve asosyal olarak tanımlayan tüm kadınlar ise, çoğunlukla tek başlarına dijital oyun oynamayı tercih etmektedir. Bu durum, erkeklerin, kadınlara kıyasla dijital oyunlarda daha fazla sosyalleşme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Zira analiz sonuçlarına göre kadınlara kıyasla dijital oyunlardaki iletişimi, gerçek dünyadaki iletişimden daha kolay olarak algılayan erkekler, yine kadınlara kıyasla dijital oyunlarda daha fazla kişiyle tanışmakta, bu kişilerle iletişimlerini gerçek dünyaya daha fazla taşımakta ve sürdürmektedir. Ayrıca diğer oyuncularla yüz yüze görüşmek, dijital oyunlarda kurulan iletişimi sanal ve/veya gerçek dünyada sürdürme durumunu olumlu yönde etkilemektedir.

Dijital oyunlardaki uzak mesafeli iletişime alışılması nedeniyle gerçek dünyadaki iletişimde zorluk yaşayıp yaşamama halinin demografik özelliklere göre farklılaşma durumu analiz edildiğinde sadece sosyallik düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre sosyallik düzeyleri fark etmeksizin bireyler, dijital oyunlarda kurdukları uzak mesafeli iletişime alışmaları nedeniyle yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşamamaktadır. Yani dijital oyunlar, ön yargıların aksine yüz yüze iletişim kurma becerileri üzerinde olumsuz etkide bulunmamakta, bireyleri asosyalleştirmemektedir.

Katılımcıların dijital oyunları iletişim temelli nedenlerle oynayıp oynamadıklarını tespit etmek üzere 5'li Likert ölçek kullanılarak hazırlanan ifadeler her ne kadar bir amaç doğrultusunda oluşturulmuş olsa da soru grubundaki ifadeler çeşitli alt başlıklar altında ele alınabileceği için faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz sonucunda ilgili ifadelerden sosyalleşme, kendini gerçekleştirme/kanıtlama ve kişisel tatmin sağlama olarak adlandırılabilen 3 faktör elde edilmiştir. Faktörler altında yer alan veriler incelendiğinde katılımcıların

dijital oyunları 3,43 aritmetik ortalama değeri ile kendilerini gerçekleştirmek/kanıtlamak, 2,92 ortalama ile kişisel tatmin sağlamak, 2,73 ortalama ile sosyalleşmek amacıyla ve 2,94 ortalama ile ifade grubundaki tüm ifadelerin temelini oluşturan iletişim temelli nedenlerle oynadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre bireylerin dijital oyun oynamasının en büyük nedeni kendini gerçekleştirme/kanıtlama arzusudur ve genel anlamda iletişim temelli nedenler bu arzunun arkasından gelmektedir. Sosyalleşmek ise dijital oyun oynamanın en zayıf nedenidir. Zira dijital oyun oynama nedenlerine ilişkin ifadeler tek tek ele alındığında da en etkili nedenin kendini gerçekleştirme faktörü altında yer alan “Diğer oyuncularla rekabet etmek istiyorum.” ifadesi olurken; en etkisiz nedenin sosyalleşme faktörü altında yer alan “Diğer oyuncularla anlamlı ve uzun süreli ilişkiler kurmak istiyorum.” ifadesi olduğu görülmüştür. Ayrıca analiz sonuçlarına göre kadınlara kıyasla erkekler, dijital oyunlarda daha fazla sosyalleşme, kendilerini gerçekleştirme/kanıtlama amacı gütmekte ve söz konusu ifadelerin tümüne karşılık gelen iletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynamaktadır.

Dijital oyunlarda kurulan iletişim genel olarak ne yüzeysel ne de çok samimi ve yoğundur. Dijital oyunlarda bireyler, daha yoğun bir şekilde oyunlar ve hobileri hakkında konuşurken, politikaya ve özel hayatlarına dair ciddi konularda daha az iletişim kurmaktadır. En az konuşulan konu, bireylerin özel hayatları iken, en fazla konuşulan konu, dijital oyunlardır. Bu durumdan, dijital oyun ortamlarında diğer oyuncularla söz konusu önemli ve ciddi konuları konuşabilecek kadar samimiyet ve güven oluşturulamadığı ve/veya dijital oyun ortamlarının söz konusu konuları konuşmak için uygun olmadığı sonucu çıkarılabilir.

Elde edilen bu sonuçlar Çiğdem Uz ve Kürşat Cagiltay’ın (2015) “Social Interactions and Games” adlı çalışmalarında elde ettikleri bazı sonuçlarla tutarlılık göstermektedir. Öyle ki çalışmalarında erkek oyuncuların kadınlara kıyasla oyunlarda daha fazla zaman geçirdikleri, bireylerin yaklaşık yarısının oyun arkadaşlarıyla gerçek dünyada buluşmayı tercih ettikleri, ancak çoğunlukla hassas konuları onlarla konuşmak istemedikleri sonuçlarına ulaşmışlardır. Farklı olarak çalışmalarında, dışa dönük insanların oyunlarda daha fazla zaman geçirme eğiliminde olduklarını, ancak oyun tercihi ile dışa dönüklük arasında bir ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır.

Sonuç olarak oyuncular çevrim içi çok oyunculu oyunlar oynama eğilimindedir ve çoğunlukla gerçek dünyadaki arkadaşları ve aile üyeleri ile oynamayı tercih etmektedirler (s. 9).

Dijital oyunlarda kurulan iletişimin kapsamının demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan parametrik analiz sonuçlarına göre, kurulan iletişimin kapsamı sadece cinsiyete ve medeni duruma göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Bu sonuçlara göre, kadınlara ($\bar{x}=2,43$) kıyasla erkeklerin ($\bar{x}=2,92$) ve evli ($\bar{x}=3,44$) olanlara kıyasla bekâr ($\bar{x}=3,72$) olanların dijital oyunlarda kurdukları iletişimin kapsamı daha geniştir. Ancak evli ve bekâr olanların sayılarının dengeli olmaması nedeniyle yine sağlıklı bir kıyaslama yapıldığı söylenemez.

5’li likert ölçek kullanılarak hazırlanan ifadelerden elde edilen bulgulara göre bireyler, çeşitli nedenlerle ilgilerini çeken dijital oyun arkadaşlarından “kararsızım” ifadesine karşılık gelen ortalama değere yakın bir oranda (2,64) etkilenmektedir. Bu etkiye gerçek dünya ve sanal dünya ayrımına gidilerek bakıldığında ise, bireylerin sanal dünyadaki etkilenme düzeyinin gerçek dünyaya kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Zira bireyler, çeşitli nedenlerle ilgilerini çeken dijital oyun arkadaşlarının kendilerini en fazla sanal oyun dünyasındaki davranışları konusunda etkileyebilecekken; en az gerçek dünyadaki davranışları konusunda etkileyebileceklerini belirtmiştir.

Dijital oyun arkadaşlarından etkilenme düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşma durumlarına bakıldığında, sadece cinsiyete ve medeni duruma göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre erkek oyunculara kıyasla kadın oyuncular, sanal oyun dünyasına ilişkin konularda oyun arkadaşlarından daha fazla etkilenmektedir. Oyun arkadaşlarının toplam etkisine bakıldığında ise erkekler, kadınlara kıyasla daha fazla etkilenmektedir. Medeni durum açısından bakıldığında oyun arkadaşları, bekâr olanlara kıyasla evli kişileri gerçek dünyaya ilişkin konularda ve toplam etki bakımından daha fazla etkilemektedir.

Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre dijital oyun oynama amaçları/nedenleri, oyunlarda kurulan iletişimin kapsamı ve oyun arkadaşlarından

etkilenme düzeyleri arasında 0,01 düzeyinde olumlu yönlü orta derecede anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuç, belirtilen ifadelerden birinin artış göstermesi halinde diğer ifadelerin de artacağı anlamına gelmektedir. Yani bir bireyin iletişim temelli nedenlerle dijital oyun oynama tutumu arttıkça, oyunlarda kurduğu iletişimin kapsamı ve oyun arkadaşlarından etkilenme düzeyi de artış göstermektedir. Bu orantı, kurulan iletişimin kapsamı ya da oyun arkadaşlarından etkilenme düzeyleri cümlede etken konuma yerleştirildiğinde de ortaya çıkmaktadır.

Teori ve alan araştırma bölümlerinde sunulan bilgiler ışığında rahatlıkla söylenebilir ki dijital oyunlar, oluşturdukları sanal-sosyal etkileşim ortamı ile sadece basit bir boş zaman etkinliği olarak kalmamakta, aynı zamanda geniş kitleleri kendi ortamına dâhil ederek hem resmi hem de gayri resmi şekilde iletişim kurulmasına imkân sağlamaktadır. Dijital oyunlar ile ortaya çıkan yayıncılık ve e-spor gibi çeşitli kavramlar, dijital oyunların oluşturduğu iletişim ortam ve unvanlarındandır. Bu nedenlerle dijital oyunlar, yeni ve aktif kullanılan kapsamlı iletişim ortamları olarak kabul edilmelidir.

Anket tekniğiyle elde edilen bulgular, anketin kimlere uygulandığına göre farklılık gösterebileceği gibi, dijital oyunların iletişim kanallarına dair yapılan sınıflama da dijital teknolojilerin sürekli olarak gelişmesi nedeniyle değişime uğramaya mahkûmdur. Bu nedenle söz konusu sınıflamanın, dijital oyun teknolojilerinde yaşanan önemli gelişmelerle birlikte tekrar gözden geçirilerek güncellenmesi gerekmektedir.

Dijital oyunlardaki iletişime dair yapılacak yeni çalışmalarda araştırmacıların, kurgusal bir dijital oyun merkezli iletişim ortamı oluşturmaktan ve literatür taramasıyla sınırlı kalmaktan ziyade söz konusu iletişim ortamlarında bizzat yer almak gibi çeşitli yöntemlerle incelemelerde bulunmaları alana önemli katkılar sağlayacaktır. Ancak bu kapsamda yapılacak çalışmalarda, oyunların iletişim ortamlarında bizzat yer alınması nedeniyle etki altında kalılabileceği unutulmamalı ve objektif değerlendirmeler yapmaya özen gösterilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. London: The Johns Hopkins University Press.
- Aarseth, E. J. (2004). Genre trouble: Narrativism and the art of simulation. (Editörler: Pat Harrigan ve Noah Wardrip-Fruin). *First Person*. İstanbul: MIT Press, 45-55.
- Adams, E. (2014). *Fundamentals of Game Design*. ABD: New Riders.
- Aghabigloo, F. M., & Abbaszadeh, M. M. S. (2013). The relationship between children's social skills and computer game usage in Miandoab. *European Journal of Experimental Biology*, 3(5), 361-364.
- Ahioğlu, E. N. (1999). *Sembolik Oyunun 4 Yaş Çocuklarının Dil Kazanımına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akbulut, H. (2009). Gelenekselden Dijitale, Mekândan Uzama Oyun Kültürü. (Editörler: Mutlu Binark, Günseli Bayraktutan-Sütcü, Işık Barış Fidaner). *Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu*. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 25-81.
- Akkaş, İ. (2015). *Sanal Cemaatler*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi.
- Alpan, Z. B. K. (2021). Büyülü Keşif: Breath of the Wild. (Editörler: Ertuğrul Süngü ve Barbaros Bostan). *Dijital Oyunlar Oynanış ve Anlam*. Ankara: Nobel, 271-305.
- Altuntaş, B., & Karaarslan, M. H. (2017). Kullanıcıların Mobil Oyun Tercihinde Etkili Olan Faktör Düzeylerinin Öneminin Belirlenmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (19), 277-298.
- And, M. (2012). *Oyun ve Bügü, Türk Kültüründe Oyun Kavramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Argün, D. (2019). *Tüketim Kültürünün Yeniden Üretildiği Bir Kitle İletişim Platformu Olarak Dijital Oyun Sektörü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arıkan, R. (2018). Anket Yöntemi Üzerinde Bir Değerlendirme. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 97-159.
- Arslan, Y. & Bulgu N. (2010). Oyunla Toplumsallaşma. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 1(1), 08-22.

- Atabek, Ü. (2001). *İletişim ve Teknoloji*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Atiker, B. (2021). Artırılmış Gerçeklik Oyunları. (Editörler: Ertuğrul Süngü ve Barbaros Bostan). *Dijital Oyunlar Oynanış ve Anlam*. Ankara: Nobel, 307-342.
- Aydoğan F. (2019). Tekno-Metalaşan ve “Emeğe” Dönüşen Oyun. (Editör: Filiz Aydoğan). *Endüstri 4.0 ve Dijital Medya*. İstanbul: Der Yayınları, 57-71.
- Bailey, C., & Pearson, E., & Gkarzidou, V., & Green, S. (2006, Haziran). Using Video Games to Develop Social, Collaborative and Communication Skills. (Editörler: E. Pearson ve P. Bohman). *Proceedings of ED-MEDIA 2006--World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia & Telecommunications*, Orlando, 1154-1161.
- Bakardjieva, M. (2003). Virtual togetherness: an everyday-life perspective. *Media, Culture & Society*, 25(3), 291-313.
- Barmanbek, B., & Fidaner, I. B. (2009). Dijital Oyun Kültürü Sözlüğü. (Editörler: Mutlu Binark, Günseli Bayraktutan-Sütcü, Işık Barış Fidaner). *Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu*. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 349-366.
- Bartle, R. (1996). *Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Bateson, G. (1987). *A Theory of Play And Fantasy. Steps to Ecology of Mind*. London: Jason Aronson Inc, 183-198.
- Bateson, P., & Martin, P. (2013). Play, Playfulness, Creativity and Innovation. *Steps to Ecology of Mind*. New York: Cambridge University Press.
- Baudrillard, J. (2012). *İmkansız Takas*. Ayşegül Sönmezay (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2018). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Oğuz Adanır (Çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bayrak, G. (2017). *Dijital Oyunlar İçin Çocuk ve Aile Rehberliği Çalıştayı Sonuç Raporu* (Yayın No. 09). Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.
- Beavis, C., & Charles, C. (2007). Would The ‘Real’ Girl Gamer Please Stand Up? Gender, LAN Cafés and The Reformulation of The ‘Girl’ Gamer. *Gender and Education*, 19(6), 691-705.
- Berne, E. (1966). *Games People Play: The Psychology of Human Relationships*. New York: Grove Press.

- Bertozzi, E. (2008). 'You Play Like a Girl!' Cross-Gender Competition and the Uneven Playing Field. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(4): 473–487.
- Binark, M. & Bayraktutan-Sütcü, G. (2008). *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon.
- Binark, M. (2007). Dijital Oyunlar: Sektör-İçerik ve Oyuncular. *Folklor/Edebiyat*, 13(50), 11-23.
- Binark, M. (2009). Türkiye’de Yeni Bir Yaratıcı Endüstri: Oyun Stüdyoları ve Dijital Oyunlarda Değer Zincirinin Üretilmesi. (Editörler: Mutlu Binark, Günseli Bayraktutan-Sütcü, Işık Barış Fidaner). *Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu*. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 125-170.
- Boratav, P. N. (1994). *100 Soruda Türk Folkloru (İnanışlar, Töre ve Törenler, Oyunlar)*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Bostan, B. (2022). *Dijital Oyunlar ve İnteraktif Anlatı*. İstanbul: The Kitap.
- Bryce, J., & Rutter, J. (2003). Gender Dynamics and The Social and Spatial Organization of Computer Gaming. *Leisure Studies*, 22(1), 1-15.
- Caillois, R. (2001). *Man, Play and Games*, Meyer Barash (Çev.), Chicgo: University Of Illinois Press.
- Cecan, M. H. (2013). *Propagandanın yeni uygulama alanı: Bilgisayar ve Konsol Oyunları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ceceri, K. (2015). *Video Games: Design and Code Your Own Adventure*. White River Junction: Nomad Press.
- Cengiz, S. (1997). Alan, Zaman, Kurallar ve Amaç Çerçevesinde Oyunun Niteliği Üzerine. *Folklor/Edebiyat*, 11(11), 53-64.
- Chen, K. T., & Lei, C. L. (2006, Eylül). Design Implications of Social Interaction in Online Games. *ICEC: International Conference on Entertainment Computing*. Berlin: Springer, 318-321.
- Choi, D., & Kim, J. (2004). Why People Continue to Play Online Games: In Search of Critical Design Factors to Increase Customer Loyalty to Online Contents. *CyberPsychology & Behavior*, 7(1), 11-24.

- Cirhinlioğlu, F. G. (2010). *Çocuk Gelişimi ve Ruh Sağlığı Okul Öncesi Dönem*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Clarke, D. & Duimering, P. R. (2006). How Computer Gamers Experience the Game Situation: A Behavioral Study. *ACM Computers in Entertainment*, 4(3), 1-23.
- Cole, H., & Griffiths, M. D. (2007). Social Interactions in Massively Multiplayer Online Role-Playing Gamers. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(4), 575-583.
- Coleman, B. (2011). *Hello Avatar Dijital Neslin Yükselişi*. Emrah Bilge (Çev.), İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Costrel, F. (2020). *High Score*. ABD: Netflix.
- Crawford, C. (2003), On Game Design, New Riders, Indianapolis, Ind, USA
- Csikszentmihalyi, M. (1991). *Flow, The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper Perennial.
- Cüceloğlu, D. (2013). *Yeniden İnsan İnsana*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çetin, E. (2013). Tanımlar ve Temel Kavramlar. (Editör: Mehmet Akif Ocak). *Eğitsel Dijital Oyunlar Kuram, Tasarım ve Uygulama*. Ankara: Pegem Akademi, 2-18.
- Daley, A. J. (2009). Can Exergaming Contribute to Improving Physical Activity Levels and Health Outcomes in Children?, *Pediatrics*, 124(2), 763-771.
- De P. E., Pleysier, S., Van L. J., Bourgonjon, J., Rutten, K., Vanhooven, S., & Soetaert R. (2008). Ze Krijgen Er Niet Genoeg Van!: Jongeren En Gaming, Een Overzichtsstudie, Het Vlaams Instituut Voor Wetenschappelijk En Technologisch, Aspectenonderzoek (Viwta) - Samenleving En Technologie, Onderzoeksrapport.
- Demiral, İ. (2018). *Dijital Oyun Pazarında Tüketici Tercihleri (Türkiye ve İtalya’da Eğitim Gören Üniversite Öğrencilerinin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Demirbaş, K. Y. (2015). Dijital Oyunlara “Oyun Türü” Yaklaşımlarının Sorunları: “Platform Oyunları” Türü Örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), 363-387.
- Demirbaş, Y. (2017). Oyun Çalışmalarında Dijital Anlatı ile Oyun Biçimi Karşıtlığı Ekseninde Süren Tartışmalara Farklı Bir Bakış. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4(2), 352-373.

- Demirgil, H. (2010). Parametrik Olmayan (Non-Parametric) Hipotez Testleri. (Editör: Şeref Kalaycı). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın, 85-112.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. E. (2011a, Mayıs). Gamification: Toward a Definition. *CHI 2011 Gamification Workshop Proceedings*. Vancouver. 1-4.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. E. (2011b, Eylül). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification”, *MindTrek '11: Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. New York: Association for Computing Machinery, 9-15.
- Djaouti, D., Alvarez, J., Jessel, J. P., Methel, G., & Molinier, P. (2008). A Gameplay Definition through Video game Classification. *International Journal of Computer Games Technology*, 1-7.
- Doğu, B. (2006). *Popüler Kültürün Tüketim Aracı Olarak Bilgisayar Oyunlarında Sunulan Yaşam Tarzı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Domahidi, E., & Quandt, T. (2014). Living in a Virtual World? An Excessive Gamer Typology. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 202-212.
- Dondlinger, M. J. (2007). Educational Video Game Design: A Review of the Literature. *Journal of Applied Educational Technology*, 4(1): 21-31.
- Dökmen, Ü. (2005). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Dönmez, B. N. (1992). *Oyun Kitabı*. Esin Yayınevi, İstanbul.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S. E., & Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi*. İstanbul: Beta.
- Eklund, L. (2014). Family and Games: Digital Game Playing in the Social Context of the Family. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 162-171.

- Elson, M., & Breuer, J. (2014). Isolated Violence, Isolated Players, Isolated Aggression: The Social Realism of Experimental Research on Digital Games and Aggression. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 226-233.
- Emma-Ogbangwo, C., Cope, N., Behringer, R., & Fabri, M. (2014). Enhancing User Immersion and Virtual Presence in Interactive Multiuser Virtual Environments through the Development and Integration of a Gesture-Centric Natural User Interface Developed from Existing Virtual Reality Technologies. (Editör: Constantine Stephanidis). *HCI International 2014 – Posters' Extended Abstracts*. Springer International Publishing, Switzerland, 410-414.
- Epic Games (2017). Fortnite. Epic Games.
- Erbay, A. E. (2021). İletişim Biliminde Dijital Oyunlar Üzerine Yapılan Çalışmaların Betimsel Analizi. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Dergisi* 3(5), 519-556.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi Anlamak*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- EGDF (European Games Developer Federation). (2015). *How To Enable Digital Growth in Europe?*. Helsinki, EGDF Policy Paper.
- Fidan, M. (2009). *İletişim Kurmak İstiyorum*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Fink, A. (2003). *The Survey Handbook*. Los Angeles: Sage Publications.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Süleyman İrvan (Çev.), Ankara: Bilim ve Sanat.
- Frasca, G. (2003). Simulation Versus Narrative: Introduction to Ludology. (Editörler: Mark J.P. Wolf ve Bernard Perron). *The Video Game Theory Reader*. London: Routledge, 221-235.
- Gajadhar, B. J. (2010, Haziran). See no Rival, hear no Rival. *Abstract from Conference; 4th Meeting of the Flemish Chapter of the Digital Game Research Associatio*. Ghent.
- Gajadhar, B. J. (2012). *Understanding Player Experience in Social Digital Games: The Role of Social Presence*. Oisterwijk: Uitgeverij BOXPress.
- Gajadhar, B. J., de Kort, Y. A. W., & IJsselsteijn, W. A. (2008, Ekim). Shared Fun Is Doubled Fun: Player Enjoyment as a Function of Social Setting. *Proceedings of the 2nd International Conference on Fun and Games*. 106–117.

- Gajadhar, B. J., de Kort, Y. A. W., & IJsselsteijn, W. A. (2009). Rules of Engagement: Influence of Co-Player Presence on Player Involvement in Digital Games. (Editör: William Bart). *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations (IJGCMS)*. Michigan: Quarterly, 14-27.
- Gajadhar, B. J., de Kort, Y. A. W., & IJsselsteijn, W. A. (2011). Rule of Engagement: The Presence of a Co-Player Does Not Hinder Gamers' Focus. (Editör: Richard E. Ferdig). *Discoveries in Gaming and Computer-Mediated Simulations: New Interdisciplinary Applications*. USA: Information Science Reference, 147-162.
- Gajadhar, B. J., Henk, H. N., de Kort, Y. A. W., & IJsselsteijn, W. A. (2010, Eylül). Out of Sight, out of Mind: Co-Player Effects on Seniors' Player Experience. *Fun and Games '10: Proceedings of the 3rd International Conference on Fun and Games*, 74-83.
- Gençlik Araştırmaları Haber Bülteni (2018). *E-Spor Raporu*. T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı: Eğitim, Kültür ve Araştırma Genel Müdürlüğü, (5), 1-72.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Goldsmith, T. T. Jr., & Mann, E. R. (1948). Katot Işın Tüpü Eğlence Cihazı. U.S. Patent No. 2455992A. U.S.: Allen B Du Mont Laboratories Inc. Du Mont Allen B Lab. Inc.
- Gökçe, O. (2010). *İletişim Bilimine Giriş*. Konya: Yazarın Kendi Basımı.
- Granic, I., Lobel, A., & Rutger C. M. E. E. (2014). The benefits of playing video games. *American Psychologist*, 69(1), 66-78.
- Graves, L., Stratton, G., Ridgers, N.D., & Cable, N.T. (2008). Energy Expenditure in Adolescents Playing New Generation Computer Games. *British Journal of Sports Medicine*, 42(7), 592-594.
- Griffiths, M. D. (2014). An Overview of Online Gaming Addiction. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 195-201.
- Groos, K. (1901). *The Play of Man*. Elizabeth L. Baldwin & J. Mark Baldwin (Çev.), New York: D. Appleton and Company.

- Güneş, A. (2012). *Dijital Oyunların Güvenlik Bağlamında Yasal ve Yönetmelik Düzenleme Sorunları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güngör, N. (2018). *İletişim: kuramlar ve yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürçan, A., Özhan, S., & Uslu, R. (2008). *Dijital Oyunlar ve Çocuklar Üzerindeki Etkileri*. Ankara: T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Gürçay, H., Kepenek, E. B., & Tekin, E. C. (2019). *Türkiye’de Dijital Oyun ve Animasyon*. Ankara: Retro.
- Gürüz, D., & Eğinli, A. T. (2010). *İletişim Becerileri: Anlamak, Anlatmak, Anlaşmak*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güz, N. (1998). İletişim Süreci ve Temel Öğeleri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7, 121-142.
- Hatcher, B.; Pape, D., & Nicosia, R.T. (1988). Group Games for Global Awareness, *Childhood Education*, 65(1), 8-13.
- Herman, D. (2009). *Basic Elements of Narrative*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Herz, J.C. (1997). *Joystick Nation*. Canada: Little, Brown & Company.
- Heussner, T., Finley, T.K., Hepler, J.B., & Lemay, A. (2015). *The Game Narrative Toolbox*. New York: Focal Press.
- Horzum, M. B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 36(159), 56-68.
- Horzum, M. B., Ayas, T., & Çakır B. Ö. (2008). Çocuklar İçin Bilgisayar Oyun Bağımlılığı Ölçeği. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30), 76-88.
- Hoşgörür, V. (1997). Bogardus, Guttman ve Likert Ölçekleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1), 346-357.
- Howard, J. (2008). *Quests Design, Theory, and History in Games and Narratives*. Massachusetts: AK Peters / CRC Press.
- Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management*, 41, 853–868.
- Huizinga, J. (2006). *Homo Ludens, Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. Mehmet Ali Kılıçbay (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Hussain, Z., & Griffiths, M. D. (2009). Excessive use of Massively Multi-Player Online Role-Playing Games: A Pilot Study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 7, 563-571.
- İlgın, H. Ö. (2013). Advergaming ve Marka İlişkisi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 3(1): 24-33.
- İgit, A. (2019a). *Dijital Oyunlarda Empatik İletişim*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- İgit, A. (2019b). *Dijital Oyunlar Aracılığıyla Empatik İletişim İnşası*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- İli, B., & Negiz, B. (2021). Akış Kuramı ve Sarmalanma Bağlamında Football Manager Oyunu. (Editörler: Ertuğrul Süngü ve Barbaros Bostan). *Dijital Oyunlar Oynanış ve Anlam*. Ankara: Nobel, 33-66.
- İnce, L. Y. (2021). Pandemi Sürecinde Oyun Oynama Pratiklerindeki Değişiklikler. (Editörler: Ertuğrul Süngü ve Barbaros Bostan). *Dijital Oyunlar Oynanış ve Anlam*. Ankara: Nobel, 459-489.
- İşbilen, D. (2018). *Etkisel Oyunbilim: Kitlesel Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları Oynama Motivasyonları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Jansz, J., & Martens, L. (2005). Gaming At a LAN Event: The Social Context Of Playing Video Games. *New Media & Society*, 7(3), 333–355.
- Jansz, J., & Tanis, M. (2007). Appeal of Playing Online First Person Shooter Games. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 133-136.
- Jenson, J., & de Castell, S. (2005, Haziran). Her own Boss: Gender and the Pursuit of Incompetent Play. *Proceedings of DIGRA 2005 Conference: Changing Views – Worlds in Play*, Canada, 1-8.
- Jonasson, K., & Thiborg, J. (2010). Electronic Sport and Its Impact on Future Sport. *Sport in Society*, 13(2), 287-299.
- Juul, J. (2005). *Half-real: Video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kaiser, H. F. (1960). The Application of Electronic Computers to Factor Analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 141-151.

- Kaiser, H. F., & Rice, J. (1974). Little Jiffy, Mark IV. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 111-117.
- Karaatlı, M. (2010). Verilerin Düzenlenmesi ve Gösterimi. (Editör: Şeref Kalaycı). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın, 3-47.
- Karadeniz, O. Ö. (2017). Oyun İncelemelerinde Ludoloji - Narratoloji Tartışması ve Alternatif Kuramsal Arayışlar. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 27, 57-78.
- Karagöz, U. (2016). Dijital Dönüşüm ve Türkiye. *İdarecinin Sesi Dergisi*, (171), 71-75.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kaya, A. (2010). *Kişiler Arası İlişkiler ve Etkili İletişim*. Ankara: Pegem Akademi.
- Kaya, G. İ. (2018). Oyun, Gelişim ve Tarihsel Olarak Oyunun Eğitimdeki Yeri. *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi (UEAD)*, 2(1), 66-78.
- Kaye, L. K., & Bryce, J. (2012). Putting The “Fun Factor” Into Gaming: The Influence of Social Contexts on Experiences of Playing Videogames. *International Journal of Internet Science*, 7(1), 23–37.
- Kayış, A. (2010). Güvenilirlik Analizi (Reliability Analysis). (Editör: Şeref Kalaycı). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın, 403-419.
- Kendirli, T. (2019). *Dijital Oyun Endüstrisi Terminolojisi*. Özgür Özüpek (Çev.), İstanbul: Abaküs.
- Kerr A. (2003, Kasım). Women Just Want To Have Fun – A Study Of Adult Female Players Of Digital Games. *Proceedings of the Digital Games Research Association (DIGRA) Conference: Level Up*, Utrecht, The Netherlands, 270-285.
- Kerr, A. (2006). *The Business And Culture Of Digital Games Gamework And Gameplay*. London: Sage Publications.
- Keskin, T. (2015). *Beden Dili ve Hitabet*. İstanbul: AZ Kitap.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach’ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48.
- Kızılkaya, E. (2010). *Bilgisayar Oyunlarında İdeolojik Söylem ve Anlatı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- King, D. L., Delfabbro, P. H., & Griffiths, M. D. (2012). Clinical Interventions for Technology-Based Problems: Excessive Internet and Video Game Use. *Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*, 26(1), 43-56.
- King, G., & Krzywinska, T. (2002, Haziran). Computer Games/Cinema/Interfaces. *Computer Games and Digital Cultures Conference Proceedings*, (Editör: Frans Mäyrä). Tampere University Press, 141-153.
- Koçyiğit, S., Tuğluk, M. N., & Kök, M. (2007). Çocuğun Gelişim Sürecinde Eğitsel Bir Etkinlik Olarak Oyun. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (16), 324-342.
- Kokonis, M. (2014). Intermediality between Games and Fiction: The “Ludology vs. Narratology” Debate in Computer Game Studies: A Response to Gonzalo Frasca. *Acta Universitatis Sapientiae Film and Media Studies*, 9, 171–188.
- Konzack, L. (2007). Rhetorics of Computer and Video Game Research. (Editör: J P Williams ve Jonas H. Smith). *The Players' Realm: Studies on the Culture of Video Games and Gaming*. North Carolina: McFarland & Company, 110-130.
- Koşu, L. (2010). *Rol Yapma Oyunları ve Rol Yapma Oyunları Alt kültürü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kowert, R., & Oldmeadow, J. A. (2014). Party Animal or Dinner for One: Are Online Gamers Socially Inept?. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 99-110.
- Kök, E. E. (2017). *Anaokuluna Devam Eden Çocukların Ebeveynleri ile İlişkilerinin Çocukların Oyun Davranışlarına Yansımalarının İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Krauss, G. (2009). Video Games: Platforms, Programmes and Players. (Editörler: Glen Creeber ve Royston Martin). *Digital Cultures Understanding New Media*. Glasgow: Open University Press, 76-85.
- Kröger, S. & Quandt, T. (2014). Get Together: Console Playing as a Group Experience. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 147-161.
- Kurt, A. A. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- Kurt, G. & Özkaya, B. T. (2015). Çocuk ve Oyun: Çocukların Öğrenmesini Anlama ve Destekleme. (Editör: Neslihan Avcı & Mehmet Toran). *Okul Öncesi Eğitime Giriş*. Ankara: Eğiten Kitap, 125-151.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Internet Gaming Addiction: A Systematic Review of Empirical Research. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10, 278-296.
- Lazzaro, N. (2004). *Why We Play Games: Four Keys to More Emotion Without Story*. Oakland: XEODesign.
- Lecky-Thompson, G. W. (2009). *Fundamentals of Network Game Development*. Boston: Course Technology Cengage Learning.
- Leonard, D. (2003). "Live in Your World, Play in Ours": Race, Video Games, and Consuming the Other. *Studies in Media & Information Literacy Education*, 3(4), 1-9.
- Likert, R. (1932). A Technique for Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 5-55.
- Lovett, E. (2012) The Ancient and Modern Game of Astragals. *Folklore*, 12(3), 280-293.
- Mandryk, R. L., & Inkpen, K. M. (2004, Kasım). Physiological Indicators for the Evaluation of Co-located Collaborative Play. *CSCW '04: Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, Chicago, 102–111.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. London: The MIT Press.
- Mayers, A. (2013). *Introduction to Statistics and SPSS in Psychology*. Harlow: Pearson.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media The Extensions of Man*. London: The MIT Press.
- Mısırlı, G. (2018). *Oyunun Toplumsal ve Kültürel İşlevini Yitirışı: Gelenekselden Dijitale Oyun Kavramının Yapısal Dönüşümü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Morsünbül, Ü. (2020). Sosyokültürel Kuram ve Diğer Bağlamsal Yaklaşımlar. (Editör: Human Learning & Jeanne Ellis Ormrod). *Öğrenme Psikolojisi*. Ankara: Nobel, 313-351.
- Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- Nicolopoulou, A. (2004). Oyun, Bilişsel Gelişim ve Toplumsal Dünya: Piaget, Vygotsky ve Sonrası. Melike Türkân Bağlı (Çev.), *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 137-169.
- Öngen, Y. (2014). *Kişiler Arası İletişim Açısından Sanal Gerçeklik Olarak Bilgisayar Oyunları: World Of Warcraft Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özkan, Ç. (2018). *Kurum İçi İletişim Stratejileri Bağlamında Oyunlaştırma Kullanımı: Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Parsons, J. M. (2005). An Examination Of Massively Multiplayer Online Role-Playing Games as a Facilitator of Internet Addiction. Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of Iowa, Iowa.
- Pehlivan, H. (1997). *Örnek Olay ve Oyun Yoluyla Öğretimin Sosyal Bilgiler Dersinde Öğrenme Düzeyine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pehlivan, H. (2005). *Oyun ve Öğrenme*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Peterson, M. (2012). Language Learner Interaction in a Massively Multiplayer Online Role-Playing Game. (Editör: Hayo Reinders). *Digital Games in Language Learning and Teaching*. London: Palgrave Macmillan, 70-92.
- Piaget, J. (1999). *Play, Dreams and Imitation in Childhood*. London: Routledge.
- Poyraz, H. (2012). *Okul Öncesi Oyun ve Oyun Örnekleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Prensky, M. (2001). Fun, Play and Games: What Makes Games Engaging. *Digital Game-Based Learning*, 106-144.
- Quandt, T., & Kröger, S. (2014). Introduction: Multiplayer Gaming as Social Media Entertainment. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 3-9.
- Quandt, T., Festl, R., & Scharkow, M. (2011). Digitales Spielen - Medienunterhaltung im Mainstream. *Media Perspektiven*, 9, 414-422.

- Ravaja, N., Saari, T., Marko T., Laarni, J., Salminen, M., & Kivikangas, M. (2006). *Spatial Presence and Emotions during Video Game Playing: Does It Matter with Whom You Play?*. The MIT Press, 15(4), 381–392.
- Real, M. R. (1996). *Exploring Media Culture A Guide*, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Reiss, S. (2004). The Sixteen Strivings for God. *Journal of Religion and Science*, 39(2), 303-320.
- Rutter, J., & Bryce, J. (2006). *Understanding Digital Games*, London: Sage Publications.
- Sağlam, M. (2019). *Dijital Oyunların Öznel İyi Oluşa Etkisi: Y Kuşağına Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. London: The MIT Press.
- Sarı, Ü., & Öncel, A. B. (2019). Bir Arka Bahçe Olarak Steam: Geleneksel Oyunun Dijital Oyuna Dönüşümü. (Editör: Filiz Aydoğan). *Endüstri 4.0 ve Dijital Medya*. İstanbul: Der Yayınları, 11-36.
- Sayın, M. E. D. (2016). *Dijital Oyunların Bilişsel Yeteneklere Etkileri: Faktör Referanslı Bilişsel Test Kiti İle Oyuncu ve Oyuncu Olmayan Grupların Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Schott, G. R., & Horrell, K. R. (2000). Girl Gamers and Their Relationship With The Gaming Culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 6(4), 36-53.
- Schumann, C. (2014). Player-Centered Game Design: Expectations and Perceptions of Social Interaction in RPGs and FPSs as Predictors of Rich Game Experience. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 70-84.
- Sepetci, T. (2017). *Dijital Oyunlar, Dijital Oyuncular: Karşı Hegemonya Pratikleri ve Sosyal Etkileşim*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Sevinç, M. (2009). *Erken Çocukluk Gelişimi ve Eğitiminde Oyun*. İstanbul: Marpa.

- Sezen, T. İ. (2011). Dijital Oyunları Anlamak: Oyun, Anlatı, Yazılım ve Platform Perspektifinden Dijital Oyunlar. (Editörler: Gülin Terek Ünal ve Uğur Batı). *Dijital Oyunlar "Kendi Dünyanda Yaşa, Bizimkinde Oyna"*. İstanbul: Derin Yayınları, 119-148.
- Sezen, T. İ., & Sezen, D. (2011). Dijital Oyun Tarihinin Dönüm Noktaları: Oyunlar, Yorumlar, Teknolojik ve Toplumsal Gelişmeler. (Editörler: Gülin Terek Ünal ve Uğur Batı). *Dijital Oyunlar "Kendi Dünyanda Yaşa, Bizimkinde Oyna"*. İstanbul: Derin Yayınları, 249-283.
- Sezgin, S. (2019). *Türkiye'de Dijital Oyun Endüstrisi ve Yaratıcı Emek*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sicart, M. (2003, Kasım). Family Values: Ideology, Computer Games & Sims. *Proceedings of the Digital Games Research Association (DIGRA) Conference: Level Up*, Utrecht, The Netherlands.
- Sucu, İ. (2014). *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından Sosyal Medya Sanal Dünya Oyunu Olarak Second Life Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sun, H. (2013). Impact of exergames on physical activity and motivation in elementary school students: A follow-up study. *Journal of Sport and Health Science*, 2, 138-145.
- Sutton-Smith, B. (1999). Overview: Methods In Children's Folklore. (Editörler: Brian Sutton-Smith, Jay Mechling, Thomas W. Johnson, Felicia R. McMahon). *Children's Folklore A Source Book*. Utah: Utah State University Press, 63-74.
- Sütcü, C., & Akyazı, E., & Dilmen, N. E. (2006, Nisan). Real and Virtual Identities Considered. *ISIMD - 4th International Symposium of Interactive Media Design*, İstanbul, 147-153.
- Sutton-Smith, B. (2001). *The Ambiguity of Play*. London: Harvard University Press.
- Sweetser, P., & Wyeth, P. (2005). GameFlow: A Model for Evaluating Player Enjoyment in Games. *ACM Computers in Entertainment*, 3(3), 1-24.
- Tabanlı, K. (2010). *Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Oyunlar ve Simmel'in Yabancı Kavramı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Taylor, T. L. (2003). Multiple Pleasures Women and Online Gaming. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 9(1), 21-46.
- Tencent Mobile (2018). PUBG Mobile. Tencent Mobile.
- Tırnovalı, S. (2019). *Dijital Oyunlar Üzerine Karşı İstihbarat Toplama ve Bilgi Edinme: Assassin's Creed Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tırpan, S. (2013). *World of Warcraft Oyuncularının Oyundaki Karakterleriyle Bağlantı Kurma Algıları ile Sosyolojik Yabancılaşma Düzeylerine Yönelik Algıları Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tinç, K. (2020). Türkiye'de Dijital Oyun Kültürü ve Oyun Temelli Öğrenmeye Etkileşimi. (Editörler: Ertuğrul Süngü ve Barbaros Bostan). *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları*. Ankara: Nobel, 63-78.
- Tüker, Ç. (2014). Video oyunları bir sanat formu olabilir mi?, Fatma Akyürek ve Gül Özturanlı (Der.). *Saraydan Sokağa Oyun*. İstanbul: Kabalcı, 179-198.
- Türkoğlu, B. (2016). Oyun Temelli Bilişsel Gelişim Programının 60-72 Aylık Çocukların Bilişsel Gelişimine Etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Uğurel, I. & Moralı, S. (2008). Matematik ve Oyun Etkileşimi. *GÜ, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 75-98.
- Uz, Ç., & Cagiltay, K. (2015). Social Interactions and Games. *Digital Education Review*, 27, 1-12.
- Valtin, G., Pietschmann, D., Liebold, B., & Ohler, P. (2014). Methodology of Measuring Social Immersion in Online Role-Playing Games: Exemplary Experimental Research on Social Interactions in Virtual Worlds. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 49-57.
- Valve, Hidden Path Entertainment (2012). Counter-Strike: Global Offensive. Valve.

- van Rooij, A. J., Schoenmakers, T. M., van den Eijnden, R. J. J. M., & Vermulst, A. (2014). Friendship Quality Matters for Multiplayer Gamers: The Role of Online and Real-Life Friendship Quality in the Relationship Between Game Addiction and Psychological Well-Being in a Sample of Adolescent Online Gamers. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 213-225.
- Vermeulen, L., & Looy, J. V. (2014). Happy Together? A Gender-Comparative Study into Social Practices in Digital Gaming. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 58-69.
- Voida, A., & Greenberg, S. (2009, Nisan). Wii All Play: The Console Game as a Computational Meeting Place. *CHI '09: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1559-1568.
- Watzlawick, P. (1995). *Mutsuzluk Kılavuzu*. Veysel Atayman (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Watzlawick, P.; Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (1967). *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns*. New York: Pathologies and Paradoxes.
- Weaver, W. (1949). The Mathematics of Communication. *Scientific American*, 181(1), 11-15.
- Weise, M. (2003, Kasım). How Videogames Express Ideas. *Proceedings of the Digital Games Research Association (DIGRA) Conference: Level Up*, Utrecht, The Netherlands.
- Williams-Roberson, C. A. (1994). *Granville Stanley Hall on the Education of the Elementary School Child*. Doktora Tezi, Loyola University, Chicago.
- Wittgenstein, L. (2009). *Philosophical Investigations*. G. E. M. Anscombe, P. M. S. Hacker & Joachim Schulte (Çev.), Wittgenstein: Wiley-Blackwell.
- Yankın, F. B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7(2), 1-38.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Betay Yayıncılık.
- Yee, N. (2006). Motivations for Play in Online Games. *Cyberpsychology & Behavior*, 9(6), 772-775.

- Yenğin, D. (2010). *Dijital Oyunlarda Şiddet Kavramı: Yeni Şiddet*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yeşilyurt, F. (2014). *Ergenlerin Çevrim İçi Oyunlardaki Deneyimleri ve Oyuna İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldız, H. (2007). Homo Sapiens'in Boş Zamanı – Homo Ludens'in Sanal Kariyeri. *Folklor Edebiyat Dergisi*, 50(13), 57-70.
- Yin, W.; De Vaney, S. A., & Stahura, J. (2005). Determinants of Household Expenditure on Computer Hardware and Software. *Journal Of Consumer Affairs*, 39(2), 254-275.
- Zagalo, N., & Gonçalves, A. (2014). Social Interaction Design in MMOs. (Editör: Thorsten Quandt ve Sonja Kröger). *Multiplayer: The Social Aspects of Digital Gaming*. London: Routledge, 134-144.
- Zılloğlu, M. (2003). *İletişim Nedir*. İstanbul: Cem Yayınevi.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Academic (2022). Tennis for Two. <https://en-academic.com/dic.nsf/enwiki/461975>, [Erişim: 09 Mart 2022].
- Ankara Kalkınma Ajansı (2016). *Dijital Oyun Sektörü Raporu*. <http://www.ankaraka.org.tr/archive/files/yayinlar/ankaraka-dijital-oyun-sektoru.pdf>, [Erişim: 10 Aralık 2019].
- Arjoranta, J. (2014). Game Definitions: A Wittgensteinian Approach. *Game Studies* 14(1). <http://gamestudies.org/1401/articles/arjoranta>, [Erişim: 28 Nisan 2022].
- BAU (Bahçe Şehir Üniversitesi). (2020). BAU ESPORTS. <https://esports.bau.edu.tr>, [Erişim: 15 Şubat 2020].
- Bavelier, D. (2012, Haziran). *Your Brain on Video Games*. TEDxCHUV. Hülya Çelik (Çev.), https://www.ted.com/talks/daphne_bavelier_your_brain_on_video_games#t-774306, [Erişim: 21 Ocak 2020].
- Bell, C. (2013). Communiquer. (Editör: La Martinière). *La Fabrique Des Jeux Video*. <http://chrisbelldesign.com/Communication-Games>, [Erişim: 16 Ocak 2022].

- Bellis, M. (2019). *The History of Spacewar: The First Computer Game*. <https://www.thoughtco.com/history-of-spacewar-1992412>, [Erişim: 21 Ocak 2021].
- Binark, M. (2014). *Dijital Oyun Dünyası ve Yeni Toplumsallaşma Biçimleri*. <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/dijital-oyun-dunyasi-ve-yeni-toplumsallasma-bicimleri>, [Erişim: 15 Ocak 2020].
- Brand, S. (1972). *SPACEWAR Fanatic Life and Symbolic Death Among the Computer Bums*. <https://www.labouseur.com/courses/gamesem/rolling-stone-1972.pdf>, [Erişim: 02 Mayıs 2022].
- Brierley, C. (2020). *Our 13 Favorite Esports Sponsorships of 2019*. <https://hitmarkerjobs.com/blog/10-best-esports-sponsorships-2019-so-far>, [Erişim: 15 şubat 2020].
- Chin, L. (2016). *Advantages And Disadvantages Of Computer Mediated Communication In The Context Of Unimas Students And Staff*. <https://newtechnocomm.wordpress.com/2016/03/05/advantages-and-disadvantages-of-computer-mediated-communication-in-the-context-of-unimas-students-and-staff/>, [Erişim: 05 Ocak 2020].
- Christie, A. (2013). *Digging into Tennis for Two*. <https://maker.uvic.ca/tennis/>, [Erişim: 21 Ocak 2021].
- Çiğerli, O. (2019). *Espor 101: Türk Espor Takımları*. <https://www.flankesports.com/esp-or-haberleri/esp-or-101-turk-esp-or-takimlari>, [Erişim: 15 şubat 2020].
- Crawford, C. (2014). *The Art of Computer Game Design*. California: İnternet Arşivi: <https://archive.org/details/artofcomputergam00chri/page/n3/mode/2up>, [Erişim: 17 Aralık 2019].
- Discord (2020). Hakkında. <https://discordapp.com/company>, [Erişim: 14 şubat 2020].
- Doğusoy, B., & İnal, Y. (2006, Eylül). Çok Kullanıcı Bilgisayar Oyunları ile Öğrenme. VII. *Ulusal Fen bilimleri ve Matematik eğitimi kongresi*. Ankara, http://simge.metu.edu.tr/conferences/cok_kullanicili_oyunlarla_ogrenme.pdf, [Erişim: 8 Ocak 2022].
- Durbin, J. (2017). E3 2017: Everything You Need To Know About VR And AR At This Year's Show. <https://uploadvr.com/e3-2017-vr-ar-this-year/>, [Erişim: 21 Ocak 2021].

- E3Expo (2020). <https://www.e3expo.com/>, [Erişim: 17 Mayıs 2020].
- Epic Games (2020). Hakkında. <https://www.epicgames.com/site/tr/about>, [Erişim: 14 Şubat 2020].
- FAS (Federation of American Scientists). (2006). *Summiton Educational Games*. https://www.informalscience.org/sites/default/files/Summit_on_Educational_Games.pdf, [Erişim: 22 Ocak 2020].
- Gamescom (2020). <https://www.gamescom.global/>, [Erişim: 17 Mayıs 2020].
- Gamingscan (2019). *2020 Gaming Industry Statistics, Trends & Data*. <https://www.gamingscan.com/gaming-statistics/>, [Erişim: 14 Aralık 2019].
- Gog Galaxy (2020). *Gog Galaxy 2.0*. <https://www.gog.com/galaxy>, [Erişim: 14 Şubat 2020].
- Güvenli İnternet Merkezi (2019). *Dijital Oyunlar Raporu*. <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf>, [Erişim: 10 Ocak 2020].
- Kaya, S. (2013). Okul Öncesinde Oyunun İşlevleri. *Eğitişim Dergisi*, (37), <http://www.egitirim.gen.tr/tr/index.php/arsiv/sayi-31-40/sayi-37-ocak-2013/623-%20okul-oncesinde-oyunun-islevleri>, [Erişim: 05 Ocak 2020].
- Kirriemuir, J. (2002). Video Gaming, Education and Digital Learning Technologies: Relevance and Opportunities. *D-Lib Magazine*, 8(2), <http://www.dlib.org/dlib/february02/kirriemuir/02kirriemuir.html>, [Erişim: 08 Aralık 2019].
- Kolo, C., & Baur, T. (2004). Living a Virtual Life: Social Dynamics of Online Gaming. *Game Studies: The International Journal of Computer Game Research*, 4(1), <http://www.gamestudies.org/0401/kolo/>, [Erişim: 18 Ocak 2021].
- Lasar, M. (2011). Spacewar!, the first 2D top-down shooter, turns 50. <https://arstechnica.com/gaming/2011/10/spacewar-the-first-2d-top-down-shooter-turns-50/>, [Erişim: 21 Ocak 2021].
- Laughton, M. (2018). AFL hopes League of Origin 2018 esports event makes Marvel Stadium an option for LOL World Championships. <https://www.foxsports.com.au/esports/afl-hopes-league-of-origin-2018-esports-event-makes-marvel-stadium-an-option-for-lol-world-championships/news-story/1c291db75693b3c1751318ca41f386a8>, [Erişim: 14 Mayıs 2022].

- Majhi, S. S. (2011). *16 Different Types of Massively Multiplayer (MMO) Online Games*. <https://www.dragonblogger.com/16-types-massively-multiplayer-mmo-online-games/>, [Erişim: 20 Aralık 2019].
- Murray, T. (2019). Riot Reports Record Viewership of 21.8M Global AMA for League of Legends World Championship Finals. <https://esportsobserver.com/riot-worlds-2019-viewership/>, [Erişim: 21 Ocak 2021].
- Newzoo (2017). *Global Esports Market Report*. https://newzoo.com/wp-content/uploads/2017/06/Flagship_reports_Esports_factsheet.pdf, [Erişim: 15 şubat 2020].
- Newzoo (2018). *Global Games Market Report*. <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/>, [Erişim: 13 Aralık 2019].
- Nordvall, M. (2012). *Communication in Games*. Yayınlanmamış Lisans Tezi, Linköping University Department of Computer and Information Science, <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:478142/FULLTEXT01.pdf>, [Erişim: 16 şubat 2020].
- Origin (2020). Hakkında. <https://www.origin.com/irl/en-us/store/about>, [Erişim: 13 şubat 2020].
- Pew Internet and American Life Project (2008). Teens, Video Games, and Civics: Teens' Gaming Experiences Are Diverse and Include Significant Social Interaction and Civic Engagement. <https://www.pewresearch.org/internet/2008/09/16/teens-video-games-and-civics/>, [Erişim: 17 Ocak 2021].
- Piaget, J. (1952). *Play, Dreams and Imitation*. https://web.media.mit.edu/~ascii/papers/piaget_1952.pdf, [Erişim: 24 Nisan 2022].
- Playstation (2020). *Sony Interactive Entertainment Hakkında*. <https://www.playstation.com/tr-tr/footer/about-us/>, [Erişim: 13 şubat 2020].
- Sarıgöl, Ç. (2015). *Fraktal Nedir?*. <http://kosmosmacerasi.com/v1/2015/06/fraktal-nedir/>, [Erişim: 20 Aralık 2019].
- Shannon, C. E. (1948). A Mathematical Theory of Communication. *The Bell System Technical Journal*, (27), 1-55, <http://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf>, [Erişim: 29 Ocak 2020].

- Shea, B. (2019). Seen At Gamescom 2019. <https://www.gameinformer.com/photo-gallery/2019/08/22/seen-at-gamescom-2019>, [Erişim: 21 Ocak 2021].
- Squire, K. (t.y.). *Games as Ideological Worlds*. <https://academiccolab.org/resources/documents/edreacher-submitted.pdf>, [Erişim: 25 Aralık 2019].
- Steam (2020). Hakkında. <https://store.steampowered.com/about/>, [Erişim: 13 Aralık 2020].
- Steam Topluluk Sayfası. <https://steamcommunity.com/>, [Erişim: 21 Ocak 2021].
- Strive (2018). League of Legends World Finals viewing figures 2018. <https://strivesponsorship.com/2018/12/17/league-of-legends-world-finals-viewing-figures-2018/>, [Erişim: 21 Ocak 2021].
- Sweetser, P., & Wyeth, P. (2005). GameFlow: A Model for Evaluating Player Enjoyment in Games. *Computers in Entertainment*, 3(3), <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.85.8056&rep=rep1&type=pdf>, [Erişim: 8 Ocak 2022].
- TDK (Türk Dil Kurumu). (2021). *Güncel Türkçe Sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/>, [Erişim: 27 Kasım 2021].
- Teamspeak (2020). Hakkında. <https://www.teamspeak.com/tr/>, [Erişim: 14 Şubat 2020].
- Twitch (2020). Hakkında. <https://www.twitch.tv/p/tr-tr/about/>, [Erişim: 15 Şubat 2020].
- Twitch Elraenn Canlı Yayını. <https://www.twitch.tv/videos/881420486>, [Erişim: 20 Ocak 2021].
- Ubisoft (2020). Hakkında. <https://ubisoftconnect.com/tr-TR/>, [Erişim: 14 Mayıs 2022].

EKLER

EK-1: ANKET FORMU

Bu anket formu Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürütülmekte olan *“Dijital Oyunların İletişim Dinamikleri: Selçuk Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”* başlıklı yüksek lisans tezini için gerekli olan verileri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Sizlerden edinilecek olan bilgiler tamamen bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır. Değerli katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

İbrahim KAHRAMAN

1- Dijital oyunlar (bilgisayar, telefon ya da Playstation gibi konsol oyunları) oynuyor musunuz?

() Evet () Hayır

2- Daha çok hangi platform oyunlarını oynamayı tercih ediyorsunuz? (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

() Bilgisayar () Konsol (Playstation, Xbox, Gameboy vb.) () Mobil (Telefon, Tablet vb.)

3- Ne tür dijital oyunlar oynuyorsunuz? (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

() Macera () Simülasyon () Bulmaca () Platform (Super Mario vb.) () Rol Yapma (MMO-RPG)
() Strateji () Spor () Nişancı () Tercih Etme (The Wolf Among Us vb.) () Dövüş
() Hayatta Kalma / Crafting (The Last of Us vb.) () Sandbox (Minecraft vb.) () Aksiyon () MOBA
() Diğer (Lütfen belirtiniz).....

4- Yılda kaç adet dijital oyun satın alırsınız?

() Ücretsizleri tercih ederim () 1-5 () 6-10 () 11-15 () 15'ten fazla

5- Yılda dijital oyunlara ne kadar para harcarsınız? (Oyun satın alma, kiralama, oyun içi alışverişler vb.)

() Harcamam () 1-200 TL () 201-400 TL () 401-600 TL () 600 TL'den fazla

6- Kaç yıldır dijital oyun oynuyorsunuz?

() 2 yıldan az () 2-4 yıl () 4-6 yıl () 6-8 yıl () 8-10 yıl () 10 yıldan fazla

7- Haftada kaç saat dijital oyun oynuyorsunuz?

() 5 saatten az () 6-10 saat () 11-15 saat () 16-20 saat () 21-25 saat () 25 saatten fazla

8- Daha çok günün hangi saatlerinde dijital oyun oynuyorsunuz? (Oyun oynadığınız en yoğun zaman dilimini seçiniz.)

() Sabah () Öğlen () Öğleden sonra () Akşam () Gece () Sabaha Karşı

9- Dijital oyunları daha çok tek başınıza mı, yoksa başka oyuncularla mı oynamayı tercih ediyorsunuz?

() Tek başıma () Başka oyuncularla

10- Dijital oyunları başka oyuncularla oynadığınızda daha çok kimlerle oynamayı tercih ediyorsunuz?

() Tanıdıklarımla () Yabancılarla () Fark etmiyorum

11- Çok oyunculu dijital oyunlarda diğer oyuncularla nasıl iletişim kurmayı tercih ediyorsunuz?

(Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

() Oyun içi yazışma kanalları ile
() Oyun içi sesli konuşma kanalları ile
() Oyun dışı Discord gibi programların yazılı ve/veya sesli iletişim kanalları ile
() Steam, Uplay, Origin, PSN vb. dijital oyun platformları ile
() Oyun arkadaşımın aynı ortamda bulunarak
() Yukarıdakilerin hepsi ile
() Mecbur kalmadıkça iletişim kurmuyorum ya da nadiren kuruyorum.
() Diğer (Lütfen belirtiniz).....

12- Yabancı uyruklu oyuncularla iletişim kurabilmek için genel olarak yabancı dil yeterlilik seviyeniz nedir?

() Yabancı dil bilmiyorum () Giriş seviyesi () Orta seviye () İleri seviye

13- İletişim kurabilecek kadar bildiğiniz yabancı diller hangileridir? (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

() Yabancı dil bilmiyorum () İngilizce () Fransızca () Almanca () Rusça () Diğer (Belirtiniz).....

14- Dijital oyunlar aracılığıyla kaç kişiyle tanıştınız? (Cevabınız "0" ise 18. soruya geçiniz.)

.....

15- Dijital oyunlar aracılığıyla tanıştığınız kişilerle gerçek hayatta da görüştünüz mü?

() Evet () Hayır

16- Dijital oyunlar aracılığıyla tanıştığınız kişilerle iletişiminiz devam ediyor mu?

() Evet () Bazı kişilerle evet () Hayır

17- Dijital oyunlardaki iletişiminiz gerçek hayattaki iletişiminizi nasıl etkiler?

() Olumlu () Olumsuz () Hem olumlu hem de olumsuz () Etkilemez

18- Dijital oyunlar beni daha sosyal bir insan yapar.

() Evet () Hayır () Kısmen

19- Dijital oyunlar uzak mesafelerdeki insanlarla iletişim kurmamı sağlar.

() Evet () Hayır () Kısmen

20- Dijital oyunlardaki iletişim kanalları diğer oyuncuları ve onların kültürlerini öğrenmemi sağlar.

() Evet () Hayır () Kısmen () Kararsızım

21- Dijital oyunlardaki iletişim bana gerçek hayattaki iletişime göre daha kolay gelir.

() Evet () Hayır () Kısmen () Kararsızım

22- Dijital oyunlarda kurduğum uzak mesafeli iletişime alıştığım için yüz yüze iletişim kurmakta zorluk yaşıyorum.

() Evet () Hayır () Kısmen () Kararsızım

Lütfen soru grubunun başında verilen cümle doğrultusunda yargılara katılım düzeyinizi belirtiniz.

SORU NO	Dijital oyunlar oynuyorum çünkü... (5) Kesinlikle Katılıyorum – (4) Katılıyorum – (3) Kararsızım – (2) Katılmıyorum - (1) Kesinlikle Katılmıyorum	5	4	3	2	1
23	Sosyalleşmek, diğer oyuncularla etkileşim kurmak istiyorum.	5	4	3	2	1
24	Diğer oyuncularla anlamlı ve uzun süreli ilişkiler kurmak istiyorum.	5	4	3	2	1
25	Bir grubun parçası olmak ve birtakımın parçası olmanın verdiği hazı hissetmek istiyorum.	5	4	3	2	1
26	İstediğim bir karakter oluşturarak sanal dünyada arzu ettiğim gibi var olmak istiyorum.	5	4	3	2	1
27	Çevrim içi çevreyi kullanarak gerçek hayattaki sorunlardan ve sorumluluklarımdan uzaklaşmak istiyorum.	5	4	3	2	1
28	Oyunlar, eğlenceli olmaları, hikâyeleri, oynanış dinamikleri ve oluşturduğu sosyal ortamları ile beni kendisine bağlıyor.	5	4	3	2	1
29	Dijital oyun oynayarak çevremde sağladığım izlenim sosyal olarak kendimi ifade etmemde etkili olabiliyor.	5	4	3	2	1
30	Diğer oyuncularla rekabet etmek istiyorum.	5	4	3	2	1
31	Diğer oyuncularda baskın olmak, liderlik etmek istiyorum.	5	4	3	2	1
32	Başarılı olmak ve unvan kazanmak istiyorum.	5	4	3	2	1
33	Arkadaşlarımla aramızda olan ilişki ve iletişimi korumak ve geliştirmek istiyorum.	5	4	3	2	1
34	Yeni arkadaşlar edinerek yeni bağlar kurmak ve bu sayede sosyal ilişkilerimi geliştirmek istiyorum.	5	4	3	2	1
35	Oyun oynadığım diğer oyuncularla iletişim kurabilmek bana iyi hissettiriyor.	5	4	3	2	1
Dijital oyunlardaki arkadaşlarımla...						
36	Oyunlar hakkında konuşurum.	5	4	3	2	1
37	Özel hayatım hakkında konuşurum.	5	4	3	2	1
38	Politik ve diğer gündem konuları hakkında konuşurum.	5	4	3	2	1
39	Futbol, müzik, tiyatro gibi hobilerim hakkında konuşurum.	5	4	3	2	1
Zaten tanıdığım ya da oyunda tanıştığım bir oyun arkadaşım, oyun içerisinde eğlenceli olmasıyla, sesiyle, konuşma ve/veya yazışma tarzıyla, oyundaki becerisiyle ya da başka bir nedenle ilgimi çekiyorsa...						
40	Oyunda üstleneceğim sorumluluklar konusunda beni etkileyebilir.	5	4	3	2	1
41	Oyunlardaki davranışlarım konusunda beni etkileyebilir.	5	4	3	2	1
42	Diğer oyuncular hakkındaki düşünce ve yargılarımla etkileyebilir.	5	4	3	2	1
43	Gerçek dünyada üstleneceğim sorumluluklar konusunda beni etkileyebilir.	5	4	3	2	1
44	Gerçek dünyadaki davranışlarım konusunda beni etkileyebilir.	5	4	3	2	1
45	Gerçek dünyadaki kişiler hakkında sahip olduğum düşünce ve yargılarımla etkileyebilir.	5	4	3	2	1

DEMOGRAFİK BİLGİLER		
46	Cinsiyetiniz	() Erkek () Kadın
47	Yaşınız:	
48	Fakülteniz	☐ Dış Hekimliği ☐ Eczacılık ☐ Edebiyat ☐ Eğitim ☐ Fen ☐ Güzel Sanatlar ☐ Hemşirelik ☐ Hukuk ☐ İktisadi ve İdari Bilimler ☐ İletişim ☐ İslami İlimler ☐ Mimarlık ve Tasarım ☐ Sağlık Bilimleri ☐ Spor Bilimleri ☐ Teknoloji ☐ Tıp ☐ Turizm ☐ Veteriner ☐ Ziraat
49	Eğitim durumunuz?	() Ön Lisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora
50	Sınıfınız?	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6
51	Medeni durumunuz?	() Evli () Bekâr
52	Çalışma durumunuz?	☐ Tam zamanlı çalışma ve öğrenci ☐ Yarı zamanlı çalışma ve öğrenci ☐ Çalışmıyorum
53	Aylık ortalama geliriniz?	☐ 0-500 TL ☐ 501-1000 TL ☐ 1001-1500 TL ☐ 1501-2000 TL ☐ 2001-2500 TL ☐ 2500 TL üzeri
54	Kendinizi nasıl tanımlarsınız?	() Sosyal () Girişken () Çekingen () Asosyal