



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı

DİJİTAL OYUN GELİŞTİRİCİLERİN SOSYAL SORUMLULUKLARA İLİŞKİN DÜŞÜNCE VE FARKINDALIKLARI

Kübra ALTUN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2025

DİJİTAL OYUN GELİŞTİRİCİLERİN SOSYAL SORUMLULUKLARA
İLİŞKİN DÜŞÜNCE VE FARKINDALIKLARI

Kübra ALTUN

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2025

KABUL VE ONAY

Kübra Altun tarafından hazırlanan “Dijital Oyun Geliştiricilerin Sosyal Sorumluluklara İlişkin Düşünce ve Farkındalıkları” başlıklı bu çalışma, 17.01.2025 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Emek Barış KEPENEK (Başkan)

Prof. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK (Danışman)

Dr. Öğr. Üye. Selen KOÇAK (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

24/02/2025

[İmza]

Kübra ALTUN

1 “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ile ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez **danışmanın** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metodların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez **danışmanın** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulunun** gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, **tezin yapıldığı kurum** tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, **ilgili kurum ve kuruluşun önerisi** ile **enstitü** veya **fakültenin** uygun görüşü üzerine **üniversite yönetim kurulu** tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.
* Tez **danışmanın** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** tarafından karar verilir.

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Prof. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

[İmza]

Kübra ALTUN

TEŞEKKÜR

Bu çalışma bütün bir hale gelene kadar geçen süreç sabır ve desteğin bir arada olduğu bir süreci kapsamaktaydı. Bu oldukça uzun süreçte yanımda olan ve desteklerini başından sonuna kadar hissettiklerime teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Öncelikle, tez süreci boyunca ne zaman pes etmeyi aklımdan geçirsem, ben henüz bir şey anlatmadan beni anlayan ve yoluma devam etmem için rehber olarak desteğini hiçbir zaman esirgemeyen değerli danışmanım sayın Prof. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK hocam çok teşekkür ediyorum. Tez süreci boyunca yolun doğrusunu göstermek adına çabalarınız ve sabrınız olmasaydı bu tezi bitirmem çok zor olurdu.

Bu yaşıma kadar aldığım yanlış veya doğru tüm kararlarımda yanımda olup desteğini bir an olsun esirgemeyen ve verdikleri koşulsuz sevgi ve bitmek bilmeyen bir sabırla bugünlere gelmemi sağlayan annem Asiye ALTUN ve babam Cemal ALTUN'a çok teşekkür ederim.

Hayat yolunda annem ve babamın bana en güzel hediyesi olan canım kardeşim Bedirhan ALTUN'a bütün sıkıntılı günlerimde sorgusuz sualsiz ağlayacak bir omuz sağladığı, en kötü günümde bile yeniden başlamam için beni cesaretlendirdiği ve endişeli her halimde bir yolunu bulup beni sakinleştirdiği için sonsuz teşekkür ederim.

Elbette lisede 4 yıl boyunca sıra arkadaşım olan ve 15 yılı devirdiğimiz canım dostum, en iyi arkadaşım, sırdaşım Dilara ÇIKRIKCI'ya bu süreçte mutlu veya mutsuz olduğumuz her anda birlikte bu duyguları yaşadığımız için çok teşekkür ederim. Ne kadar zor süreçler yaşasak bile birbirimize her daim destek olup beraber ağlayıp, beraber gülebildiğimiz bir dostluğumuz olduğum için çok şanslıyım. En önemlisi senin gibi bir dosta ve kardeşe sahip olduğum için çok şanslıyım.

Tezimin saha kısmında bana zamanlarını ayıran ve karşılıksız bir şekilde tüm düşüncelerini içtenlikle paylaşan dijital oyun geliştiricilere teşekkür ederim. Ayrıca bu tezin tamamlanmasında doğrudan ya da dolaylı olarak emeği geçen, bana katkı sağlayan ve yanımda olan herkese teşekkürlerimi sunuyorum.

ÖZET

Altun, Kübra. Dijital Oyun Geliştiricilerin Sosyal Sorumluluklara İlişkin Düşünce ve Farkındalıkları, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2025.

Bu çalışmada bağımsız dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluk boyutunun yer almasına ilişkin düşünceleri ele alınmıştır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, dijital oyunların yapım aşamasının merkezinde görev alan oyun geliştiricilerin, dijital oyunları hazırlarken temel motivasyonlarının neler olduğunu ve bu motivasyonlar arasında sosyal sorumluluğun yerinin olup olmadığını ortaya koymaktır. Böylece gündelik yaşamda son derece aktif olarak her kesimden bireylere ulaşan dijital oyunların, sosyal sorumluluk kapsamında topluma katkı boyutunun olup olmayacağı ve bunun gerekli olup olmadığı konusu, bağımsız dijital oyun geliştiricilerin düşünceleri üzerinden ortaya konmuştur. Vaka çalışması olarak tasarlanan çalışma nitel desenle gerçekleştirilmiştir. Bağımsız oyun geliştiricilerden; Uygulama ve Oyun Akademisinde eğitim görmüş olan 10 bağımsız oyun geliştirici ve daha önce böyle bir eğitim almamış 10 bağımsız oyun geliştirici olmak üzere toplam 20 katılımcı ile görüşülmüştür. Veriler MAXQDA 24 nitel analiz programında tema analizi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda çalışmada yer alan katılımcıların oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluk ve toplumsal katkı düşüncelerine yaklaşımlarının farklılık gösterdiği saptanmıştır. Katılımcıların büyük kısmı oyun geliştirme sürecine sosyal sorumluluk ve toplumsal katkının dahil edilmesine olumlu bakarken, bazıları ise buna gerek olmadığını ifade etmiştir. Dijital oyunların denetlemesi konusunda ise yine katılımcılar arasında düşünce farklılıkları olduğu görülmüştür. Katılımcıların bazıları oyun geliştirme süreçlerinde denetimin olmasının iyi olabileceğini düşünürken, bazıları bunun tam tersini savunmaktadır. Oyun geliştirme sürecinde denetimin olmaması gerektiğini savunanlar, bunu denetlenmenin yaratıcı etkinlik olan oyun geliştirmede yeni fikirlerin geliştirilmesini engelleme riski olmasına bağlamıştır. Araştırma sonucunda bağımsız oyun geliştiricilerin tamamı olmasa da büyük bir kısmı sosyal sorumluluk düşüncesinin dijital oyun geliştirme sürecinde dikkate alınması durumunda, topluma katkı sağlayabileceği düşüncesine ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler

Dijital Oyun Endüstrisi, Dijital Oyun Geliştirme, Indie, Kültür ve Yaratıcı Endüstrisi, Sosyal Sorumluluk

ABSTRACT

Altun, Kübra. Digital Game Developers' Thoughts and Awareness on Social Responsibilities, MA Dissertation, Ankara, 2025.

This study examines the opinions of independent digital game developers regarding the inclusion of the social responsibility dimension in the game development process. In this context, the aim of the study is to reveal the primary motivations of game developers, who are at the core of the digital game production process, when creating digital games and whether social responsibility is among these motivations. Thus, the study seeks to determine whether digital games, which actively reach individuals from all walks of life in daily life, contribute to society within the scope of social responsibility and whether such a contribution is necessary, based on the perspectives of independent digital game developers.

Designed as a case study, this research was conducted using a qualitative approach. A total of 20 independent game developers participated in the study: 10 who had received training at the Application and Game Academy and 10 who had not undergone such training. The data were analyzed through thematic analysis using the MAXQDA 24 qualitative analysis software.

The research findings indicate that participants' perspectives on the inclusion of social responsibility and societal contribution in the game development process varied. While the majority of participants viewed the integration of social responsibility and societal contribution into game development positively, some argued that it was unnecessary. Similarly, differing opinions were observed regarding the regulation of digital games. Some participants believed that regulation in game development processes could be beneficial, while others opposed it. Those who argued against regulation claimed that it could hinder the development of new ideas in the creative activity of game development. As a result of the study, although not all independent game developers shared the same view, a significant portion believed that considering social responsibility in the digital game development process could contribute positively to society.

Keywords

Digital Game Industry, Digital Game Development, Indie, Culture and Creative Industry, Social Responsibility

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	x
TABLOLAR DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
GİRİŞ	1
1.BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE YÖNTEMİ	3
1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI	3
1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	7
1.2.1. Vaka Araştırması	7
1.2.2. Katılımcıların Belirlenme Süreci ve Özellikleri.....	9
1.2.3. Veri Toplama ve Analiz Süreci	13
1.2.4. Araştırmanın Problem Cümleleri	14
2. BÖLÜM: SOSYAL SORUMLULUK	16
2.1. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI.....	16
2.2. SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ.....	20
2.2.1. Friedman’ın Sosyal Sorumluluk Modeli	20
2.2.2. Carroll’un Sosyal Sorumluluk Modeli	20

2.2.3. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli	22
2.2.4. Kotler ve Lee'nin Sosyal Sorumluluk Modeli.....	23
3.BÖLÜM: ÇALIŞMADA KULLANILAN KAVRAMLAR VE ÇALIŞMANIN MODELİ	25
3.1. DİJİTAL OYUN ENDÜSTRİSİ VE OYUN GELİŞTİRİCİLER.....	25
3.1.1. Dijital Oyun Tarihi	25
3.1.2. Oyun Geliştirici ve Indie/Bağımsız Oyun Geliştiriciler	27
3.1.3. Indie/Bağımsız Oyun.....	30
3.1.4. Dijital Oyunların Toplumsal Etkileri.....	31
3.2. KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİSİ ALANI OLARAK DİJİTAL OYUNLAR.....	34
3.2.1. Kültür ve Yaratıcı Endüstri ile Hipergerçeklik Yaratmak.....	42
3.2.2. Dijital Oyun Pazarı	45
3.2.3. Dijital Oyunların Kültür ve Yaratıcı Endüstrisi Ürünü Olarak Yaratığı Hiper-gerçek Alanlar	47
3.3.DİJİTAL OYUN VE SOSYAL SORUMLULUK	50
3.4. ÇALIŞMANIN MODELİ	53
4. BÖLÜM: DİJİTAL OYUNLARIN DENETİMİNE İLİŞKİN MEVZUAT	56
4.1. DİJİTAL OYUNLARIN ULUSLARARASI ALANDA YASAL DÜZENLEYİCİ BAĞLAMİ	56
4.1.1 Uluslararası Alanda Denetleme ve Kurumların Rolü.....	56
4.1.2. Uluslararası Yaş Derecelendirme Sistemleri.....	60
4.2. DİJİTAL OYUNLARIN TÜRKİYE'DE DİJİTAL OYUNLARI DÜZENLEYİCİ BAĞLAMİ	65
5.BÖLÜM: BAĞIMSIZ DİJİTAL OYUN GELİŞTİRİCİLERİN OYUN GELİŞTİRME SÜREÇLERİ VE BU SÜREÇTE SOSYAL SORUMLULUĞUN YERİ.....	68
5.1. KATILIMCILARIN SOSYODEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	68
5.2. OYUN GELİŞTİRİCİ OLMA SÜRECİ	71
5.2.1. Oyun Geliştirme Merakı ve Oyun Geliştirici Olmaya Götüren Süreç	71
5.2.2. Dijital Oyun, Oyun Geliştirici ve Indie/Bağımsız Oyun Geliştirici Kavramlarına Atfedilen Anlam	76
5.2.3. Oyun Geliştirici Olma ve Oyun Geliştirme Sürecindeki Amaçlar	85
5.3. OYUN GELİŞTİRME SÜRECİ	91
5.3.1. Oyun Geliştirme Sürecinde Ekip Çalışması Ya Da Bireysel Çalışma	92

5.3.2. Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler	97
5.3.3. Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Avantaj ve Dezavantajları .	111
5.3.4. Oyun Geliştirme Sürecinde Etik Kurallar Var Mı?	123
5.4. OYUN GELİŞTİRME SÜRECİNDE SOSYAL SORUMLULUK.....	133
5.5.DİJİTAL OYUNLARIN DENETİMİ	147
5.6. DİJİTAL OYUN SEKTÖRÜNÜN VE BAĞIMSIZ OYUN GELİŞTİRİCİLERİN GELECEĞİ.....	160
SONUÇ VE TARTIŞMA	169
KAYNAKÇA.....	184
EK 1. ORJİNALLİK RAPORU	194
EK 2. ETİK KURUL İZNİ.....	196
EK 3. GÖRÜŞME FORMU	197

KISALTMALAR

AEA: Avrupa Ekonomik Alanı

BTK: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

CERO: Computer Entertainment Rating Organization

COPPA: Children's Online Privacy Protection Act

ESRB: Entertainment Software Rating Board

EA : Electronic Arts

FTC: Federal Trade Commission

GAPP: General Administration of Press and Publication

GDPR: General Data Protection Regulation

MOC: Ministry of Culture

PEGI: Pan European Game Information

TOGED: Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği

USK: Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1: Daha Önce Akademi Eğitimi Almamış Bağımsız Dijital Oyun Geliştiricisi Olan/Indie Katılımcılarının Özellikleri.....	11
Tablo 2:Akademi Eğitimi Almış Olan Bağımsız Dijital Oyun Geliştirici Katılımcılarının Özellikleri.....	12
Tablo 3:PEGI Yaş Etiketleri Sınıflandırması	61
Tablo 4:ESRB Yaş Etiketleri	62
Tablo 5:USK Yaş Derecelendirme Etiketleri.....	64
Tablo 6:CERO Yaş Derecelendirme Etiketi	64



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1:Carroll'ın Sosyal Sorumluluk Piramidi	21
Şekil 2:David Throsby'nin Eş merkezli Çemberler Modeli.....	41
Şekil 3:Araştırmanın Modeli	53
Şekil 4:Katılımcıların Yaş Dağılımı	68
Şekil 5:Katılımcıların Okudukları Üniversitenin Adı.....	69
Şekil 6: Katılımcıların Okudukları Üniversitenin Bölümleri	70
Şekil 7: Katılımcıların Meslek Dağılımı.....	71
Şekil 8: Oyun Geliştirme Merakı ve Oyun Geliştirici Olmaya Götüren Süreç	72
Şekil 9: Dijital Oyun Kavramına Atfedilen Anlam	76
Şekil 10: Oyun Geliştirici Kavramına Atfedilen Anlam	79
Şekil 11: Indie/Bağımsız Oyun Geliştirici Kavramına Atfedilen Anlam	82
Şekil 12: Oyun Geliştirici Olma Amaçları	85
Şekil 13: Oyun Geliştirme Sürecindeki Amaçları	88
Şekil 14: Oyun Geliştirme Sürecinde Ekiplerin Özellikleri	92
Şekil 15: Yayınlanmadan Önce Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler	98
Şekil 16: Yayınlandıktan Sonra Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler	105
Şekil 17: Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Avantajları	112
Şekil 18: Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Dezavantajları	117
Şekil 19: Oyun Geliştirme Sürecinde Etik Kurallar Var Mı?	124
Şekil 20: Etik Kuralların Olduğunu Düşünenler.....	125
Şekil 21: Etik Kuralların Duruma Göre Değiştiğini Düşünenler	130
Şekil 22:Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Var mıdır?	134
Şekil 23: Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Vardır.....	134
Şekil 24:Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Duruma Göre Değişir	139
Şekil 25:Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Yoktur.....	141
Şekil 26:Bağımsız Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Olmalı mı Olmamalı mı?	143
Şekil 27:Uluslararası Alanda Dijital Oyun Denetimi Var mı?	148
Şekil 28:Türkiye'de Dijital Oyunlara Yönelik Denetim Var Mı?	151
Şekil 29:Dijital Oyunlara Yönelik Denetim Olmalı mı?	154
Şekil 30: Dijital Oyun Sektörünün Geleceğinin Değerlendirilmesi.....	160
Şekil 31: Bağımsız Oyun Geliştiricilerin Geleceği	165
Şekil 32:Bağımsız Oyun Geliştiricilerinin Sosyal Sorumluluk Modeli	176

GİRİŞ

Dijital oyun sektörü, teknolojik gelişmelerin ve küresel ekonomideki dinamizmin etkisiyle çok yönlü bir dönüşüm yaşamaktadır. 1970'lerdeki basit grafiklerin kullanıldığı oyunlarından başlayarak günümüzde karmaşık grafikler, yapay zeka destekli senaryolar ve açık dünya tasarımlı oyunlar ile dijital oyunlar yalnızca eğlence araçları olmaktan çıkıp çok boyutlu bir medya aracına dönüşmüştür. Bu değişim dijital oyunların hem bireysel hem de toplumsal düzeydeki etkilerini artırmış, sektörün kültürel ve sosyal bağlamda daha geniş bir perspektiften ele alınmasını gerektirmiştir.

Literatürde dijital oyunların birey ve toplum üzerindeki etkileri, üretim ve tüketim boyutları gibi konularda yapılmış çeşitli araştırmalar yer almaktadır. Bu tezde ise dijital oyun geliştiricilerinin üretim süreçlerinde ekonomik başarının yanı sıra sosyal sorumluluk ve toplumsal fayda ölçütlerini de dikkate alıp almadıkları ele alınmıştır.

Dijital oyunlar, eğlence ihtiyacını karşılamanın ötesinde kültürel aktarım, toplumsal farkındalık yaratma ve sosyal etkileşim alanlarında çok yönlü bir potansiyele sahiptir. Ancak bu potansiyelin gerçekleştirilmesi oyun geliştiricilerin bakış açıları ve düşüncelerine doğrudan bağlıdır. Çünkü bir dijital oyun, geliştiricilerinin etik değerleri, sosyal sorumluluk anlayışları ve pazar odaklı stratejileri arasındaki dengeyi yansıtan bir ürün niteliği taşır. Bu nedenle oyun geliştiricilerin sosyal sorumlulukları ve toplumsal sorunların çözümü ya da farkındalık kazandırmak gibi konularındaki yaklaşımları hem dijital oyun sektörün geleceği hem de dijital oyunların toplumsal etkileri açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, bağımsız dijital oyun geliştiricilerin dijital oyunları hazırlarken temel motivasyonlarının neler olduğunu ve bu motivasyonlar arasında sosyal sorumluluğun yerinin olup olmadığını ortaya koymaktır.

Nitel desenle gerçekleştirilen bu vaka çalışması beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın konusu, kapsamı ve yöntemi ele alınmıştır. İkinci bölümde sosyal sorumluluk kavramının tanımı ve yaklaşımları açıklanmıştır. Üçüncü bölümde çalışmanın teorik modelini oluşturmakta kullanılan kültür endüstrisi, yaratıcı endüstri ve hipergerçeklik kavramları dijital oyun kapsamında değerlendirilerek çalışmanın modeli verilmiştir. Dördüncü bölümde uluslar arası alanda ve Türkiye’de dijital oyunların denetimine yönelik değerlendirme yapılmıştır. Beşinci bölümde ise çalışmanın temel

problem cümlelerine yanıt aranan soruların yanıtlarının sistematik olarak değerlendirildiği çalışmanın bulgularına yer verilmiştir.



1.BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın konusunu, amacı ve yöntemini içeren bu bölümde öncelikle çalışmanın özgünlüğü ve temel sorunsalı ele alınmıştır. Sonrasında çalışmanın yöntemi hakkında bilgi verilmiştir.

1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI

Dijital sistemler, temel olarak 1 ve 0'dan oluşan ikili sayı sistemi temelli yapılardır. Bu sayı sistemi genellikle bilgisayar teknolojilerinde ve elektronik sistemin genelinde kullanılmaktadır. Bilgisayar ortamında aktarılan ve gösterilen her şey temelde 1 ve 0 olan ikili sayı sisteminden yola çıkarak aktarılmaktadır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile 1 ve 0 ile ifade edilen algoritmaların kapsadığı şeylerin alanı daha da genişlemektedir. Günümüzde kitap, dergi, fotoğraf gibi nesnelerden, kişilerin duygularına kadar birçok şey bu şekilde aktarılabilmektedir.

Bu kapsamda dijitalleşme temel olarak gerçek dünyada bulunan herhangi bir nesnenin veya herhangi bir kavramın sayısal veriye dönüştürülmesi ve sanal ortama aktarılması olarak tanımlanabilir (Sili Kalem, 2022, s. 96). Bu süreç mobil teknolojilerden, yapay zekaya kadar birçok teknolojik aracının kullanılmasını içermektedir. Dijitalleşme ile iletişimden iş dünyasına, eğitimden eğlenceye birçok alanda değişiklikler yaşanmıştır. Bu doğrultuda etkilenen alanlardan biri de dijital oyunlardır.

Dijital oyun temel olarak mobil cihaz ve bilgisayar gibi teknolojik aletler ile oynanan oyunların hepsinin ifade etmektedir. Dijital oyunların piyasaya sürülmelerinin 1950'lere dayandığı söylenebilir. Dijital oyunların çeşitleri farklılık gösterir ve rol yapma oyunları, strateji oyunları ve aksiyon gibi pek çok oyun çeşidi bulunmaktadır. Dijital oyunlar sadece eğlence aracı olarak değil aynı zamanda eğitim ve çeşitli alanlarda bilgi edinmek için de kullanılır. Örneğin dil öğrenmek için bilgisayar, cep telefonları, tablet gibi birçok teknolojik araca uyumlu olan oyunlar geliştirilmiştir. Dijital oyunlarda yaşanan gelişmeler oyunu oynayan oyuncu olarak sürecin bir ucunda bulunan bireyleri de etkilemektedir. Bireyler dijital oyunları; üzüntülerini, sevinçlerini yani içerisinde bulundukları duyguları da aktarmak için kullandıkları söylenebilir. Özellikle 2000 sonrasında internet teknolojilerinin gelişmesi ve bilgi teknolojilerinin kişisel kullanımı yaygınlaştıkça dijital oyunların bireylerin diğerleriyle iletişim haline geçmek için

kullandıkları bir alana dönüştüğü söylenebilir. Bu anlamda “dijital oyunlar, tüketici olan bireylere bir iletişim ortamı ve deneyim alanı” (Kepenek, 2020, s.197) sağlarlar. Ancak dijital oyunların toplum üzerinde etkileri de mevcuttur. Alandaki çalışmalar ise daha çok dijital oyunların bir sektör ya da bağımlılık alanı olarak alınmasını içermektedir.

Literatürdeki çalışmaların bir kısmı doğrudan dijital oyununa ve bunun bir bağımlılık olup/olmadığına odaklanmıştır. Bu çalışmalardan birinde cinsiyet, dijital oyun, en çok oynanan oyun ve dijital oyun bağımlılığı arasında anlamlı ilişkilerin olduğu saptanan çalışmalar bulunmaktadır (Kılıç, 2021). Yine dijital oyunları bağımlılık olarak ele alan, Bulgaristan ve Türkiye’deki üniversite öğrencilerinin dijital oyunları sosyal aktivitelere tercih etme durumlarını inceleyen ve sonuçta da bunu sosyal aktivitelere tercih ettiklerine ulaşan Tombul, gençlerin dijital oyun bağımlılığı konusunda farkındalıklarının da düşük olduğu saptamıştır (Tombul, 2023). Tombul (2023)’un araştırmasının sonuçlarına benzer olarak diğer çalışmalarda da gençlerin, kendilerini dijital oyun bağımlısı olarak tanımlamadıkları ve bunu eğlenmek ve stres atmak gibi nedenlerle yaptıkları sonucu ortaya konmuştur (Özarıan ve Perdahcı, 2022; Şakar, 2021).

Dijital oyunlar konusundaki literatürün bir başka odak noktası ise dijital oyunların içerisindeki toplumsal cinsiyet rolleridir. Yapılan bir çalışmada dijital oyun içerisinde oyuncuların cinsiyetçi ve homofobik söylemler kullandığı ayrıca erkek oyuncuların kadınlara karşı, erkek oyunculara davrandıklarından daha ılımlı yaklaştıkları ve dijital oyun içerisinde pozitif ayrımcılık yaptıkları sonucuna ulaşılmış (Şakar, 2021). Benzer şekilde dijital oyun ve toplumsal cinsiyet konusuna odaklanan ancak hedef kitlesi kadın dijital oyun geliştiricileri olan bir başka çalışmada ise emeğin toplumsal cinsiyet karşılaştırması yapılmıştır. Çalışmada kadın oyun geliştiricilerin sektörde kendini ifade etmede ve kimliklerini ortaya koymada erkek oyun geliştiricilere göre daha zorlandıkları ve ücret yarışı halinde kadın oyun geliştiricilerin geri planda kaldığı yönünde sonuçlara ulaşılmıştır (Buck, 2017).

Daha geniş bir perspektifle konuya yaklaşan çalışmalardan birinde ise dijital oyuna küresel endüstri kavramıyla yaklaşılmış ve dijital oyun geliştiricilerinin emeklerinin duygusal emek, yaratıcı emek, izleyici emeği, bedava/ücretsiz emek gibi tanımları içerdiği sonucuna ulaşılmıştır (Kan, 2021).

Freeman ve diğerleri (2020) ise gerçekleştirdiği çalışmada bağımsız oyun geliştiricilerin teknoloji ve emek ilişkilerini nasıl yeniden düzenlediklerini ve sömürüyü azaltmaya yönelik stratejiler geliştirip geliştiremediklerini ele almışlardır. Çalışmada ulaşılan sonuçlara göre bağımsız oyun geliştiriciler, ana akım oyun endüstrisine karşı bir tutum benimsemektedirler. Ayrıca emeğini özgür bir şekilde sunan geliştiriciler, bu emeğin profesyonel yeteneklerini geliştirerek karşılanmasını sağlamaktadırlar. Sosyal medya ve çevrimiçi forumlar üzerinden bilgi ve geri bildirim paylaşımı, çevrimdışı buluşma etkinlikleri ile kolektif bir bilinirlik yaratılmaktadır. Bu altyapılar, emek süreçlerini daha demokratik hale getirir. Bağımsız geliştiriciler, özgür yazılımlar, oyun motorları ve çevrimiçi kaynakları kullanarak üretim süreçlerini daha erişilebilir hale getirerek daha fazla bireyin yaratıcılığını ortaya koymasına imkân tanımaktadır (Freeman ve diğerleri, 2020).

Literatürde dijital oyunlara yönelik ulaşılan çalışma alanlarından diğeri ise dijital oyunların denetimlerine yöneliktir. Dijital oyunların denetime yönelik literatürde dijital oyunların sosyal, kültürel, ekonomik ve hukuki boyutlarını detaylı şekilde ele alan çeşitli akademik çalışmaları içermektedir. Mevcut literatür, özellikle dijital oyun bağımlılığı, yaş ve içerik sınıflandırması, veri gizliliği ve çocuk koruma gibi konulara yoğunlaşmaktadır. Dijital oyun sektöründe veri toplama ve işleme uygulamaları GDPR (General Data Protection Regulation) gibi uluslararası düzenlemelerle kontrol altına alınmıştır.

González López (2020), GDPR'nin dijital oyun şirketlerine getirdiği minimum veri toplama zorunluluğunun önemli operasyonel maliyetlere yol açtığını vurgulamaktadır. Benzer şekilde COPPA (Children's Online Privacy Protection Act), çocukların çevrimiçi ortamda veri gizliliğini korumayı hedefleyen önemli bir düzenlemedir (FTC, 2020). Bu yasal çerçevelerin oyun sektöründe yarattığı etkiler, sektörün veri yönetim pratiklerini dönüştürmektedir.

Diğer bir dijital denetim hakkında çalışma konusu ise dijital oyunların PEGI gibi yaş ve içerik bazında sınıflandırılma sistemleridir. Bu sistemler, özellikle çocukların uygunsuz içeriklere maruz kalmasını önlemeyi amaçlayarak ebeveynlere rehberlik etmektedir (Samur ve Horzum, 2022). Ayrıca dijital oyunların denetiminde oyunu oynayanlara karşı genellikle yaş ile bağlantılı olarak sınırlar getirilerek bağımlılıkla başa çıkma gibi

çeşitli denetleme yöntemlerine ve uygulamalarına da değinilmiştir. Örneğin buna benzer çalışmalardan olan Güney Kore’de uygulanan Cindirella Yasası gibi düzenlemeler gençlerin oyun bağımlılığını azaltmak amacıyla getirilen zaman ve yaş kısıtlamalarıyla dikkat çekmektedir (Lee ve Kim, 2017).

Literatürde görüldüğü üzere daha çok dijital oyun geliştiricilerin rolü, cinsiyetçi bakış, sektörel durum, denetim, emek ve ücret politikası gibi konular ele alınmıştır. Dijital oyunlar ve sosyal sorumluluk konusunda yapılmış çalışmalar ise son derece sınırlıdır. Bu çalışmalardan biri Czerska ve Majersksa’ya aitti. Bu çalışmada firmaların sosyal sorumluluk hedeflerinin genellikle kullanıcılardan tepki almamak, ticari zorunluluk olarak dışsal dayatılması ve rekabet ortamında sosyal sorumluluğu verimli kullanarak piyasadaki konumlarını korumak için kullandıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca dijital oyun endüstrisinde sosyal sorumluluk amaçlı oyun topluma yönelik gerçek bir katkı bakış açısından ziyade, kurumsal imajın korunmasının daha öncelikli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Czerska ve Majerska 2023).

Literatürde dijital oyun geliştirme sürecini sosyal sorumluluk ve/veya toplumsal katkı yönü ile ele alan çalışmalar son derece sınırlıdır. Olan çalışmalarda da genellikle dijital oyun endüstrisi alanında faaliyet gösteren firmalara yönelik olduğu ve doğrudan oyun geliştiricilere yönelik araştırmaların eksik olduğu görülmüştür. Bu çalışmada ise bağımsız dijital oyun geliştiricilerin dijital oyunları tasarlarken sadece oyunun olabildiğince fazla kullanıcıya ulaşması ve bundan kâr etmesinin mi yoksa topluma katkı sağlama gibi bir amaçlarının da olup olmadığı ele alınmaktadır. Ayrıca çalışmada dijital oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluk düşünceleri varsa bunun hangi bağlamlarda olduğunun ortaya konularak literatüre katkı sunulması hedeflenmiştir. Çalışmada ayrıca bağımsız dijital oyun geliştiricilerin dijital oyun denetimi konusundaki düşüncelerinin ne olduğunu ortaya koymak amaçlanmaktadır. Böylece yapılan çalışma ile bağımsız dijital oyun geliştiricilerin oyun denetimi ve oyun geliştirmede sosyal sorumlulukları ve toplumsal katkıyı gözetme konusundaki düşüncelerini ortaya koyarak alan literatürüne katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Bir başka ifadeyle bu çalışmada, dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirme süreçleri, bu süreçte temel aldıkları faktörler ve oyun geliştirirken sosyal sorumluluk ve toplumsal katkı konularına ilişkin bir farkındalıkları olup olmadığı, varsa bu kapsamda nelere

dikkate edildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Toplumsal etki alanı yüksek olan medyanın yanı sıra, son on yıldır her yaştan bireye çok rahat ulaşabilen ve etki alanını daha da genişleten dijital oyunların toplumsal katkı boyutunun olması, toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlayacağı gibi, bazı sorunların gelişmesinin önlenmesine de katkı sağlayabilecek bir güce sahiptir. Ancak bu gücün harekete geçmesi, dijital oyun sektörünün bu konuda farkındalık sahibi olması ve sorumluluk alması ile gerçekleşecektir.

Sektörel bir hareketin olması makro bir eylem iken bağımsız oyun geliştiricilerin bu konudaki sosyal sorumlulukları daha mikro bir alandır ve makro yapıların değişim ve dönüşüm potansiyeline ilişkin bilgi verir niteliktedir. Bu kapsamda çalışmada bağımsız oyun geliştiricilerin, dijital oyunların sosyal sorumluluk perspektifinden geliştirilmesi ve bunun sağlayacağı toplumsal katkıya ilişkin ne düşündüklerinin ortaya konması önemlidir. Böylece bu çalışmada bağımsız oyun geliştiricilerin konuya ilişkin farkındalık düzeyi ve düşüncelerinden yola çıkarak, dijital oyun sektöründe sosyal sorumluluk konusu ve toplumsal katkı boyutunun nasıl ele alınabileceği ve ne tür farkındalık politikaları geliştirileceği hakkında öneriler oluşturulmuştur.

1.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma vaka çalışması olarak tasarlanmıştır. Bu bölümde vaka araştırması deseninin nasıl tasarlandığı, katılımcıların belirlenme süreci, veri toplama ve analizi ile araştırmanın problem cümlelerine yer yerilmiştir.

1.2.1. Vaka Araştırması

Vaka çalışması, belirli bir olgu, olay ya da durumun derinlemesine incelenmesini amaçlayan araştırma tasarımıdır (Yin, 2014, s. 53). Bu araştırma tasarımı karmaşık sosyal fenomenleri anlamak, bireylerin ya da grupların yaşamsal deneyimlerini irdelemek ve belirli bir bağlamda bir problemin çözümünü araştırmak için kullanılır. Vaka çalışması genellikle nasıl ve neden sorularına odaklanarak karmaşık toplumsal dinamikleri açıklamak üzere kullanılabilir. Vaka çalışmaları, araştırmacının bağlam duyarlılığı ile çeşitli veri toplama tekniklerini bir araya getirebilmesini sağlar. Merriam, vaka çalışmalarını bireylerin ya da grupların deneyimlerini, algılarını ve davranışlarını yani sınırlı bir bilgi içeren olguları detaylı bir şekilde ortaya koymaya olarak ele alır (Merriam, 2009, s.40). Ayrıca vaka çalışmaları; görüşme, gözlem, belgelerin analizi ve

katılımcı gözlemi gibi çeşitli veri toplama tekniklerini içererek; olayları, kişileri ya da durumları kendi özgün bağlamında ele alır ve birden fazla veri kaynağı kullanılarak daha güvenilir ve kapsamlı bir analiz sunar (Creswell, 2013, s. 97). Bu çoklu veri toplama stratejileri araştırmacının konuyu farklı açılardan değerlendirmesi önemlidir.

Vaka çalışmasının sosyal bilimlerdeki farklı ele alışlarla birlikte içeriği çeşitlenmiştir. 1980'lerden itibaren, eleştirel ve postmodern yaklaşımların etkisiyle vaka çalışmaları daha esnek bir hale gelmiş ve bireylerin öznelliklerini ön plana çıkaran analizlere odaklanmaya başlamıştır. Bu yeni perspektif, vaka çalışmalarını sadece bir veri toplama aracı olmaktan çıkararak, toplumsal gerçekliklerin çok boyutlu ve çelişkili yapısını açığa çıkarma potansiyeli gösterdiği söylenebilir. Artık vaka çalışmaları, bulguları genelleştirmek yerine giderek daha fazla özel olanı anlamaya odaklanmıştır (Stake, 2005, s.8). Araştırmacılar, evrensel sonuçların aksine bağlam ve özelliğe vurgu yaparak benzersiz vakalardan elde edilen içgörülere değer vermeye başlamıştır. Andrew Bennett, vaka çalışmalarında vurguladığı süreç izleme yöntemi ile belirli bir olayın ardındaki nedensel süreçleri ayrıntılı şekilde açıklamak için nasıl kullanılabileceğini tartışmıştır. Bennett'a göre süreç izleme hem tümevarım hem de tümdengelim unsurlarını barındırır ve bu da vaka çalışmalarına teorik derinlik kazandırır (Bennett, 2008, s.704). Günümüzde ise vaka çalışmaları hem nitel hem de nicel veri toplama yöntemlerini bir arada kullanarak daha kapsamlı analizlere olanak tanıyabilmektedir.

Vaka çalışması türleri bakımından ele alındığındaysa bir grupta mı çalışıyor ya da birden fazla grupta mı çalışıyor olması çalışmanın boyutuna göre farklılık gösterebilmektedir (Creswell, 2013, s.100). Örneğin Yin'in vaka çalışması tasarımlarını tekli ve çoklu vaka çalışmaları olarak iki ana grupta ele alır. Tekli vaka çalışmaları, yalnızca bir durum ya da olgunun derinlemesine incelenmesine odaklandığı için sıra dışı, nadir ya da kritik bir örneğin analiz edilmesi için tercih edilir (Yin, 2003, s. 39). Ona göre tekli vaka çalışmaları, benzersiz veya uç durumların açıklayıcı veya uzunlamasına fenomenlere ilişkin içgörüler sağlayan vakaları incelemek için daha kullanışlı ve etkilidir (Yin, 2003, s.47). Çoklu vaka çalışmaları ise birden fazla durumun karşılaştırmalı olarak analiz edilmesini içerir ve genellemeler yapabilmek için çeşitli bağlamlarda tekrar eden desenlerin incelenmesini sağlar (Yin, 2003, s. 53). Ayrıca yerleştirilmiş ve bütüncül vaka çalışmaları gibi alt tasarımlar, bir durumun içindeki alt

birimlere ya da daha geniş bir bağlama odaklanmayı mümkün kılar. Çoklu vaka çalışmalarında temel güvenilirliğini destekleyebilmek için çoğaltma yöntemi kullanılır. Bunlar benzer sonuçlar üretmesi muhtemel vakaların seçilmesiyle gözlemler arasında tutarlılığın güçlendirilmesi kapsayan gerçek anlamda çoğaltma ve farklı sonuçlar vermesi beklenen vakaların seçilerek değişkenliğin açıklığa kavuşturulmasını ve teorik açıklamaların genişletilmesini sağlayan teorik çoğaltmadır (Yin, 2003, s. 54).

Vaka çalışmaları araştırmacıya derinlemesine bilgi sunarak karmaşık toplumsal olguların anlaşılmasına katkı sağlama açısından avantaj sağlarken bulgularının genellenebilir olmaması, sübjektiflik ve zaman ile kaynak gereksinimi gibi sınırlılıkları da bulunur (Yin, 2014, s. 28). Özellikle araştırmacının kişisel önyargılarının veri analizi sürecini etkileyebileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Creswell, 2013, s. 112).

Dijital oyunların yapım aşamasının merkezinde görev alan oyun geliştiricilerden Türkiye'deki bağımsız oyun geliştiricilerin dijital oyunları geliştirirken sadece kâr odaklı mı harekete geçtikleri yoksa dijital oyunları geliştirirken sosyal sorumluluklar ve toplumsal katkı yönlerini de dikkate alıp almadıklarının araştırıldığı bu çalışmada tek vaka çalışması benimsenmiştir. Benimsenen vaka çalışması dahilinde genelleme yapmadan incelenen vakanın özgün bağlamı ele alınarak derinlemesine anlaşılması ve ifade edilmesi amacı ile bu çalışmada nitel yöntem ekseninde vaka çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda çalışmada öncelikle ele alınan vakayla ilgili literatür araştırması yapılmış ve benzer çalışmalardan yararlanılarak, senteze dayanan bir model oluşturulmuştur. Bu ekseninde teori temelli vaka çalışması yürütülen çalışmada, alandan gelen veriler bu modele göre değerlendirilmiş, araştırma sonucunda ise alandan gelen verilerle gerekli görülen yerlerde çalışma modelinde revizyon yapılarak, çalışmanın modeline son hali verilmiştir. Böylece hem alandaki bilgi birikiminden faydalanılmış hem de alana çalışma özelinde elde edilen veriler ile katkı sağlanmıştır.

1.2.2. Katılımcıların Belirlenme Süreci ve Özellikleri

Dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirme süreçlerinde sosyal sorumluluğa ilişkin düşüncelerinin ele alındığı bu çalışmada araştırmacının kapsamını bağımsız oyun geliştiriciler oluşturmaktadır. Bu kapsamda, bağımsız oyun geliştiricilerden, herhangi bir eğitim kurumuna bağlı olmayan oyun geliştiriciler ile Oyun ve Uygulama Akademisi programına katılan geliştiriciler araştırmacının evreni olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada

bağımsız oyun geliştiricileri, büyük oyun şirketleri veya yayıncılarla bağlantısı olmayan ancak bireysel olarak veya arkadaşları, kardeşleri gibi kişilerle ekip kurarak kendi imkanlarıyla ve bilgileriyle oyun yapan ve yayınlayan kişiler olarak ele alınmıştır.

Çalışmanın katılımcılarını belirlenme sürecinde ise vaka çalışmalarında tercih edilen teorik örnekleme tekniği kullanılmıştır. Teorik örnekleme, araştırmanın amacı ve teorisine uygun kriterler doğrultusunda çalışma katılımcılarının oluşturulmasını sağlamaktadır (Silverman, 2018). Bu kapsamda çalışmanın modeli ekseninde bağımsız oyun geliştiricilerin herhangi bir kuruma bağlı eğitim alıp almamalarının, bağımsız oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluk düşüncesinde bir farklılaşmaya neden olabileceği düşüncesi ile birlikte ele alınmasına karar verilmiştir. Böylece arkadaşları ya da akrabaları ile birlikte çalışan bağımsız oyun geliştiriciler ile bir kurumda eğitim alan bağımsız oyun geliştiricilerin birlikte ele alınmasına karar verilmiştir.

Herhangi bir yere bağlı olmayan ve bir eğitim kurumuna da devam etmeyen dijital oyun geliştiriciler çalışmada “bağımsız oyun geliştirici/indie” olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda kartopu örnekleme ile toplam 10 Indie dijital oyun geliştiriciye ulaşılmıştır. Bir akademide eğitim alan dijital oyun geliştiriciler için ise Türkiye’nin en büyük akademik organizasyonlarından biri olan Google Türkiye, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi’nin desteği ve Girişimcilik Vakfı ile T3 Girişim Merkezi’nin iş birliği ile gerçekleştirilen Oyun ve Uygulama Akademisi programına katılan geliştiricilere ulaşılması amaçlanmıştır. Oyun ve Uygulama Akademisi programına katılan geliştiriciler, akademi eğitimlerini tamamlamış ve bireysel olarak ya da bir ekip dahilinde bağımsız dijital oyun geliştirici olarak yollarına devam etmektedirler. Bu çalışma kapsamında Oyun ve Uygulama Akademisi programına katılmış oyun geliştiricilere ulaşılması belirlenmiş ve kartopu örnekleme ile 10 dijital oyun geliştiriciye ulaşılmıştır. Bu çalışma özelinde katılımcılar ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler tekrara düştüğünde ise veri toplama sürecine son verilmiştir. Böylece çalışmada 20 katılımcıdan veri toplanmıştır. Çalışmada görüşme yapılan katılımcılarının özellikleri aşağıdaki Tablo 1 ve Tablo 2’de verilmiştir.

*Tablo 1: Daha Önce Akademi Eğitimi Almamış Bağımsız
Dijital Oyun Geliştiricisi Olan/İndie Katılımcılarının Özellikleri*

Kod	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaş	Eğitim Durumu	Okuduğu Bölüm	Okuduğu Üniversite	Meslek	Ekip/Bireysel Çalışma Durumu
11	Erkek	Bekar	34	Üniversite/Lisans Mezunu	Bilgisayar Mühendisliği	Çankaya Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
12	Erkek	Bekar	23	Üniversite/Lisans Mezunu	Grafik Tasarımı	Tokat Gazi Osman Paşa Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
13	Kadın	Evli	37	Üniversite/Lisans Mezunu	Gıda Mühendisliği/ Çeviri Bilimi	Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Boğaziçi	Oyun Geliştirici	Bireysel
14	Erkek	Bekar	22	Üniversite Öğrencisi	Endüstriyel Tasarım	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Öğrenci	Ekip
15	Erkek	Bekar	23	Üniversite/Lisans Mezunu	Bilgisayar Mühendisliği	Ted Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
16	Erkek	Bekar	31	Üniversite Öğrencisi	Fizik	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Oyun Tasarımcısı	Ekip
17	Erkek	Bekar	23	Üniversite/Lisans Mezunu	Bilgisayar Mühendisliği	Ankara Üniversitesi	Bilgisayar Mühendisliği	Bireysel
18	Erkek	Bekar	24	Üniversite/Lisans Mezunu	Bilgisayar Mühendisliği	Ted Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
19	Erkek	Bekar	25	Üniversite/Lisans Mezunu	Bilgisayar Mühendisliği	İstanbul Arel Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
110	Erkek	Bekar	21	Üniversite Öğrencisi	Fizik Mühendisliği	Hacettepe Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Bireysel

*Tablo 2: Akademi Eğitimi Almış Olan Bağımsız
Dijital Oyun Geliştirici Katılımcılarının Özellikleri*

Kod	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaş	Eğitim Durumu	Okuduğu Bölüm	Okuduğu Üniversite	Meslek	Ekip/Bireysel Çalışma Durumu
A1	Kadın	Bekar	28	Üniversite Öğrencisi	Çevre Mühendisliği	Hacettepe Üniversitesi	Öğrenci	Ekip
A2	Erkek	Bekar	22	Üniversite Öğrencisi	Bilgisayar Mühendisliği	Çankırı Karatekin Üniversitesi	Oyun Yazılımcısı	Ekip
A3	Kadın	Bekar	23	Üniversite/Lisans Mezun	Çocuk Gelişim	Ankara Üniversitesi	Çocuk Gelişimci	Bireysel
A4	Kadın	Bekar	21	Üniversite Öğrencisi	Çizgi Film Animasyon	Başkent Üniversitesi	Animasyoncu	Ekip
A5	Erkek	Bekar	27	Üniversite/Lisans Mezun	Elektrik Elektronik Mühendisliği	Ankara Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
A6	Erkek	Bekar	31	Üniversite/Lisans Mezun	Bilgisayar Mühendisliği	Çankaya Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
A7	Erkek	Bekar	21	Üniversite/Önlisans Mezun	Bilgisayar Programcılığı	Ankara Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Bireysel
A8	Erkek	Bekar	32	Üniversite Öğrencisi	Metaller ve Malzeme Mühendisliği	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
A9	Erkek	Bekar	25	Üniversite/Lisans Mezun	Uluslararası Ticaret	Gazi Üniversitesi	Oyun Geliştirici	Ekip
A10	Erkek	Bekar	22	Üniversite/Lisans Mezun	Dijital oyun tasarımı	İstanbul Aydın Üniversitesi	Oyun geliştirici	Ekip

Çalışma kapsamında cinsiyet eşitliği açısından kadın ve erkek katılımcıların sayısının yakın olmasına çalışılmasına rağmen, sektörde yer alan kadın sayısının az olması durumu çalışma kapsamında örnekleme de yansımıştır. Görüşme yapılan bağımsız oyun geliştiricilerden kadın oyun geliştiricilere ulaşılması konusunda destek istenmiş ancak onlar da sektörde kadın sayısı az olması nedeni ile bu konuda çok yardımcı olamayacaklarını belirtmişlerdir. Ancak alansal özelliklerden dolayı kadın katılımcıya ulaşma sorunu yine de çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında görüşme yapılan katılımcılara kod isimler verilmiştir. Katılımcı tablolarında da görüleceği üzere, bağımsız oyun geliştiricilere üzerine yapılan bu çalışmada bağımsız oyun geliştiriciler de iki grupta ele alınmıştır. Herhangi bir kuruma bağlı olmaksızın oyun geliştiren bağımsız oyun geliştiriciler sektörde Indie olarak adlandırılmasına rağmen bu çalışmada bağımsız oyun geliştiriciler kendi içinde iki grupta ele alındığı için Indie kavramı, herhangi bir kurumla bağı olmadığı gibi herhangi bir akademi ile de bağı olmayan bağımsız oyun geliştiricileri ifade etmek için

kullanılmıştır. Bir kuruma bağlı olmadan çalışan ve oyun akademisinde eğitim almış bağımsız oyun geliştiriciler ise çalışmada Uygulama ve Oyun Akademisinden bağımsız oyun geliştirici olarak isimlendirilmiştir. Buna göre de bağımsız oyun geliştiriciler I1, I2 şeklinde kod isim verilirken, akademide eğitim alan bağımsız oyun geliştiricilere A1, A2 şeklinde kod isim verilmiştir.

1.2.3. Veri Toplama ve Analiz Süreci

Bu araştırmada veri toplama tekniği olarak yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme formundaki sorular temel araştırma problem cümlelerine cevap verecek soruları içeren bir görüşme formu hazırlanmıştır. Bağımsız oyun geliştirici görüşme formu; demografik sorular, oyun geliştirici olma süreçleri, dijital oyun tanımlamaları, oyun geliştiricilerin toplumsal katkı durumuna yönelik düşünceleri, sosyal sorumluluğa yönelik farkındalıkları, bilinçlendir ve farkındalık kazandırmaya yönelik fikirlerine ilişkin sorulardan oluşmaktadır. Çalışma kapsamında sahaya çıkmadan önce Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonundan etik kurul izni alınmıştır. Etik kurul izni Ekler kısmında sunulmuştur.

Görüşme yapılacak kişilere, anahtar kişiler aracılığı ile ulaşılmıştır. Katılımcılarla çevrimiçi yapılan ilk görüşmede araştırma hakkında bilgi verilip, çalışmaya katılma konusunda gönüllü olanlara iletişim bilgileri (isim, telefon ve e-mail) alınarak kendileri ile görüşme yapılabilmesi için uygun gün ve saatler için randevu alınmıştır. Görüşmeyi kabul eden katılımcılara gönüllü katılım formu gönderilmiş ve görüşmeye başlamadan önce ise kendilerine okunup uygun görüyorsa formu imzalayarak mail aracılığı ile araştırmacıya ulaştırması istenmiştir. Katılımcılarla görüşmeler Discord ve Teams üzerinden çevrimiçi görüşmeler şeklinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme kayıtları yarım saat ile 50 dakika arasındadır.

Görüşmeler ilişkin alınan ses kayıtlarının Microsoft Word üzerinden dikte metoduyla transkripti yapılarak, veri analizi için kod isimlerle belge oluşturulmuştur ve MAXQDA 24 Nitel Veri Analizi Programına yüklenerek tema analizi programda yapılmıştır.

Vaka çalışmalarında elde edilen nitel veriler, çalışmada geliştirilen teorik model temel alınarak kodlanır ve ana temalar oluşturulur (Yin, 2003). Bu süreç, araştırmanın kuramsal çerçevesi doğrultusunda temel temaların belirlenmesini içerir. Bu kapsamda veri analiz sürecinde çalışmada oluşturulan teorik model ve araştırma soruları temel

alınarak tematik analiz yapılmıştır. Bu doğrultuda metinlerdeki kodlamalarla şu temalar oluşturulmuştur: oyun geliştiricilerin oyun geliştirici olma süreci, oyun geliştiricilerinin oyun geliştirici olma amaçları, oyun geliştiricilere göre dijital oyun kavramının tanımı, oyun geliştiricilere göre oyun geliştirici kavramının tanımı, oyun geliştiricilere göre bağımsız oyun geliştirici kavramının tanımı, oyun geliştiricilere göre bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları ve dezavantajlarının değerlendirilmesi, oyun geliştirici oyun geliştirme sürecini kiminle gerçekleştiriyor, oyun geliştiricilerin dijital oyunların geleceğini değerlendirmesi, oyun geliştiricilerin bağımsız oyun geliştiricilerin gelecekte sektördeki yerini değerlendirmesi, oyun geliştirme sürecinde oyun geliştiricilerin temel amaçları, oyun geliştiricilerin dijital oyunları başarılı olarak değerlendirme kriterleri/göstergesi, oyun geliştiricilerinin oyun geliştirirken etik kuralların olup olmadığına dair görüşleri, oyun geliştirme sürecinde oyun geliştiricilere yönelik denetimin olup olmaması, oyun geliştirmede sosyal sorumluluk hissedip hissetmeme, oyun geliştirmede oyun geliştiricilerin toplumsal katkı yönünün dikkate alıp almaması, oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde farkındalık ve bilinçlendirmeni kullanıp kullanılmaması ve oyun geliştiricilerin oyun geliştirmede toplumsal katkı yönünün gelecekteki yerini değerlendirmesi.

Çalışma modeline uygun olmayan veriler için ise Corbin ve Strauss (2008) tarafından önerilen açık kodlama (open coding), eksenel kodlama (axial coding) ve seçici kodlama (selective coding) adım adım uygulanmıştır. Böylece, alt temaların sistematik bir şekilde yapılandırılmasını sağlamıştır. Analiz sırasında oluşturulan tema ve alt temaları hem araştırmacı hem de yargıcı olarak danışmanı tarafından tekrar denetlenmiş ve oluşabilecek anlam kaymaları ya da yanlış kodlamaların önüne geçilerek, çalışmanın geçerlik ve güvenirliğinin artırılması sağlanmıştır.

1.2.4. Araştırmanın Problem Cümleleri

Bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme süreci ve bunda sosyal sorumluluk düşüncesinin yerini ele alan bu çalışmanın problem cümleleri şu şekildedir:

1. Dijital oyun geliştiricilerde oyun geliştirme merakı ve onu oyun geliştirici olmaya götüren süreç nedir? Bu nasıl gerçekleşmiştir?
2. Dijital oyun geliştirici olmalarındaki temel amaç nedir?
3. Dijital oyun geliştiricileri için dijital oyun ne anlam ifade ediyor?

4. Dijital oyun geliştirme süreci oyun geliştiricileri için ne ifade ediyor?
5. Dijital oyun geliştirmede sosyal sorumluluk alanları var mıdır, olmalı mıdır?
6. Dijital oyun geliştirme toplumsal katkı boyutu olan bir alan mıdır?
7. Dijital oyun geliştiriciler dijital oyunlarla toplumda var olan sorunların çözümüne katkı sunulması konusunda ne düşünmektedirler?
8. Dijital oyun geliştirme sürecinde oyun geliştiricilere yönelik denetim var mıdır? Varsa bunlar nelerdir? Denetim olmalı mı/olmamalı mı? Nasıl olmalı?
9. Dijital oyun geliştiricileri dijital oyunun geleceğini nasıl görmektedirler?



2. BÖLÜM

SOSYAL SORUMLULUK

Çalışmanın ikinci bölümünde sosyal sorumluluk kavramının ne olduğuna yönelik tanımlara bakılarak klasik sosyal sorumluluk ve modern sosyal sorumluk yaklaşımları açıklanmıştır. Sonrasında sosyal sorumluk kavramını çalışma konusu edinen Friedman, Carrol, Davis ve Kotler ve Lee'nin görüşleri değerlendirilmiştir.

2.1. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Sosyal Sorumluluk, toplumsal, çevresel ve ekonomik hususların bir şirketin operasyonel ve ilişkisel çerçevelerine etik ve stratejik olarak entegre edilmesini temsil eder. Bu çok boyutlu kavram firmaların yalnızca yasalara uygun iş yapması ve kâr elde etmenin ötesine geçerek toplumsal alanda sorumluluk edinmesine yönelik bütünsel bir sorumluluğu benimsemeyi ifade etmektedir. Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi sosyal sorumluluğu “iş dünyasının, işgücünün ve ailelerinin yanı sıra toplumun ve genel olarak toplumun yaşam kalitesini iyileştirirken ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaya yönelik sürekli taahhüdü” olarak tanımlamaktadır (Carroll ve Shabana, 2010, s. 85). Sosyal sorumluluk temel olarak ekonomik büyümeyi teşvik ederken sosyal eşitliği ve çevresel sürdürülebilirliği artırmak için iş stratejilerini sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu hale getirmeyi amaçlamaktadır. Firmaların odak noktaları önceki zamanlarda genellikle finansal başarı üzerine kuruluydu. Fakat günümüzde bu odak noktası değişmeye başlarken firmalar özellikle çevre ve toplumun daha iyi bir hale gelmesine yönelik öncelikler belirlemeye başlamıştır (Alptekin, 2021, s.26).

Sosyal Sorumluluğa yönelik klasik yaklaşım, firmaların temel görevinin kâr elde etmek olduğu ve diğer toplumsal konularla doğrudan ilgilenmelerinin beklenmediği bir düşünceyi barındırmaktadır. Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımı ekonomi teorisinin ilkelerine derinlemesine dayanmakta ve nihai kurumsal hedef olarak firmaların paydaşlarına önceliğini vurgulamaktadır. Bu yaklaşımda fikirleri öne çıkan isim Friedman olmuştur. Milton Friedman'a göre işletmelerin tek sorumluluğu kârlarını artırmaktır (Friedman, 1970, s.6). Bu görüşe göre işletmeler toplumsal yükümlülüklerini yasalar ve etik iş davranışı sınırları içinde kazançlarını maksimize ederek yerine getirirler. Yani burada firmaların elde ettiği kârını toplumsal alanın herhangi bir yerinde

harcanmaması gerektiğini savunduğu söylenebilir. Firmaların en önemli amaçlarının kârı en üst seviyeye taşımak olduğu ve bu kârın sürekli hale getirilmesi olduğu söylenebilir.

Kurumsal kaynakların sosyal veya çevresel amaçlara yönlendirilmesi kârlılığın kapsayıcı hedefine zarar verebilecek potansiyel bir verimsizlik olarak kabul edilir. Bu yaklaşım ile firmaların ekonomik rollerine odaklanmalarını sağlar. Firmalar üretim faaliyetleri yerine sosyal sorumluluk alanına yoğunlaşırsa firmanın elde ettiği kâr düşecek ve bunun fiyat artımı gibi olumsuz yansıması ise tüketicinin kendisine olacaktır (Aktan, 2007, s.76).

Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımının özellikle sanayi devrimi sonrası kârını arttırmaya yönelik politikalar izleyen büyük firmalar kullanmaktaydı. Genellikle firmaların hedefleri doğrultusunda firma sınırları içerisindeki sorumluluklara yoğunlaşırken toplumsal konular görmezden gelinirdi. Klasik sosyal sorumluluk yaklaşıma göre elde edilen gelirleri başka alanda harcanmazsa firmanın gün geçtikçe kârının artmasını sağlayacağı ve bu doğrultuda firmalar hem yeni ihtiyaçların üretilmesi hem de ekonomik olarak ilerlemenin sağlanacağı ve böylece firmaların üzerine düşen sorumluluğu gerçekleştireceğini düşünmektedirler (Çımat ve Erdal, 2021, s.24). Kısa vadeli finansal kazançlara öncelik veren klasik model, uzun vadeli sürdürülebilirliği ve bütüncül kurumsal performansın ayrılmaz parçası olan sosyal ve çevresel boyutları genellikle ihmal etmektedir. Bu tür sınırlamalar iklim değişikliği, küresel eşitsizlik ve sürdürülebilir kaynak yönetimine duyulan ihtiyaç ile karakterize edilen modern bir bağlamda önemli zorluklar teşkil etmektedir.

Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımının aksine modern sosyal sorumluluk yaklaşımı, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, topluluklar ve çevre olmak üzere tüm paydaşları kapsayan geniş kapsamlı bir kurumsal sorumluluk görüşünü savunmaktadır. Bu bakış açısı, Modern anlamda sosyal sorumluluk kavramının temelini 1950’li yıllara dayandığı söylenebilir. Bowen, firmaların topluma yönelik bir katkı sağlarken ne gibi etkilerinin olduğu gibi alanları araştırdığı *Social Responsibilities of the Businessman* kitabı modern sosyal sorumluluğun başlangıç kaynağı olarak sayılabilir (Beal, 2014, s.1).

Diğer yandan Freeman'nın işletmelerin uzun vadeli başarı ve sürdürülebilirlik sağlamak için ilgili tüm paydaşların çıkar ve ihtiyaçlarına hitap etmesi gerektiğini öne süren paydaş teorisi de modern yaklaşım için önemli bir kaynaktır (Freeman, 1984, s. 43). Bu çerçevede klasik sosyal sorumluluk artık yardımcı bir unsur olarak değil stratejik karar alma ve değer yaratma süreçlerinin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Modern sosyal sorumluluk yaklaşımında klasik yaklaşımdan farklı olarak firmalardan sadece kâr odaklı olmaktan daha fazlasını yapmaları ve sorumlu hareket etmeleri gerekmektedir (Çoşkun, 2022, s.14).

Modern klasik sosyal sorumluluk yaklaşımının birçok faaliyet alanı ve buna bağlı stratejileri vardır. Bunlardan ilki olan çevresel sürdürülebilirlik faaliyetlerinde şirketler yenilenebilir enerjiyi benimsemek, atıkları en aza indirmek ve döngüsel ekonomi ilkelerini uygulamak gibi eylemlerle karbon ayak izlerini azaltmayı taahhüt etmektedir. Bu girişimler yalnızca çevreyi korumakla kalmaz, aynı zamanda operasyonel riskleri azaltır ve inovasyonu teşvik eder. Diğer bir faaliyet alanı etik çalışma ortamı sağlamak için adil ücretlerin, güvenli çalışma koşullarının ve insan haklarına saygının gözetildiği çalışma ortamları başlıca alanlardır. Çeşitliliği, eşitliği ve kapsayıcılığı bir görev haline getiren şirketler genellikle daha dinamik ve yenilikçi işyeri kültürlerini teşvik etmektedir (Harrison ve diğerleri, 2020, s.45). Diğer bir faaliyet alanı ise toplumsal katılımdır. Bu alanda firmalar yerel topluluklarda eğitim, sağlık hizmetleri ve altyapı gelişimini destekleyerek toplumsal zorlukların ele alınmasında önemli bir rol oynar (Bowen ve diğerleri, 2010, s.305). Bu faaliyetler tüketiciye karşı kurumsal itibarı artırırken toplumsal alana katkı sağlamaktadır. Faaliyet alanlarından bir diğeri şeffaflık ve hesap verilebilir eylemlerde bulunmaktır. Firmaların hesap verebilirlik, şeffaflık ve paydaş güvenini teşvik eden görüşleri benimsenmesi modern sosyal sorumluluk açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu tür görüşler firmaların yolsuzluk risklerini azaltır ve tüketicilere karşı kurumsal itibarı güçlendirir.

Bu bilgiler ışığında iki yaklaşım değerlendirilecek olursa; klasik yaklaşım finansal sonuçlara net bir vurgu yaparken modern zamanın sürdürülebilir iş uygulamaları için çok önemli olan daha geniş sosyal ve çevresel alanın karşılıklı bağımlılıkları dışlamaktadır. Bu nedenle firmaların toplumsal ve çevresel etkilerinden giderek daha fazla sorumlu tutulduğu bir zamanda sorunları da beraberinde getirir.

Klasik yaklaşımın kâr maksimizasyonuna odaklanması tüketiciye karşı yaşanabilecek itibar risklerine, yasal sınırların zorluklarına, ilerlemenin durması ve uzun vadeli büyüme fırsatlarının kaçırılmasına yol açabilir. Buna karşın modern yaklaşım ekonomik, toplumsal ve çevresel boyutları entegre eden kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Bu kapsamda klasik sosyal sorumluluk yaklaşımında kâr odaklı bir bakış öncelik taşıırken modern sosyal sorumluluk yaklaşımında firmalardan daha geniş bir toplumsal sorumluluk taşımalarını ve paydaşlarına karşı bir sorumluluk taşımaları beklenir. Günümüzde iş hayatında yaşanan gelişmelerle birlikte firmaların amaçları sadece kar elde etmekle kısıtlı olmayıp toplumsal sorunlara yönelik olarak sorumluluk alması kaçınılmaz hale gelmiştir. Firmaların toplumsal sorunlara yönelik olarak gerçekleştirdikleri faaliyet çeşitleri veya önem verme düzeyleri farklılık gösterebilir. Fakat çevresel, toplumsal, çalışanlarına karşı, müşteriye karşı sorumluluk gibi çeşitli alanlarda sosyal sorumluluk kapsamlı faaliyetleri olduğu söylenebilir. Firmaların çevresel sorumluluğunun çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaları ve çevresel sürdürülebilirlik ilkelerine uygun faaliyet gerçekleştirmeleri olduğu söylenebilir. Örneğin bu faaliyetleri gerçekleştirirken atıktan kaçınma, doğal kaynakların zarar görmemesi gibi çeşitli faaliyetleri içerdiği söylenebilir. Toplumsal sorumluluk olarak firmaların toplumun refahına katkıda bulunma, toplumsal sorunlara yönelik bilinçlendirme faaliyetleri gerçekleştirme veya toplumsal sorunların çözümünde aktif rol alma gibi durumları ifade ettiği söylenebilir. Çalışanlara yönelik sorumluluk kapsamında firmaların yasal bir çerçevede çalışanlarının haklarını gasp etmemek, adaletli bir dağıtım ve iş yükü verme gibi durumları içerdiği söylenebilir. Bu doğrultuda çalışanlar ekonomik olarak tatmin edilse bile boş zamanlarının olması, psikolojik anlamda kendilerini iyi hissetmeleri gibi diğer ihtiyaçları da vardır. Çalışanların uyum içerisinde ve verimli çalışabilmesi için çalışanlara güvenli hissedecekleri ve mutlu olabilecekleri bir ortam hazırlamak firmaların en önemli sorumluluk görevlerinden biridir (Arca, 2021, s.29).

Müşteriye karşı sorumluluk olarak firmaların iş hayatındaki ilkelerini dürüstlük ve şeffaflık içerisinde davranması ve ürünlerini üretirken bu değerleri önceliklendirmesi olduğu söylenebilir. Firmalar ürettikleri ürünleri kaliteli içeriklerle üretmek, müşterilerini gerçekçi ve doğru bir şekilde bilgilendirmek gibi doğrudan müşteriye karşı sorumludur (Arca, 2021, s.30). Sonuç olarak sosyal sorumluluk, firmaların sadece kâr

amaçlı bir eksen üzerinden hareket etmeyip toplumsal alanda birçok konuda farklı düzeylerde de olsa etkin bir rol almalarını sağladığı söylenebilir. Bu sebeple sosyal sorumluluğun günümüzde firmaların önemli ve vazgeçilmez bir parçası haline geldiği söylenebilir.

2.2. SOSYAL SORUMLULUK MODELLERİ

2.2.1. Friedman'ın Sosyal Sorumluluk Modeli

Milton Friedman, şirketlerin öncelikli olarak hissedarlarına karşı sorumlulukları bulunduğunu ve bir şirket yöneticisinin ana görevinin şirketin sahiplerinin çıkarlarını maksimize etmek olduğunu ileri sürer. Friedman'a göre şirket yöneticileri şirket sahipleri tarafından istihdam edilmiş ajanlar olup çalışma pratiklerini toplumsal amaçlar için değiştirerek kâr hedefini göz ardı etmeleri şirketin asıl amacından sapma anlamına gelir (Friedman, 1970, s. 174). Şirketler pazar odaklı bir yaklaşımla ekonomik sınırları içinde kalmasının toplumsal alana daha çok faydasının vardır. Yani Friedman'ın modeline göre firmaların toplumsal sorumluluklarına odaklanmak ve kaynak ayırmak yerine kâr odaklı faaliyetlerine eğilmeleri gerektiği söylenebilir. Friedman, şirket yöneticilerinin sosyal sorumluluk adına kararlar alırken gerekli uzmanlığa sahip olmadıklarına ve bu tür kararların çoğu zaman hissedarlara, müşterilere veya çalışanlara zarar verebileceğine dikkat çeker. Friedman, sosyal sorumluluğun özel bir birey olarak yöneticilerin kendi maddi ve manevi kaynaklarını kullanarak yerine getirebilecekleri bir düzlemde gerçekleştirilmesi gerektiğini savunur ancak bu düzlem şirketin çıkarlarıyla çatışmamalıdır (Friedman, 1970, s. 176). Sonuç olarak Friedman'a göre şirketlerin en önemli ve tek sorumluluğu pazar içinde açık rekabet şartları ve hukuki kurallar dahilinde kârı maksimize etmektir.

2.2.2. Carroll'un Sosyal Sorumluluk Modeli

Carroll'un modeli sosyal sorumluluk kavramını değerlendirmek için temel bir yaklaşımdır. Bu model ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik olarak dört temel sorumluluk kategorisini ortaya koyan piramit yapısıyla öne çıkar. Bu kategoriler şirketlerin topluma olan yükümlülüklerinin katmanlı doğasını temsil eder. Piramit modelinin en alt katmanında ekonomik sorumluluk yer alır ve şirketlerin kâr etme beklentisini ifade eder. Bu toplumun mal ve hizmet ihtiyacını karşılama gereksinimini ve şirket faaliyetlerinin sürdürülebilirliği için kârın rolünü kabul eder. Yasal

sorumluluklar bir sonraki katmanda yer alır ve yasalara ve düzenlemelere uymanın önemini vurgular. Yasal sorumlulukların üstünde yer alan etik sorumluluklar ise uyumun ötesine geçerek ahlaken doğru olanı yapmaya odaklanır. Piramidin tepesinde ise hayırseverlik sorumlulukları bulunur ve bu toplumu destekleyici hayır işleri ve toplumun yaşam kalitesini yükselten faaliyetleri temsil eder (Carroll, 1991, s. 42).



Şekil 1: Carroll'ın Sosyal Sorumluluk Piramidi (Carroll, 1991, s. 42)

Firmaların en temel sorumluluğu kar elde etmektir. Kar elde ederek firmaların büyümesi ve sürdürülebilir olması sağlanır. Bu açıdan bakıldığında Carroll'a göre ekonomik sorumluluk, firmaların sürdürülebilir bir ekonomik kârı sağlayarak tüketicilerin talep ettikleri ihtiyaçları karşılanmasındaki sorumluluğudur (Carroll, 1991, s.41). Firmaların yasal gerekliliklere uygun olarak ihtiyaç gidermedeki görevlerini yerine getirmesi yasal sorumluluk kapsamındadır (Carroll, 1991, s.41). Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirirken yasalara uygun davranması firmaların toplumda olumlu bakış açısı kazanmasını sağladığı söylenebilir. Diğer yandan yasal düzenlemeler önemli olduğu gibi firmalar faaliyetlerini gerçekleştirirken etik değerleri de göz önünde bulundurmalıdır. Etik sorumluluk temel olarak firmaların toplumsal ahlakın

kendilerinden beklediği gibi davranarak etik kurallar dahilinde firmaların faaliyetlerini gerçekleştirmesidir (Carroll, 1991, s.41). Toplumun etik kurallarına uymamak firmaların imajlarını tüketicilere karşı zedelediği gibi hukuki alanda da sorunlarla karşılaşmaları kaçınılmaz hale gelebilir. Carroll'un modelindeki son boyut olan hayırseverlik sorumluluğunda toplumun firmadan beklediği hayırseverlik davranışlarının gerçekleştirilmesi olarak ele alınabilir (Carroll, 1991, s.41). Bu anlamda hayırsever faaliyetler olarak firmalar sosyal projelere destekte bulunmak, eğitim anlamında toplumsal katkılarda bulunmak gibi pek çok alanda destek verebilirler. Carroll'un piramidi şirketlerin sorumluluklarının evrimini temel ekonomik zorunluluklardan hayırseverlik hedeflerine kadar açık ve erişilebilir bir yapıda sunar. Ancak bu model klasik sosyal sorumluluk faaliyetlerinin dinamik ve birbirine bağlı doğasını fazla basitleştirdiği için eleştirilmiştir. Buna rağmen, piramit modeli şirketlerin topluma olan yükümlülüklerini anlaması ve uygulamalarını yönetmesi için temel bir rehber olarak görülmektedir.

2.2.3. Davis'in Sosyal Sorumluluk Modeli

Keith Davis'in sosyal sorumluluk modelinde firmaların ekonomik boyutlarından ziyade toplumsal alanlarda gerçekleştirmeleri gereken önemli sorumlulukları vardır. Davis, sosyal sorumluluk kavramını işletmelerin hem karar alma hem de faaliyet süreçlerinde toplumsal çıkarları göz önünde bulundurması gerektiği fikrine dayandırmıştır. İş dünyasının etik sorumluluklarını daha geniş bir bakış açısıyla ele alarak şirketlerin toplumla olan ilişkisini yeniden oluşturmaktadır (Davis, 1973, s. 313). Davis'e göre sosyal sorumluluk faaliyetleriyle şirketlerin uzun vadede faydalı geri dönüşler alabileceklerdir. Bu bağlama sosyal sorumluluk ilkelerine bağlı kalan işletmelerin hem itibar kazandığını hem de toplumun nezdinde güvenilir bir şirket haline gelerek kamusal imajlarını geliştirebilirler (Davis, 1973, s. 313). Davis'in bu görüşü sosyal sorumluluk ilkesi adı verilen temel bir yaklaşımla desteklenmektedir. Bu ilkeye göre bir şirket kâr amacı gütmeli ama yalnızca bununla hareket etmemelidir. Kâr hedefinin yanında şirketler topluma olumlu katkılarda bulunmayı da hedeflemelidir çünkü toplumsal fayda sağlayarak ancak elde ettikleri güçlerini koruyabilirler (Davis, 1973, s. 314).

Davis, firmaların sosyal sorumluluklarını beş temel sorumluluk olarak sınıflandırır. İlk olarak sosyal sorumluluk içerisinde bulunduğu toplumun kendisinden güç alarak oluşmaktadır (Değirmenci, 2021, s.263). Örneğin kurumların üretim faaliyetlerini

gerçekleştirirken sahip oldukları çevre kirliliğine ilişkin kurallar ve sınırlar doğrudan etkilemektedir. İkinci olarak firmalara hem toplumsal alandan bilgi alabilmek hem de toplumsal faaliyetlerinde ilgililere bilgi verebileceği açık bir iletişimin içerisinde olmalıdır (Seyitoğulları ve Bilen,2020,s.200). Üçüncü olarak firmalar üretim faaliyetlerine gerçekleştirme sürecinde toplumsal alandaki olumlu ve olumsuz etkilerini göz önüne alarak hareket etmelidir. Dördüncü olarak firmalar üretim faaliyetleri sonucu ürettikleri ürünlerin veya verdikleri hizmetlerin ortaya çıkardığı sosyal faaliyetlerin maliyetlerini tüketiciye sunmalıdır (Seyitoğulları ve Bilen,2020,s.200). Son olarak gönüllü sorumluluk kapsamında sosyal alandaki ihtiyaçlara cevap vermesinin sağlanması olarak ele alınabilir. Bu model firmaların sadece kâr elde etme amacının ötesine geçerek toplum ve çevre için değer yaratmalarını teşvik eder. Böylece işletmeler sadece ekonomik başarıya değil aynı zamanda toplumsal ihtiyaçların karşılanmasında da katkıda bulunurlar.

2.2.4. Kotler ve Lee'nin Sosyal Sorumluluk Modeli

Philip Kotler ve Nancy Lee, sosyal sorumluluk kavramını kurumsal strateji ile birleştiren ve bu alanın etkin uygulamalarını sistematik bir şekilde ele almışlardır. Şirketler sosyal sorumluluk faaliyetlerini planlayarak hem toplumsal hem de kurumsal fayda sağlayabileceklerini düşünürler. Kotler ve Lee, sosyal sorumluluk faaliyetlerini altı ana kategoriye ayırmıştır. Bunlardan ilki olan kurumsal bağışlar, kurumların kâr amacı gütmeyen toplum yararına maddi veya diğer türlü yardımlar yapmasıdır. Bu kapsamda yapılan yardımlar genellikle karşılıksız olarak sunulur ve toplumsal sorunlara çözüm bulmak ana amaçlardandır (Kotler ve Lee, 2005, s. 23). İkincisi olan toplum gönüllülüğü programları ise çalışanların şirket desteğiyle toplumsal sorunlara doğrudan katkı sağladığı çeşitli faaliyetlerdir. Buradaki faaliyetlerde firmalar belirledikleri sivil toplum kuruluşlarına çoğu zaman maddi yardım yapar ve burada hem tüketicinin de katkı vermesinde yardımcı olduğu için iki tarafında fayda gördüğü bir faaliyet düzeni vardır (Kotler ve Lee, 2005, s. 23). Üçüncü kategori ise sosyal sorumluluk amaçlı ticari faaliyetlerdir. Sosyal sorumluluk amaçlı ticari faaliyetler belirli bir sosyal sorunu desteklemek amacıyla geliştirilen pazarlama kampanyalarını içermektedir. Bu faaliyetler sayesinde hem toplumsal fayda sağlama hem de şirketin gelir artışına katkı sağlama açısından iki yönlü bir fayda vardır (Kotler ve Lee, 2005, s. 24). Dördüncü kategori ise toplumun belirli bir konuda davranış değişikliği göstermesini hedefleyen kampanyaları

içermektedir. Burada şirketler, bireyleri bilinçlendirme ve farkındalık kazandırma motivasyonu ile faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Beşinci kategori ise kurumsal sorumluluk uygulamaları olup şirketlerin çevre dostu politikalar benimsemesi, çalışan haklarının gözetilmesi ve şeffaflığın artırması gibi faaliyetleri içerir (Kotler ve Lee, 2005, s.23). Son kategori ise belirli bir etkinlik veya kampanyanın finansmanını karşılayarak sosyal bir amaca destek vermeyi içermektedir. Firmalar sosyal sorumluluk kapsamında hedeflerini gerçekleştirdikleri iş stratejileriyle uyumlu hale getirmeleri gerekir. Belirlenen stratejilerle paydaşları ile uyumlu çalışarak toplumsal sorunlara yönelik olarak gönüllülük esaslı faaliyet gösterebilirler. Yani temel olarak Kotler ve Lee'nin firmaların gerçekleştireceği sosyal sorumluluk faaliyetlere karşı stratejik bir yaklaşımla hareket etmeleri ve toplumsal etki yaratmak için paydaşlarla birlik olarak eylem göstereceği kapsamlı bir planlama yapılması gerektiği söylenebilir.

3.BÖLÜM

ÇALIŞMADA KULLANILAN KAVRAMLAR VE ÇALIŞMANIN MODELİ

Bu bölümde çalışmanın temelini oluşturan kavramlar detaylı bir şekilde ele alınacak ve araştırmanın senteze dayalı olarak hazırlanan modeline ilişkin açıklamalar sunulacaktır.

3.1. DİJİTAL OYUN ENDÜSTRİSİ VE OYUN GELİŞTİRİCİLER

3.1.1. Dijital Oyun Tarihi

Dijital oyunlar, günümüzde sadece bir eğlence aracı olmaktan çıkıp ekonomik, kültürel ve teknolojik alanlarda etki yapabilecek bir hale gelerek kültür endüstrisinin bir ürünü haline gelmiştir (Kepenek, 2020, s.153). Dijital oyun temel olarak mobil cihaz, bilgisayar gibi teknolojik aletler aracılığıyla aktarılan görüntünün oyunu oynayanlara sunulduğu ve oyunu oynayanların klavye gibi girişlerle oyunlarla etkileşime girdikleri bir kavramı ifade etmektedir. Dijital oyunlar, günümüzde insanların keyif almak için düzenli olarak oynadığı ve hatta mekan fark etmeksizin birbirleriyle rekabet ettiği alan haline geldi. Ancak bu değişim ve gelişim uzun bir tarihe dayanmaktadır. Dijital oyunların kökenleri, 1950'lerde bilgisayar mühendislerinin yazdığı basit programlara kadar uzandığı söylenebilir. 1958 yılında Amerika'da William Higinbotham tarafından Brookhaven Laboratuvarı dijital oyun alanında ilk sayılan tenis oyunu geliştirilmiştir (Kepenek, 2020, s.198). Dijital oyunun ilerlemesinde 1960'lı yıllarda Massachusetts Institute of Technology öğrencisi olan Steve Russel'ın Spacewar adlı oyunu geliştirmesi öncü olmuştur (Tor ve Irmak, 2022, s.1803). Bu oyun sonrasında bilgi teknolojilerinin de ilerlemesiyle doğru orantılı olarak dijital oyun alanında görsel tasarımlar ve grafikler önemli hale gelmiştir. 1971 yılında ise ilk kez bir dijital oyun ticari olarak satışa sunulmuştur (Kepenek, 2020, s.198). 1972 tarihinde kurulan Atari firması Pong adını verdikleri oyunlarını piyasaya sürmüş ve 1980'lere kadar dijital oyun alanında başarısını sürdürmüştür (Kan, 2021, s.35). 1980'ler sonrasında dijital oyun alanına büyük bir ilgi olmuş ve çok ilerleme kaydedilmiştir. 1985 yılında Nintendo firması tarafından Super Mario Bros piyasaya sürülmüş ve büyük bir başarı elde etmiştir (Kan, 2021, s.36). 1980'lerde ayrıca Pacman, Myst, Zork gibi birçok ses getiren dijital oyun piyasaya sürülmüştür. 1990'lar sonrası bilgi teknolojilerinde yaşanan cep telefonu, CD-

Rom teknolojisi gibi gelişmeler şirketlerin rekabetlerini farklı yönere kaymasına sebep olmuştur. Örneğin CD-Rom'un gelişmesiyle özellikle Avrupa'nın öncülüğüyle konsol oyunları önem kazanmış ve rekabet bu yöne doğru kaymıştır (Tor ve Irmak, 2022, s.1804). Bu teknolojilerin gelişmesiyle 1990'lı yıllarda dijital oyunların kullanımı yaygınlaştı ve 3D grafipler gibi eklentilerle oyunların kurgulanmasında hikayenin öneminin arttığı söylenebilir. Bu yıllarda Super Nintendo, Sega Genesis ve PlayStation gibi konsollar evlerde yaygınlaşarak kullanıcılarına yüksek kaliteli oyun deneyimi sunmuştur. 2000'ler sonrasında bilgi teknoloji alanında yaşanan gelişmeler çok hızlı ve farklı bir gelişme süreci içermesiyle dijital oyunların gelişmesi de farklılaştı ve rekabet birçok alana yayıldı. Mobil cihazlar, tabletler gibi taşınabilir bilgi teknoloji araçlarıyla beraber dijital oyunlara erişimin çeşitlendiği söylenebilir. Böylece günümüzde bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte dijital oyunların zaman ve mekan fark etmeksizin bireylerin gündelik yaşamlarının her alanına etki ettiği söylenebilir.

Dijital oyunlar, günümüzde sadece bir eğlence aracı olmaktan çıkıp ekonomik, kültürel ve teknolojik etkiler yaratan bir alana dönüşürken Türkiye'de de dijital oyunların bu tarihsel değişimine de değinmek gereklidir. Türkiye'de dijital oyunların yayılımı 1990'lı yıllarda kişiselleşmiş bilgisayarların yaygınlaşmasıyla başlamış ve 2000 yıllarında daha da ön plana çıkmış bir alan olmuştur (Kepenek, 2020, s.297). 2000'li yıllarda internet altyapısının gelişmesi ve mobil cihazların yaygınlaşması Türkiye'de oyun geliştirme ve tüketim alışkanlıklarını köklü bir şekilde değiştirmiştir. Özellikle 2010 yıllarından sonra geliştirilen dijital oyunlar ile uluslararası alanda da etkili olunmaya başlanmıştır (Kepenek, 2020, s.297). 2020'lerden itibaren e-spor sektörü, Türkiye'de dijital oyun alanının ayrılmaz bir parçası haline gelmişti. E-spor takımları uluslararası turnuvalarda önemli başarılar elde etmiş, bu başarılar devlet destekli teşvik programları ile desteklenmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022). 2022 itibarıyla Türkiye, dijital oyun gelirleri sıralamalarda dünyada 18. sırada yer almıştır. Türkiye'nin oyun sektöründeki geliri yaklaşık 1.2 milyar dolara ulaşmış ve bu gelirin önemli bir kısmı mobil oyunlardan gelmektedir (Gaming in Turkey, 2023). Türkiye'de dijital oyunlar hızlı bir dönüşüm süreciyle hem yerel hem de uluslararası düzeyde önemli başarılar elde etmiştir.

3.1.2. Oyun Geliştirici ve Indie/Bağımsız Oyun Geliştiriciler

Hızlı gelişen ve gelişmeye devam eden oyun geliştirme sektöründe olan geliştiriciler büyük şirketlerde çalışan profesyonellerden indie/bağımsız oyun geliştiricileri olarak adlandırılır. Geliştiricilere kadar çeşitlilik göstermektedir. Indie/bağımsız oyun geliştiriciler genel olarak ana akım olarak bilinen oyun şirketlerinin dışında ve onlardan bağılı olmadan bireysel ya da ekip olarak oyun geliştiren ve yayınlayanlar olarak tanımlanmaktadır (Freeman ve diğerleri, 2020, s.3). Indie/bağımsız dijital oyun geliştiricileri genellikle kısıtlı kaynaklar ve daha küçük ekiplerle veya tek başı bağımsız geliştiriciler geliştirmeyi planladıkları oyunlar için büyük ölçüde yaratıcılıklarına ve hayattaki tutkularına güvenenlerdir (Freeman ve diğerleri, 2020, s.7).

Büyük şirketlerde görev alan oyun geliştiricilerin görev tanımlarının kapsamı geniş ve genellikle son derece organize ve hiyerarşik çerçeveler içinde çalışırlar. Bu oyun geliştirici ekipleri içeriği geniş olan dijital oyunları hayata geçirmek için birlikte çalışan tasarımcılar, programcılar, sanatçılar ve pazarlama uzmanları gibi çeşitli iş alanlarının barındığı bir ekipten oluşmaktadır. Bunlardan oyun tasarımcıları, grafik tasarımcıları ve karar vericilerin bir araya gelerek dijital oyunun temel konseptini tasarladıkları üyelerden oluşur. Burada karakterler, seviyeler gibi kullanıcı arayüzlerinin belirlenmesini sağlayan temel alanı oluşturur. Senaryo yazarları, oyun tasarımcılarının belirlediği konseptlere yönelik bir oyun hikayesi oluşturur ve bunu yazılı bir hale getirir (Tasleem, 2017, s.33). Yazılım geliştiriciler, belirlenen tasarım ve konsepti temel alarak oyun motorunu oluşturur ve oyunun temel kodlamasını yaparlar. Oyunun kontrol eden tuş girişlerini kodlama, oyuna yeni özellik ekleme gibi görevleri yerine getirir ve oyun motorunu kontrol ederler (Tasleem, 2017, s.35). Grafik tasarımcıları, oyun karakterlerinin ve sahnelerin tasarımını ve animatörler karakterlerin hareketlerini ve oyun sahnelerindeki animasyonları oluşturmaktadırlar. Ses tasarımcıları, oyunun etkisini ve gerçekliğini arttırmak için ses efektlerini ve müziklerini hazırlamakla görevlidirler. Büyük oyun firmalarında genellikle bu görevler birimlere ayrılmış olup her birim uzmanlıklarını gerektiren görevleri yerine getirmektedir ve herkesin görevi ayrı olarak belirlidir. Bu görevlerin ve görev dağılımının netliği konusunda bağımsız dijital oyun geliştiricileri ekiplerde büyük dijital oyun şirketlerdeki kadar netlik yoktur. Bağımsız oyun geliştiricilerim eğitim geçmişleri, dijital oyun geliştirme alanına dair bilgileri veya deneyimleri gibi belirleyici unsurları birbirlerinden çok farklı olduğu ve birçoğu

profesyonel düzeyde olmadığı için görev dağılımlarının katı olmadığı ve birbirlerine anlayışla yardım ettikleri bir ortam vardır (Freeman ve McNeese, 2019, s.736). Yani oyunun senaryosunu yazan bir ekip üyesi aynı zamanda senaryonun içerisinde yer alan karakterin grafik tasarımını yapabilir ve hatta bunun yazılımını da yazabilir. Bağımsız oyun geliştiriciler ekip olarak çalıştıklarında geliştiriciler genellikle uzaktan çalışma ve ortak çalışma alanları da dahil olmak üzere esnek çalışma düzenlemelerinden faydalanırlar. Bu esnek çalışma fırsatlar yaratıcılığın artmasında baskı faktörünün ortadan kalkmasını sağlarken bağımsız oyun geliştiricileri için dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Bunlardan biri uzaktan çalışan bağımsız dijital oyun geliştirici ekiplerinde dijital oyun geliştirme süreçlerinin çeşitli aşamalarında iletişim sorunlarından kaynaklı olarak geliştirme dijital oyun geliştirme süreci durma noktasına gelebilir (Freeman ve McNeese, 2019, s.726).

Esnek çalışmanın dezavantajlarından bir diğeri ise bağımsız geliştiricilerin baskı olmayan bağımsız yapısı oyun geliştirme projelerinde planlanan bitiş tarihinden önce dijital oyunun geliştirilmesinin bitirilememesine neden olabilmesidir. Böyle durumlarda crunch olarak bilinen geliştiricilerin projenin son teslim tarihine yetişmesi için uzun saatler oyun geliştirmesi gerekebilir. Crunch uygulamasının hem iyi yanları hem kötü yanları vardır. Crunch uygulamasının iyi uzun saatler uğraşın sonunda geliştirilmesi planlanan oyun başarılı bir şekilde geliştirildiyse bu bir krizin atlatılmasını iyi yönde sağlamaktadır (Cote ve Harris, 2023, s.617). Diğer yandan bu sürelerin uzunluğunun gereğinden fazla olması veya crunch uygulamasının çok sık tekrarlanması bağımsız oyun geliştiricilerinin hem zihinsel hem fiziksel sağlık sorunlarıyla karşılaşmasına neden olabilmektedir (Cote ve Harris, 2023, s.617). Diğer yandan büyük oyun şirketleri birden fazla büyük ölçekli projenin aynı anda geliştirilmesine olanak tanıyan modern süreçlere ve sağlam altyapıya öncelik verir. Bu genellikle yayıncılar, pazarlama firmaları ve donanım üreticileri gibi diğer firmalarla geliştirme sürecinde ortaklıkları içerir ve daha fazla kâr elde etmeyi sağlayan ağa bağlı bir ekosistem oluşturur (Jones ve diğerleri, 2021, s.45).

Türkiye, dijital oyun alanında son yıllarda büyük bir ivme kazanmış ve hem yerel hem de uluslararası pazar için önemli dijital oyunlar sunmaya başlamıştır. Büyük şirketler, özellikle mobil oyunlar ve çok oyunculu platformlar alanında önemli çıkışlar yaparken

bağımsız geliştiriciler yaratıcı fikirleri ve yenilikçi yaklaşımlarıyla dikkat çekmektedir. Türkiye oyun sektörüne yönelik yapılan bir çalışma raporunda Türkiye’de dijital oyun geliştirme alanlarının %60’ının mobil oyunlardan, %30’unun konsol oyunlarından ve %10’nun bilgisayar oyunlarından oluştuğu görülmüştür (TOGED, 2022).

Şirketlere bağlı olarak oyun geliştiren oyun geliştiriciler ile bağımsız geliştiriciler, oyun geliştirme sürecinde farklı sorunlarla karşılaşsalar da sektörü genel olarak etkileyen bazı ortak problemler vardır. Oyun geliştiricilerin karşılaştığı zorluklardan birisi finansman eksikliğidir. Oyun geliştirme süreci çoğu zaman yüksek bütçeler gerektiren bir alandır. Ancak Türkiye’deki geliştiriciler yeterli finansman kaynaklarına erişimde sorun yaşayabilmektedir. Devlet destek programları ve teşvikler bulunmakla birlikte bunlar genellikle yeterli olmaktan uzaktır. Diğer yandan oyun geliştirme sürecinde teknik alanda bilgili olmak önemli etkilerden biridir. Türkiye’de çeşitli platformlarda oyun geliştirme öğrenimi ve sektörel etkinlikler, ekosistemin profesyonelleşmesine katkı sağlamaktadır. Örneğin bu kapsamda 2021 yılında Google Türkiye, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi’nin desteği ve Girişimcilik Vakfı ve T3 Girişim Merkezi’nin iş birliği ile gerçekleştirilmeye başlayan platform olan Oyun ve Uygulama Akademisi, dijital oyun geliştirmeyi öğrenmek isteyen 18-29 yaş arasındaki gençlere eğitim veren bir platformdur (Yapay Zeka ve Teknoloji Akademisi, 2025).

2024 yılıyla beraber gelişen teknolojilere ayak uydurarak ve eğitim kapsamını geliştirerek adını Yapay Zeka ve Teknoloji Akademisi olarak değiştirmiştir. Her ne kadar bu tarz eğitim alanları olsa da Türkiye’de oyun geliştirme konusunda uzmanlaşmış eğitim programlarının azlığı oyun geliştirme alanında profesyonel insan kaynağı sorununu derinleştirdiği söylenebilir. Bir diğer zorluk ise geliştirilen dijital oyunun pazarlanma sürecinde yaşanmaktadır. Uluslararası alanda oyun geliştirici olarak başarı kazanmak sadece kaliteli bir oyun yapmaktan daha fazlasını gerektirir. Pazarlama ve dağıtım stratejileri, Türkiye’de oyun geliştirici olanlar için önemli bir engel oluşturmaktadır. Yerel dijital oyun geliştiricilerin, oyunlarını uluslararası platformlarda tanıtip yaygınlaştırmaları için daha fazla bilgiye ve kaynağa ihtiyaçları doğmaktadır. Türkiye’de oyun geliştirme alanı genç nüfusun yaratıcılık potansiyeli ve teknolojik yeniliklere olan ilgisi ile önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak finansman, eğitim ve uluslararası pazarlama gibi alanlardaki eksiklikler bu potansiyelin tam anlamıyla

gerçekleşmesini engellemektedir. Daha fazla destek ve stratejik adımlar atılarak Türk oyun geliştiricilerinin uluslararası alanda daha çok yer edinmesi sağlanabilir.

Sonuç olarak bağımsız dijital oyun geliştiricileri, yenilikçi bakış açıları ve alternatif üretim yöntemleri sunarak dijital oyun alanının çeşitlendirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Kıt kaynaklar, belirsiz çalışma düzeni gibi zorluklara rağmen yaratıcı bağımsızlığa olan bağlılıkları onları ana akım geliştiricilerden ayırdığı söylenebilir.

3.1.3. Indie/Bağımsız Oyun

Indie/bağımsız oyun, temel olarak ana akım olan büyük oyun şirketlerinin yaygın oyun geliştirme süreçlerinden ve yayınlama aşamalarında farklı olan oyunlar olarak tanımlanmaktadır (Latorre, 2016, s.17). Bağımsız oyunlar, bağımsız oyun geliştiricilerine ana akım oyun geliştirme süreçlerinde olan ticari baskılardan kaçınabileceği ve herhangi bir otorite kararına bağlı olmadan yaratıcı riskleri alma özgürlüğü vermektedir (Lipkin, 2013, s. 11).

Bağımsız oyunların tarihi hobi amaçlı programcıların disketler ve kullanıcıların çevirmeli modemler aracılığıyla bağlanarak mesajlaşma, dosya paylaşımı ve oyun oynama gibi aktiviteler yapabildiği Bulletin Board System aracılığıyla oyun dağıttığı ve daha sonra bağımsız hareket haline gelecek olan hareketin temelini attığı 1980'lere kadar uzanmaktadır (Juul, 2014, s. 19). 1990'larda diğer oyun türlerinden ayrılarak bağımsız oyun bir tür haline gelmeden önce bağımsız oyun geliştiricilerine amatör, hobi olarak yapan, hayran gibi çeşitli isimler verilmekteydi (Parker, 2013, s.3). Bu süreçte çoğu yayınlanan oyunlarda kazanç sağlamak ana hedef değildi. Bağımsız oyun türü dijital oyun türlerinin içerisinde 1990'larda görülmeye başlanmasına rağmen son yıllarda yaygın hale gelmiştir. 2000'lerin başında GameMaker ve Unity gibi herkesin erişebildiği oyun geliştirme araçlarının piyasaya sürülmesi oyun geliştirme alanının daha geniş bir geliştirici yelpazesinin dijital oyun geliştirme alanına alana girmesini sağlamıştır. Zamanla internet kullanımının hızla yayılması, oyunların yayınlandığı dijital platformların gelişmesi ve oyun konsollarının bağımsız oyunları desteklemesi ile bağımsız oyunların geliştirilmesinde bağımsız oyun geliştiriciler için fırsatlar yarattığı söylenebilir. Özellikle 2008 yılında Braid, Castle Crashers gibi oyunların arka arkaya gösterdiği satış başarısı ile bağımsız oyunlara gösterilen ilgiyi arttırmıştır ve Steam gibi

oyun yayınlama platformlarının bağımsız oyunlara özel bir kategori sunmasını sağlamıştır (Latorre, 2016, s.16).

Ana akım olan büyük şirketlerin geliştirdikleri dijital oyunlar önemli finansal yatırımlar, geniş ekipler ve en son teknolojilere erişimin olduğu alanlarda geliştirilir. Bu avantajlar geliştirilen dijital oyunun görsel olarak çarpıcı ve yoğun içeriklere sahip olmasını sağlamaktadır (Schreier, 2017, s. 45). Bununla birlikte bu oyunların geliştirme süreçlerinde şirketlerin yapısal karmaşıklığı genellikle hiyerarşik yönetim sistemleri ve riskten kaçınan stratejilerle sonuçlanmakta ve bu da yaratıcı düşüncelerin oyuna dahil edilmesini kısıtlayabilmektedir (Koster, 2018, s. 78). Fakat bağımsız dijital oyunlar, geliştirme sürecinde geliştiricilere özgür bir alan sağladıkları için farklı fikirlerin önem kazandığı ve yaratıcılığın ön planda olduğu bir yapı sunmaktadır. Dolayısıyla bağımsız dijital oyunların geliştirme sürecinde ana akım geliştiricilerin kullandığı geleneksel yollardan ziyade farklı tasarımlar ile yenilikçi bir yapıda bir dijital oyun geliştirilmesi için özgür bir düşünce yapısı vardır (Kovanto, 2013, s.11). Bu esneklik bağımsız geliştiricilerin geleneksel oyun tasarımı paradigmalarının sınırlarını zorlamasına olanak tanır. Ayrıca bağımsız oyunların geliştirilme sürecinde büyük bir şirket gibi otoriteye bağlı olunmadığı ve bireysel veya çok küçük bir grup geliştirirken kendilerine karşı bir sorumlulukları olduğu için dijital oyun geliştirme süreci daha esnektir (Kovanto, 2013, s.13). Diğer yandan bağımsız oyunların yayınlanması ve oyunu oynayanlara duyurulmasında büyük şirketler tarafından geliştirilen oyunların pazarlama stratejileri gibi büyük maddi imkanlar dahilinde kurulan pazarlama stratejileri bulunmamaktadır ve genellikle sosyal medya tanıtımı, önerilerle diğer oyunu oynayanların oyun duyması veya bağımsız oyunları destekleyen toplulukların desteği gibi tabandan gelen stratejilere dayanır (Juul, 2014, s. 35).

Son olarak bağımsız oyunlar dijital oyun alanına geniş bir perspektif sunarak farklı seslerin ve bakış açılarını güçlendirerek alanı zenginleştirdiği söylenebilir.

3.1.4. Dijital Oyunların Toplumsal Etkileri

Dijital oyunlar, sosyal etkileşim ve davranışın çeşitli boyutlarını şekillendirerek kadar toplumda yer edinmiştir. Özellikle teknolojinin gelişmesi ve her kesimden insana ulaşmasıyla dijital oyunlar basit eğlence araçlarından bireysel ve kolektif sosyal dinamikleri etkileyen karmaşık olguya dönüşmüştür. Dijital oyunların toplumsal etkileri

düşünüldüğünde hem olumlu hem de olumsuz anlamda etkileri olduğu söylenebilir. Dijital oyunların olumlu toplumsal etkilerine bakıldığında dijital oyunların iş birliği, ekip çalışması ve sorun çözme becerilerini geliştirmede güçlü araçlar olarak öne çıkmaktadır. World of Warcraft ve Fortnite gibi çok oyunculu çevrimiçi oyunlar, oyunu oynayanları ortak hedeflere ulaşmak için işbirliği yapmaya ve birlikte strateji geliştirmeye teşvik etmektedir. Bu tür oyunlar yüksek düzeyde koordinasyon ve iletişim gerektirdiği için oyunu oynayanların diğerlerine karşı fikirlerini ifade etme ve dinamik ekip ortamlarına uyum sağlama becerilerini geliştirmesinde etkisi vardır (Steinkuehler ve Duncan, 2008, s.542). Ayrıca oyunlarda diğer oyun oynayanlarla kurulan etkileşimler çoğu zaman sanal sınırları aşarak gerçek dünyadaki kalıcı dostlukları ve yıllarca sürebilecek sosyal bağların kurulmasını sağlayabilir. Bir çalışmaya göre erkeklerin %76,2 ve kadınlar da %74,7 olarak dijital oyun içinde iyi arkadaşlar edindiklerini ifade etmişlerdir (Cole ve Griffiths, 2007, s.577).

Diğer yandan dijital oyunlar ekip çalışmasını teşvik etmenin yanı sıra kültürel etkileşim ve küresel alanda etkileşim kurmak için kanal görevi görür. Çevrimiçi oyun platformları farklı kültürel ve dilsel geçmişlerden gelen bireyleri bir araya getirerek diyalog ve kültürel alışverişi teşvik eder. Bu anlamda oyunu oynayanlar yalnızca stratejilerini paylaşmakla kalmayıp aynı zamanda farklı gelenekler, diller ve dünya görüşleri hakkında bilgi edindikleri uluslararası topluluklara sahiptir. Bu etkileşimler stereotipleri yıkmaya, önyargıları azaltmaya yardımcı olabilir. Böylece empati ve anlayış için sanal bir alan yaratarak kişilerin diğerleri hakkındaki bakış açılarının geliştirilmesine katkıda bulunur. Diğer yandan bazı dijital oyunlar olumlu sosyal davranışları teşvik etmek amacıyla geliştirmektedir. Minecraft veya Among Us gibi iş birliğini vurgulayan oyunlar oyunu oynayanların birbirine hedefler için yardımcı olmanın önemini vurgular. Bu tarz yardımlaşmayı teşvik eden dijital oyunların özellikle daha genç yaşlarda oyunu oynayanlar arasında bir sorumluluk duygusu edinmektedir (Granic ve diğerleri, 2014, s.72).

Özellikle eğitsel oyunlar bu kapsamda kullanılarak toplum üzerindeki olumlu etkilerin geliştirilmesinde kullanılabilir. Dijital oyunlar eğitim alanında yenilikçe ve etkili bir öğrenme aracı olarak kullanılabilir. Özellikle dil öğrenme oyunları, matematik becerilerini geliştiren uygulamalar ve tarih derslerini eğlenceli hale getiren

simülasyonlar öğrenme sürecini daha ilgi çekici ve etkileşimli kılmaktadır. Örneğin 2021 yılında Savaş ve diğerlerinin “Eğitimde Dijital Oyunlar ve Oyun ile Öğrenme” adlı çalışmasında dijital oyunların eğitimde öğrencilerin öğrenme süreçlerine daha fazla katılmasında motivasyon artışı sağlaması, dijital oyunlarla eğitimi eğlenceli bir hale getirerek etkileşimli öğrenmeyi arttırması, öğrencilerin bilgileri kalıcı öğrendiği gibi olumlu yönlerinin olduğu ifade edilmiştir (Savaş ve diğerleri, 2021).

Dijital oyunlar diğerleriyle sosyal etkileşim kurmak için önemli fırsatlar sunarken aynı zamanda dikkatle değerlendirilmesi gereken olumsuz durumları da beraberinde getirmektedirler. Bu olumsuz etkilerden biri aşırı oyun oynamanın sosyal geri çekilmeye ve yüz yüze etkileşimlerde azalmaya yol açma potansiyeli bulunmasıdır (Kowert ve diğerleri, 2014, s.447). Dijital oyun oynamada aşırıya kaçma genellikle bireylerin gerçek dünya ilişkileri yerine sanal ilişkilere öncelik vermesine yol açarak izolasyona, duygusal zorluklara ve hatta bazen oyun bağımlılığına neden olur. Bu sorun özellikle sosyal becerileri henüz gelişme aşamasında olan ergenlerde ve genç yetişkinlerde yaygındır. Dijital oyunların bir diğer olumsuz etkisi ise şiddet içeren dijital oyun içeriğinin etkisiyle ilgilidir. Şiddet içeren oyunlara yoğun bir şekilde maruz kalmak özellikle oyunu oynayan gençler arasında saldırganlığın artmasına ve şiddete karşı duyarlılığın azalmasına neden olabilir (Anderson ve diğerleri, 2010, s.156). Birçok popüler oyunun oyuncuları saldırganlık gibi kötü davranışları ödüllendirerek normalleştirilmesi bu durumu arttırabilir. Diğer yandan rekabete dayalı dijital oyunlarda oyun toplulukları içinde taciz, zorbalık ve dışlama gibi durumlara yol açabilir. Bu tür davranışlar yalnızca hedef alınan bireylere zarar vermekle kalmaz aynı zamanda bu diğerlerini de etkileyerek olumsuz davranışların yaygın olarak görülmesine neden olabilir.

Dijital oyunların olumsuz etkilerinin en aza indirgenmesi için sorumlu oyun oynamayı vurgulayan dengeli bir yaklaşım kullanılabilir. Ebeveynler, eğitimciler ve politika yapıcılar dahil olmak üzere oyunu oynayan bireylere empati, iş birliği ve eleştirel düşünme gibi yapıcı sosyal değerleri savunan dijital oyunlara daha çok destek verilmelidir. Oyun geliştiricileri de sağlıklı etkileşimi teşvik eden ve zararı en aza indiren içeriklerin geliştirmelerinde önemli bir role sahip olduğu söylenebilir. Sonuç olarak dijital oyunlar sosyal dinamikleri önemli ölçüde etkileyerek iş birliğinin gelişimi,

kültürel alışveriş ve beceri gelişimi için olumlu katkılar sunarken sosyal izolasyon, saldırganlık ve zorbalık gibi olumsuz davranışları da beraberinde getirmektedir. Dijital oyunların sunduğu fırsatların ve zorlukların farkına vararak birçok kesimin sorumluluk almasıyla bu olumlu ve olumsuz yanlar dengelenebilir.

3.2. KÜLTÜR VE YARATICI ENDÜSTRİSİ ALANI OLARAK DİJİTAL OYUNLAR

Kültür endüstrisinin temsilcisi olarak görülen Frankfurt Okulu, Almanya'nın Frankfurt Üniversitesine bağlı olarak 3 Şubat 1923'te kurulmuştur. Max Horkheimer, Theodor Adorno ve Erich Fromm gibi önemli temsilcileri vardır. Frankfurt Okulu'nun disiplinler üstü yaklaşımı benimseyerek tek bir alana bağlı kalmadan felsefi ve bilimsel çalışmalar yapmışlardır. Birçok bilimden yardım alarak eleştiri geliştirdikleri söylenebilir. Temel olarak Marksist geleneğin yeniden değerlendirilmesi ve sistematik bir çalışma gerçekleştirilerek bir yaklaşım haline getirmeye çalışmışlardır (Kaya, 2023, s.4).

Kültür Endüstrisi kavramının en önemli temsilcileri Adorno ve Horkheimer'dır. Frankfurt Okulu temsilcilerine göre bireylerin gün içerisindeki zamanlarının birer endüstri haline gelmiştir. Frankfurt Okulu temel olarak kültür endüstrisi kavramı ile kültürün ve kültüre ait olan müzik, film gibi ürünlerin ticari hale getirmesini ele almaktadırlar (Zorlu, 2016, s.163). Kültür endüstrisinde ürünlerin arasındaki pahalı ve ucuz karşılaştırması temelde ürünün kendisinde olan farklarla doğrudan bir ilişkisi yoktur (Horkheimer ve Adorno, 2014, s.166).

Ürünlerin anlamını ve değerini belirleyen şey temel olarak ürünün sunumuyla yani gösterimiyle alakalıdır. Yani temel olarak kültürün ürünlerinin standart bir hale gelerek kâr amacıyla üretilmektedir. Kültür endüstrisi içerisinde her şey belirlenmiştir ve tüketicinin boş zamanında dahi bu belirlenene şeylere uyması gerekmektedir (Horkheimer ve Adorno, 2014, s.167). Bir şakının ya da sinema filminin ayrıntıları veya kısa bir an sahnede kullanılacak öğeler her zaman amaca uygun olarak kültür endüstrisi içerisinde oluşturulur. Oluşturulanlar her daim kendisinin tekrar eder şekilde görülmektedir. Örneğin sahne içerisinde geçen şakalar, erkek ve kadın karakterlere verilen özelliklerin benzer olması, müzikte ritimlerin benzer olması gibi birbirini destekler ve önceden planlanmıştır (Horkheimer ve Adorno, 2014, s.168-169).

Kitle toplumlarında boş zaman denilen kısım artık ticarileşerek bir endüstri haline gelmiş, artık işten ayrı görülemez ve zorlukların içerisinde bulunduğu iş yaşamına bir hazırlık alanı olarak görülmektedir (Giddens, 2008, s.647). Kültür endüstrisinde üretilen her şey kültürel hegemonyanın içinde tek tiptir ve nasıl şekilleneceği belirgindir. Standart hale getirilen ürünler tüketicisini tek tip bir boyuta getirmektedir. Kapitalist sistemde çalışma hayatının zorluğu ve sıkıcılığı kaçmak isteyen ve bunu boş zamanlarında geride bırakmak isteyen tüketici kendisine sunulan tek tip ile ürünlerle bunu gerçekleştirir. Kültür endüstrisi bir noktadan sonra artık bireylerin bedeninden ziyade ruhlarına saldıran bir hale geliyor ve bireylerin isteklerini belirleyen sisteme bağımlı hale getiriyor. Kültür endüstrisi içerisinde uyum sağlayamayan bireyler sistemin dışına itilerek bireyin hem ekonomik olarak cezalandırılması hem de bireyi suçlamaktadır (Horkheimer ve Adorno, 2014, s.178).

Diğer yandan tek tipleşmiş ürünler bireylerin içerisinde yaşadıkları toplumlara uyum sağlaması için yardımcı olur. Bireyler bedenlerine ve ruhlarının her yerinde etkili olan kapitalist sistem içerisinde tüketmeleri için sunulan her ürünü herhangi bir zıtlığa düşmeden uyum içerisinde kabul etmektedirler (Horkheimer ve Adorno, 2014, s.179). Uyumu doğrudan vurgulamadan bireylere seçimlerde özgür oldukları ifade edilirken temelde de uyumlu olunmazsa sistemin dışında kalacakları gösteriliyor. Bireylerin çalışmanın zorlukların attığı boş zamanlar ve bunların içerisindeki eğlence kapitalist sistemde temel olarak çalışmanın devamı olarak görülmektedir (Horkheimer ve Adorno, 2014, s.183).

Eğlence içerisinde bireylerin kime güleceği, kimi izleyeceği gibi durumlar kültür endüstrisi içerisinde belirlenmiştir. Kültür endüstrisi içerisinde bireylerin bir diğerinin yerini alabilir ve herkes diğerinin yerine geçmek için hazırda beklemektedir (Horkheimer ve Adorno, 2014, s.194). Bu içerisinde bulunduğu durumun değişebileceği umudu taşıyan bireylerin uyum göstermesini de sağladığı söylenebilir. Aslında iş yaşamının zorlu şartlarında hayatından umudu kesmiş bir birey film, reklam gibi medya araçlarında gördükleriyle yaşamak için bir nedene tutunabilir ve böylece kültür endüstrisinin içerisinde yer edinmek için uyum gösterebilir. Diğer yandan medyanın ürünlerinde hatta özellikle reklamların belirli bir düşüncenin aktarılmasında etkin rol oynamaktadır (Köse, 2012, s.333). Frankfurt Okulu'nun temsilcileri kültür endüstrisinin

bu tek tipleşmiş ürünlerinin bireylerdeki eleştirel düşünmesini engellediğini ifade ederler (Giddens, 2008, s.647).

Dijital oyunlar günümüzde kültürel endüstrinin önemli bir parçası haline geldiği söylenebilir. Sinema, müzik ve edebiyat gibi diğer sanat alanlarıyla birlikte dijital oyunlar da kültürel ürünleri olarak kabul edilebilir. Dijital oyunların sadece bireylerin boş zamanlarını geçirmek için kullandıkları eğlence aracı olmaktan ziyade toplum üzerinde dönüştürücü bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Dijital oyunlar, hikâyeleri, oyun karakterleri, konseptleri gibi içerikleriyle birçok alanda toplumsal değerleri yansıtmaktadırlar. Dijital oyunlar kültür endüstrisi içerisinde büyük şirketler tarafından içeriği etkilenen ve pazarlanan böylece temelde tek tipleşen bir yapıya sahiptir. Örneğin oyunlar içerisinde karakterlerin gerçekleştireceği hareketler, oyun karakterlerinin kıyafeti, oyunu oynayanların oyuna perspektif bakışı gibi özelliklerin belli bir standartlar doğrultusunda hazırlanması bu tek tipleştirmeye dahil olabilir. Büyük şirketlerin daha çok kar elde edebilme içerisinde rekabetlerinde daha çok tipleştirmenin olduğu söylenebilir. Diğer yandan bağımsız ve bireysel olarak oyun geliştirenler tarafından kar gütmeye temeli daha geri planda olan dijital oyunlarda tek tipleştirmeden ziyade daha yaratıcılığın kullanıldığı oyunların olduğu da söylenebilir. Fakat bu Adorno ve Horkheimer'da da görüldüğü gibi büyük şirketler tarafından belirlenen standartlara uymayan bağımsız ve bireysel geliştiricilerin ekonomik anlamda dışlanmasına ve zor durumlarla karşı karşıya kalmasına neden olabilir. Ayrıca dijital oyunlarda kullanıcılarına yani oyunu oynayanların pasifleşmesine ve yaratıcılıktan ziyade adımları izleterek istenileni gerçekleştirmesi gibi bir durum vardır. Yani kullanıcılar oyunu geliştirilenlerin oyun içerisinde belirlediği adımların dışına çıkmamakta, belirli önermeleri takip ederek oyunu oynamakta ve farklı bir eylem yapılmaları engellenmektedir. Bu durumun Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisinde bireylerin yaratıcılıklarını bastırılmasına yönelik düşüncelerini desteklediği söylenebilir. Diğer yandan etkileşimli oyunlarla oyun içerisindeki hikâyenin gidişatını kullanıcının belirlenmesinin sağlanması ve diğer kullanıcılarla etkileşime girme gibi durumların kullanıcıya aktif bir rol vermesini sağladığı söylenebilir. Sonuç olarak dijital oyunların kültür endüstrisi içerisinde hem bireyleri tek tipleştirmesinde etkili olduğu hem de onlara çeşitli anlamlarda etkin bir rol verdiği söylenebilir.

Yaratıcı endüstri kavramı hem akademik hem de politika yapıcı çevrelerde önemli bir ilgi alanı olarak ortaya çıkmıştır. 1990'larda ortaya çıkan bu terim, ekonomik büyümeyi ve toplumsal kalkınmayı desteklemek için yaratıcılığı, fikri mülkiyeti ve kültürel varlıkları güçlendiren endüstrileri kapsamaktadır (Hesmondhalgh, 2019). Bu endüstriler temelde kültürel, sanatsal veya sembolik öneme sahip mal ve hizmetlerin üretilmesi için entelektüel sermayeye dayanır. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Gelişme Konseyi'ne göre yaratıcı endüstri, yaratıcı fikirlerin ve entelektüel birikimin ekonomik bir değer olarak kullanıldığı, ürün ve hizmetlerin tasarlanıp sunulduğu dinamik bir döngüyü ifade etmektedir (UNCTAD, 2010). Bu yaklaşım yaratıcılığı ve bilgi birikimini ekonomik süreçlerin merkezine yerleştirerek inovasyon ve kültürel üretime dayalı bir ekonomi modelini öne çıkarır.

Yaratıcı endüstriler, doğası gereği insan yaratıcılığına ve fikri mülkiyetin stratejik olarak kullanılmasına bağlı olarak tanımlanır. Bu alanda üretilenler gelişen teknolojinin uzantısıyla gelişen iletişim teknolojilerinin imkanlarıyla kolayca tanıtılabilir, depolanabilir ya da içeriği dönüştürülebilir (Kepenek, 2020, s.144). Bu endüstriler; reklamcılık, mimarlık, görsel sanatlar, tasarım, film, müzik, yayıncılık, yazılım geliştirme ve video oyunları gibi interaktif medya dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere çeşitli sektörleri kapsamaktadır (Hesmondhalgh, 2019). Bu sektörler sanatsal ifade ve ticari girişimin kesişme noktasında faaliyet göstermekte ve aynı zamanda finansal getiri sağlayan ve toplumsal refaha katkıda bulunan çıktılar yaratmaktadır. Yaratıcı endüstriler ekonomik genişleme ve istihdam yaratma açısından çok önemli bir alandır. Yenilikçiliği teşvik ederek özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerde girişimciliği canlandırır ve uluslararası ticareti kolaylaştırır. Ekonomik etkilerinin ötesinde bu endüstriler kültürel mirasın korunmasında, sosyal alanda fırsatlar oluşturmada ve kültürel çeşitliliğin desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yaratıcı endüstrilerin kültürel değer ile ekonomik uygulanabilirliği birleştirerek modern ekonomiler için vazgeçilmez hale geldiğini ve böylece ulusal ve küresel kimlikleri şekillendirme etkisi vardır (Cunningham, 2002, s.55).

Yaratıcı endüstriler, dönüştürücü potansiyellerine rağmen finansal kaynaklara sınırlı erişim, fikri mülkiyet anlaşmazlıkları ve uluslararası alan pazarına girişin önündeki engeller gibi önemli zorluklarla boğuşmaktadır. Dijital teknolojilerin gelişmelerinin artması ile yaratıcı endüstrinin alanı değişmiştir. Çünkü dijital teknoloji alanları

tasarımcısına uluslararası alanda bağlantı kurma, gelir elde etme alanlarını çeşitlendirme ve geleneksel olanları kırma gibi alanlarla yaratıcı endüstrilerin gelişiminde önemli etkisi vardır (Flew ve Cunningham, 2010, s.115). Dijital oyunlarında yaratıcı endüstri alanlarından biri olduğu söylenebilir. Çünkü dijital oyunlar sanatsal yaratıcılığın, teknolojik gelişmişliğin ve ticari uygulanabilirliğin bir birleşimini temsil eder. Sürükleyici deneyimler oluşturmak için anlatım tekniklerini, görsel sanatı, müzikleri ve etkileşimli mekaniği birleştirmektedir.

Dijital oyunlar doğası gereği yaratıcı olmasının en büyük etkileri hikaye anlatımı, görsel sanatlar, müzik ve interaktif tasarım unsurlarını bir araya getirmesidir. Birden fazla sanatsal ve teknik disiplinin bir araya gelmesini temsil eder, yeniliği teşvik eder ve dijital medyada mümkün olanın sınırlarını zorlar. Dijital oyunların gelişimi yaratıcı hikaye anlatımı, yazılımların eklenmesi ve kullanıcı deneyimi tasarımı bütünlükten işbirlikçi bir süreci içermekte ve bu da onu yaratıcı bir endüstrinin mükemmel bir örneği haline getirmektedir (Kerr, 2017). Ayrıca dijital oyunlar sanatsal ifade için bir platform görevi görmektedir. Oyun geliştiricileri için geliştirdikleri dijital oyunları genellikle kişisel ve kültürel anlatılarla besleyerek oyunları karmaşık temaları ve duyguları keşfetmek için bir ortama dönüştürmektedir. Bu sanatsal yön dijital oyunları diğer eğlence biçimlerinden ayırmakta ve onları çağdaş kültürün meşru ve önemli bir bileşeni olarak konumlandırmaktadır. Diğer yandan dijital oyun sektörü uluslararası alanda gelirlerini film ve müzik gibi geleneksel eğlence sektörlerinin gelirlerini aşan önemli bir ekonomik katkı sağlamaktadır (Newzoo, 2022).

Bu ekonomik başarı kısmen sektörün hızla yenilik yapma ve değişen tüketici tercihlerine uyum sağlama becerisinden kaynaklanmaktadır. Örneğin mobil oyunların yükselişi ve e-sporların artan popülaritesi yeni gelir akışları yaratmış ve sektörün erişim alanını genişletmiştir. Buna ek olarak dijital oyunlar ulusal ve bölgesel ekonomik stratejilerin önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Diğer yandan sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve yapay zeka gibi gelişmekte olan teknolojiler inovasyon için heyecan verici fırsatlar sunmaktadır. Bu teknolojiler yalnızca oyun oynama olanaklarını genişletmekle kalmıyor aynı zamanda yeni dijital oyun senaryosu yazımı ve farklı oyun oynama biçimlerini de mümkün kılmaktadır (Bogost, 2015). Dijital oyun sektörü bu gelişmelerden yararlanarak gelişmeye devam edebilir ve lider bir yaratıcı sektör olma statüsünü koruyabilir.

Kültür ve yaratıcı endüstriler; kültürel, sanatsal ve ekonomik dinamiklerin bir araya gelerek sosyoekonomik değer yarattığı çok yönlü bir alandır. Ekonomik büyümelerin, sosyal dönüşümün ve teknolojik ilerlemenin kritik bir itici gücü olan kültür ve yaratıcı endüstriler, geleneksel kültür sektörleri ile yeni ortaya çıkan yaratıcı ekonomiler arasında karmaşık bir etkileşim barındırmaktadır. Kültür endüstrileri ağırlıklı olarak kültürel eserlerin aktarımı ve metalaştırılmasıyla ilgilenirken yaratıcı endüstriler bireysel yaratıcılığın ve entelektüel varlıkların maddi kazanca dönüştürülmesini vurgulamaktadır (Flew, 2012). Ancak kültür ve yaratıcı endüstrilerin kavramsallaştırılmasının yalnızca ekonomik bir yapı olmadığı ve aynı zamanda güç, emek ve değer kesiştiği bir ideolojik mücadele alanı olduğu görülmüştür (Hesmondhalgh, 2019).

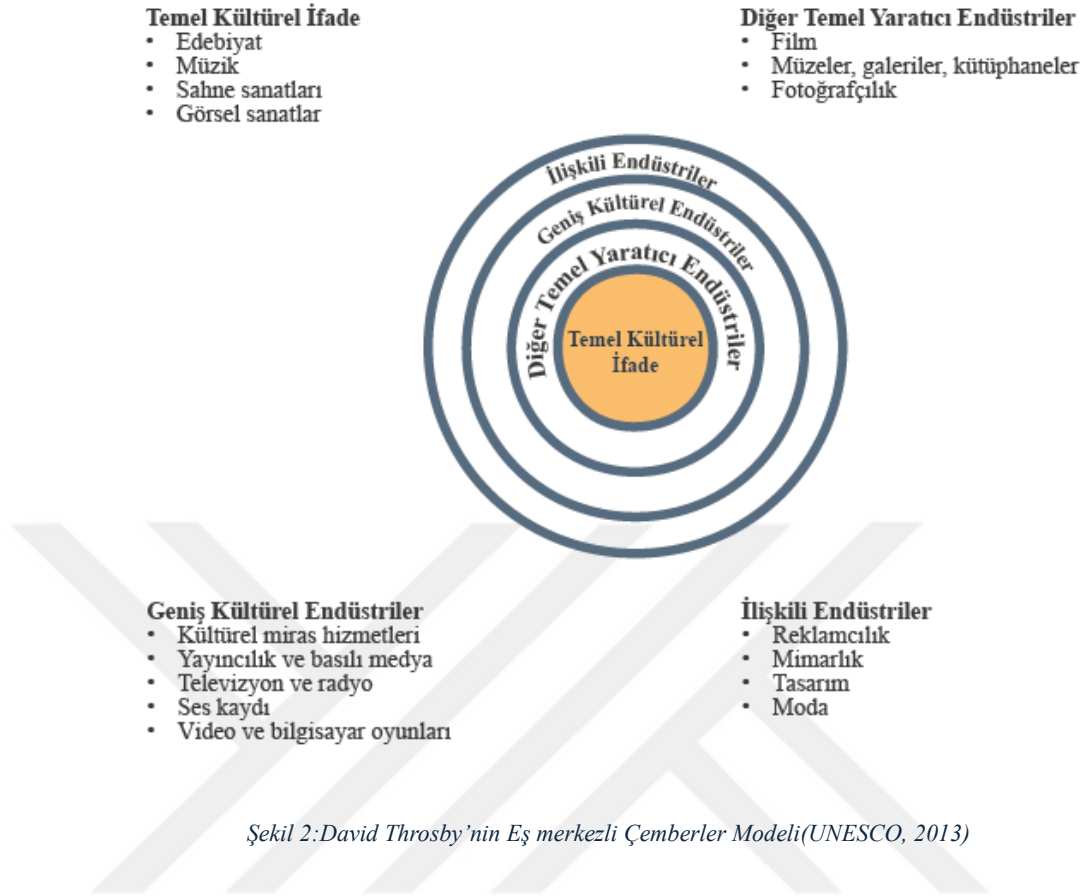
Dijital teknolojilerin entegrasyonu üretim yöntemlerini ve yaratıcı emek piyasalarına erişimi yeniden şekillendirmiştir (Flew, 2012). Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), kültür ve yaratıcı endüstrilerin sürdürülebilir ekonomik büyüme, kültürel çoğulculuk ve istihdamın yaygınlaşması için önemli mekanizmalar olarak faaliyet gösterdiğini öne sürmektedir (UNESCO, 2013). Bu kapsamda kültür ve yaratıcı endüstriler, küresel ekonomik sistemlere önemli katkılar sağladığı görülmektedir. UNESCO'ya (2013) göre yaratıcı kültür endüstriler küresel gayrisafi yurt içi hasılanın yaklaşık %3'ünü üreterek ekonomik çeşitlendirme ve istihdam yaratmadaki katkılarını göstermiştir. Ayrıca yaratıcı kültür endüstriler turizm ve dijital inovasyon gibi yan sektörler için katalizör görevi görmektedir (Pratt, 2008).

Yaratıcı kültür endüstrileri ekonomik değer ötesine geçerek kültürel anlatıların inşasında ve sosyal kimliklerin şekillenmesinde kritik bir rol oynar. Kültür ve yaratıcı endüstriler ideolojik temsillerin ve sembolik sermayenin üretildiği ve yayıldığı müzakere alanları olarak faaliyet göstermektedir (Garnham, 2005). Kentsel sanat bölgeleri ve dijital kuluçka merkezleri de dahil olmak üzere yaratıcı merkezlerin çoğalması yeni kültürel katılım ve topluluk katılımı biçimlerini teşvik etmiştir (Evans, 2009). Bununla birlikte yaratıcı fırsatlara erişimdeki eşitsizlikler devam etmekte ve genellikle sınıf, ırk ve toplumsal cinsiyet gibi yapısal eşitsizlikleri pekiştirmektedir (Oakley, 2009).

Dönüştürücü potansiyellerine rağmen kültür ve yaratıcı endüstrileri; finansman kısıtlamaları, fikri mülkiyet yönetimi ve piyasanın dengesizliği gibi sistemik zorluklarla karşı karşıyadır. Bununla birlikte yaratıcı emeği karakterize eden güvencesizlik ve kayıt dışılık sektörde ekonomik güvenlik ve sürdürülebilirlikle ilgili endişeleri artırmaktadır (Hartley, 2005). Sosyal haklardan yoksun serbest çalışma gibi güvencesiz çalışma koşulları, sanatçıları ve bir ürün üretenleri orantısız bir şekilde etkilemektedir (Banks, 2007). Örneğin Spotify ve YouTube gibi çeşitli alanlarda içerik yayınlanmasını sağlayan dijital platformlar içerik üreticilerini genellikle düşük ücretlendirerek bir değer uçurumunu sürdürmektedir (De Beukelaer ve Spence, 2019).

Küresel medya holdinglerinin piyasalara hakim olması ve yerel sesleri marjinalleştirilmesi nedeniyle kültürel homojenleşme de bir başka olumsuz yanı kapsamaktadır (Flew, 2018). Bu nedenle kültür ve yaratıcı endüstrileri içerisinde bir ürün ortaya koyan üreticilerin haklarını koruyan, kültürel üretime kapsayıcı erişimi teşvik eden ve dijital tekelleri ele alan düzenleyici çerçeveler adil bir yaratıcı ekonomiyi teşvik etmek için kritik öneme sahiptir (Oakley, 2009).

Kültürel ve yaratıcı endüstrilerin sistematik bir şekilde anlaşılmasını sağlamak için geliştirilen modellerden birisi David Throsby'nin Eş Merkezli Çemberler olarak bilinen modeldir (UNESCO, 2013). Aşağıda şeması verilen bu model, kültürel değer merkezden dışa doğru yayıldığını ve farklı endüstrileri etkilediğini göstermektedir. En içte yer alan çekirdek kültürel ifade katmanıdır ve edebiyat, müzik, sahne sanatları ve görsel sanatlar gibi saf sanatsal ve kültürel üretimleri içerir. Bir sonraki katmanda yer alan diğer temel yaratıcı endüstriler, kültürel yönü güçlü ancak ticari unsurlar da içeren film, müzeler, galeriler, kütüphaneler ve fotoğrafçılık gibi alanlardan oluşur. Daha geniş bir çerçevede değerlendirilen geniş kültürel endüstriler ise yaratıcı içeriğin dağıtımı ve ticarileştirilmesiyle ilgilenen miras hizmetleri, yayıncılık, televizyon, radyo, ses kaydı ve video oyunları gibi sektörleri kapsar. En dıştaki ilişkili endüstriler ise doğrudan kültürel üretime dayanmasa da yaratıcı katkıdan faydalanan reklamcılık, mimari, tasarım ve moda gibi alanları içerir. Bu model kültürel ifadenin en saf halinin zamanla ticari ve ekonomik sektörleri nasıl etkilediğini ve yaratıcı endüstrilerin birbirleriyle nasıl bağlantılı olduğunu açıklamaktadır (UNESCO, 2013).



Dijital oyunlar bu model kapsamında değerlendirildiğinde "Geniş Kültürel Endüstriler" (Wider Cultural Industries) kategorisine dahil edilebilir. Bunun nedeni dijital oyunlarının doğrudan kültürel üretim içermesi ancak aynı zamanda büyük bir ticari dağıtım ve endüstriyel süreç gerektirmesidir. Dijital oyunlar sanat, hikâye anlatımı, müzik ve etkileşimli tasarım unsurlarını bir araya getirerek çekirdek kültürel ifade ile bağlantılıdır. Dijital oyunlar yaratıcı süreç gerektiren görsel sanatlar, senaryo yazımı ve müzik gibi alanlarla doğrudan ilişkilidir. Ancak bu yaratıcı içeriklerin büyük ölçekli prodüksiyon, dağıtım ve pazarlama süreçleriyle birleşmesiyle bu dijital oyunları sinema, televizyon ve yayıncılık gibi geniş kültürel endüstrilerle aynı gruba yerleştirir.

Bununla birlikte dijital oyun endüstrisinin bazı yönleri ilişkili endüstriler kategorisiyle de kesişebilir. Örneğin oyunların reklam ve tasarım süreçleri, mimari ve moda gibi sektörlerle ortak noktalar taşıyabilir. Özellikle oyun motorları ve interaktif medya teknolojileri, mimari görselleştirme veya film prodüksiyonu gibi alanlarda da kullanıldığı için bu modelin dış çemberleriyle de bağlantılıdır.

3.2.1. Kültür ve Yaratıcı Endüstri ile Hipergerçeklik Yaratmak

Baudrillard'ın hipergerçeklik kavramı, postmodern dönemin en kritik eleştirilerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Hipergerçeklik, sadece gerçekliğin yerini almakla kalmaz aynı zamanda bireylerin gerçeğe dair algılarını ve bu algılar üzerine kurulu toplumsal yapıları da dönüştürür. Baudrillard'a göre hipergerçeklik gerçek ve temsil arasındaki ayrımın tamamen ortadan kalktığı bir durumdur (Baudrillard, 2011, s. 14). Bu süreçte imgeler ve göstergeler yalnızca gerçekliği yansıtmakla kalmaz aynı zamanda yeni bir gerçeklik inşa eder. Bu yeni gerçeklik gerçekliğin bir taklidi ya da temsili olmaktan ziyade kendi başına bir gerçeklik hâline gelir (Baudrillard, 2011, s. 14). Bu durum özellikle medya ve teknolojinin etkisiyle hız kazanmış ve toplumsal yaşamın her alanını etkisi altına alacak kadar genişlemiştir. Öyle ki medya aracılığıyla yaratılan imgeler, semboller ve hikayeler gerçek dünyayı temsil etmenin ötesinde kendi başına birer 'gerçek' olarak kabul edilir hale gelmiştir (Baudrillard, 2013, s. 45). Simülakr, bir görünümün gerçek olarak algılanmasını talep eden bir yapıdır (Baudrillard, 2011, s. 21). Simülasyon, gerçek olmayan bir şeyi gerçek gibi gösterme çabasıdır (Baudrillard, 2011, s. 16).

Simülasyonlar sadece öyleymiş gibi göstermekle kalmaz bir gerçeklik üretir ama bu gerçekli sahte gerçeklik olan hipergerçeklerdir. Hipergerçeklik, sembollerin ve kopyaların gerçeklikten bağımsız hale geldiği ve kendi başına bir gerçeklik oluşturduğu bir durumu ifade eder (Baudrillard, 2013, s. 45). Baudrillard'a göre hipergerçekliğin ortaya çıkışı dört aşamada gerçekleşir. Bunlar gerçeğin temsili, gerçeğin bozulması, gerçeğin yok edilmesi ve simülasyonun gerçeklik haline gelmesi şeklindedir. Öncelikle imgeler gerçekliğin bir temsili olarak ortaya çıkar. Bu ilk aşama olan gerçeğin temsilinde imgeler bir gerçeğe referans vermeye devam eder. Burada dil ve iletişim aracısız ve dolaylı olarak kullanılır. İmgeler tam anlamıyla gerçeği ifade ettiği için bireylerarası iletişimde güven ve samimiyet vardır. Daha sonra bu temsiller gerçekliği gizlemeye ve bozmaya başlar. Bu ikinci aşama olan gerçeğin bozulması aşamasında bozulma, imgelerin bağımsızlaşmasına ve gerçekliğin yerine geçmesine yol açar (Baudrillard, 2011, s. 50). Artık aracısız dil kaybolmaya başlamıştır.

Temel olarak Rönesans ve endüstri devrimi arasındaki dönemi temsil ettiği söylenebilir. Bireyler diğerleriyle iletişime girerken daha hesapçı ve çıkarlarını düşünerek hareket etmektedir. Nihayetinde imgeler gerçekliğin tamamen ortadan kalktığı ve kendi başına

bir varlık kazandığı bir düzeni içerisinde barındıran gerçeğin yok edilmesi aşamasına evrilir. Endüstri devrimi ile başladığı söylenebilir. Daha öncesinde görülmediği kadar çok imge ile çevrilidir. Bu dönemde yoğun üretimin artmasının yanında insanların serbest zamanının daha çok olduğu ve kaynakların aşırı çoğaldığı bir evreyi işaret etmektedir. Artık üretilen ürünleri bireylerin statülerini gösteren ve güç sembolleri oluşturan kitlesel kullanımları mevcuttur. Üretilen malların çoğu imgesel bir anlam taşır ve bu anlam sürekli değişmektedir. Bu imgelerin değerleri ve anlamları neyin nasıl kullanıldığında göre değişmektedir. Son evrede ise gerçek ile sahtenin farkı anlamsız hale gelir ve simülasyon gerçekliğin yerini alır (Baudrillard, 2011, s. 21). Bu evrede iletişim teknolojileri ve kitle iletişim araçları sürekli geliştirilerek etkin hale gelmiştir. Artık gerçeklik içerisindeki düşselliği kaybetmiş olup onun yerine türetilmiş sahte olan yani hipergerçeklik içinde yaşanır (Baudrillard, 2011, s. 15).

Bireylerin yaşam alanları tüketim nesneleriyle çevrili olduğu için her şey tüketilmeye çalışılıyor. Yani tüketim sadece üretilen ürünlerin içerisinde değildir her şey tüketim metası olabilmektedir. Burada üretimin amacı tükettirmektir. İnsanlar birinin önermesinden ziyade medya tarafından sunulanı tüketme çabası içerisindeydir. Ürünler insanların ihtiyacı olduğu ve ihtiyacı olmasa da haz ve tatmin için satın aldıklarını kapsayan iki farklı ürünler vardır. İnsanlar ihtiyaç duyarak aldıkları ürünlerin arkasından ihtiyacıyla alakasız olan ürünlerde tüketerek temelde düzensiz gibi görünen bir zincirleme alışverişin içerisinde girmektedirler (Baudrillard, 2013, s. 18).

Medya, hipergerçekliği yaratmada merkezi bir rol oynar. Reklamlar ve televizyon gibi iletişim araçları imgeleri manipüle ederek gerçeklik algısını kökten değiştirir. Reklamlarda sunulan ürünler genellikle gerçek olmayan idealize edilmiş imgeler ve sembollerle temsil edilir. Bu durum bireylerin gerçeklikle olan bağlarını koparır ve onları bu sembolik düzene daha bağlı hale getirir (Baudrillard, 2013, s. 112).

Medya, reklamlar veya dijital platformlar aracılığıyla yaratılan imgeler gerçeğin yerini alır ve insanlar bu imgeleri gerçek olarak kabul eder. Asıl olanlar ve kopya arasındaki farkın önemsizleştiği bir dünyada kopyalar gerçeğin yerini alır ve aslından daha değerli hale gelir. Bu durum tüketim toplumunun bir sonucu olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Televizyon programları ve filmler, gerçeklik algısını şekillendirir ve izleyiciler bu medyaların sunduğu gerçeklikleri benimser. Sosyal medya platformları da bireylerin

kendi hipergerçek dünyalarını yaratmalarına olanak tanır. Filtreler, manipüle edilmiş görüntüler ve sahte kimlikler, gerçekliğin yerine geçer. Böylece bireyler, simülasyonlar ve imgeler aracılığıyla tatmin edilmekte ve bu simülasyonlar üzerinden bir kimlik inşa ettiği söylenebilir. Baudrillard'a göre hipergerçeklik, bireylerin gerçeklikle olan ilişkisini derinden etkiler. Bireyler hipergerçek bir dünyada yaşarken gerçeği ve hayali ayırt etme yetilerini kaybederler. Bu durum toplumsal değerlerin, normların ve kimliklerin yeniden tanımlanmasına yol açtığı söylenebilir. Simülasyonlar ve imgeler aracılığıyla yaratılan bu hipergerçek dünya, bireylerin gerçeklikle olan ilişkisini karmaşılaştırır ve toplumsal yapıyı derinden etkiler. Baudrillard, Disneyland'ın simülasyonun en iyi şekilde işlediği bir yer olarak görmektedir. Bu düşsel evrende insanlara farklı duygular hissetmesini sağlayan bir ortam vardır. Bu düşsel evrende gerçeğin yeniden üretilmesi adına sahte ya da gerçek denilemeyecek kadar bir hipergerçeklik alanı yaratılmaktadır (Baudrillard, 2011, s.30).

Böylece kişilere gerçek hayatın yorucu kısımların yetişkinliğe ait gerçeklik olduğunu ve onların çocuk olmadığının gösterildiği bir evrendir. Bu düşsel evrene benzer eğlence alanları kişilerin zihinlerini yeniden kazanılmasını içeren yerlerdir (Baudrillard , 2011, s.31). Bu anlamda dijital oyunlara bakıldığında bireylerin iş, okul gibi günlük hayatında zorlandıkları alandan sıyrılıp boş zaman ve eğlence etkinliği olan oyunlarla farklı duygular hissedip yeniden kazanıldığı söylenebilir. Dijital oyunları ile gerçek yaşamlarında olamayacakları meslekleri, olayları veya durumları deneyimleyip o gerçek olmayan düşsel evrenin içinde ertesi gün yaşayacakları günün stresinden uzaklaşarak zihinlerini hazırlamaktadırlar.

Baudrillard'ın hipergerçeklik kavramını kültür ve yaratıcı endüstrisinin etkilerini açıklamada bir adım daha ileri giderek kültürel üretimlerin artık yalnızca birer ideolojik aygıt değil, aynı zamanda gerçekliğin yerine geçen simülasyonlar olduğunu gösterir. Kültür ve yaratıcı endüstri hipergerçeklik yaratımında kilit bir rol oynar çünkü medya ve teknoloji aracılığıyla üretilen kültürel içerikler bireylerin gerçeklik algısını şekillendirir. Özellikle popüler kültür ürünleri, hipergerçek bir dünya inşa ederek bireylerin kimliklerini ve toplumsal rollerini belirlemede etkili olur. Kültür ve yaratıcı endüstrisinin ürettiği içerikler genellikle hipergerçek bir düzlemde sunulur. Örneğin Hollywood filmleri ve televizyon dizileri izleyicilere gerçeği taklit eden fakat aynı

zamanda onu aşan hikâyeler sunar. Sosyal medya platformları bu süreçte bireylerin kendi hipergerçek kimliklerini yaratmalarına olanak tanır. Dijital oyunlar açısından ele alındığında ise teknolojik ilerlemelerle birlikte dijital oyunlar sadece eğlence aracı olmaktan çıkarak, toplumsal ve kültürel değerlerin iletildiği bir mecra haline gelmiştir ve böylece oyunların içinde barındırdığı hikâyeler, karakterler ve konseptler oyunculara belirli dünya görüşleri sunar ve bu süreçte bir hipergerçeklik yaratmaktadır. Diğer yandan dijital oyunlar oyunu oynayanlara gerçek dünya ile sanal dünya arasında bir köprü sunar ve bu iki dünya arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır.

Bu bağlamda dijital oyunlar kültür ve yaratıcı endüstrisinin bir uzantısı olarak bireylerin algılarını manipüle edebilir ve onlara hipergerçeklikler sunar. Oyunu oynayanlar, oyunun sunduğu dünyada belirlenen kurallar çerçevesinde hareket eder ve bu süreçte kendi kimliklerini yeniden tanımlar. Giderek daha fazla insan, sanal dünyalarda vakit geçirerek hipergerçek bir yaşam deneyimlemektedir. Dijitalleşme ve kültür ve yaratıcı endüstrisinin büyümesi ile birlikte bireylerin algıları sürekli olarak yeniden şekillendirilmektedir. Artık gerçeklik, doğrudan deneyimlenen bir unsur olmaktan çıkmış, medya ve teknoloji aracılığıyla yeniden üretilen ve dönüştürülen bir yapı haline gelmiştir. Bu durum toplumsal ve kültürel dinamiklerin köklü bir biçimde değiştiğini göstermektedir.

3.2.2. Dijital Oyun Pazarı

Dijital oyun pazarı, önemli teknolojik yenilikleri ve tüketici dinamiklerindeki değişimleri yansıtarak küresel eğlence ekonomisinin temel taşlarından biri haline gelmiştir. Dijital oyun pazarının son 20 yılda daha önce hiç görülmemiş bir büyüklükte gelişmiştir. Dijital oyun sektörü 2022 yılında 203,1 milyar dolar küresel gelir elde etmiş ve mobil oyunlar bu payın yarısından fazlasına katkıda bulunmuştur. Akıllı telefonların yaygın olarak benimsenmesi ve gelişmekte olan bölgelerde internet erişiminin artması bu büyümede etkili olmuştur (Statista, 2023).

Oyun sektörünün ekonomik katkıları çok yönlüdür. Bu katkı yönlerinden biri olan ekonomik alanda dijital oyun pazarı istihdam yaratılmasına, vergi gelirlerine ve teknolojik yeniliğe katkıda bulunmaktadır. Dijital oyun pazarının ulusal stratejilerine entegre ettiklerini, kültürel markalaşma ve ekonomik büyüme faydalarından yararlanılmaktadır. Örneğin Güney Kore'de e-spor, uluslararası izleyicileri ve

sponsorlukları çekerek ekonomiye önemli bir katkı sağlamıştır. Kore Esport Birliği'nin 2000 yılında kurulması ve Samsung ve SK Telecom gibi büyük şirketlerin desteği ile e-spor önemli bir ekonomik katkıya dönüştürmüş ve Güney Kore'nin küresel kültürel etkisini artırmıştır (Yong Jin, 2010, s.74). Dijital oyun pazarı ayrıca donanım üretimi, yayın platformları ve dijital ödeme sistemleri gibi yan endüstrileri de teşvik etmektedir. Teknolojideki gelişmeler dijital oyun sektörünü temelden yeniden şekillendirmiştir. Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri, oyunların sürükleyici potansiyelini yeniden tanımlayarak yeni deneyimlerin yaratılmasına ve daha geniş kitlelerin ilgisini çekmesine olanak sağlayabilir. Dijital oyun pazarının bir diğer yeni alanları olan Blockchain teknolojisi ve NFT'ler, oyun içi varlık sahipliği için merkezi olmayan sistemler sunarak yenilikçi ekonomik modellerin önünü açmıştır (Serada ve diğerleri, 2020, s.2). Bu teknolojiler oyun içi varlık sahipliğini merkezileştirerek oyunculara oyun deneyimleri üzerinde benzeri görülmemiş bir kontrol sunmaktadır. Blockchain teknolojileri yalnızca şeffaflığı ve güvenliği artırmakla kalmayıp aynı zamanda geliştiriciler ve oyuncular için yeni gelir akışları yarattığını savunmaktadır. Bununla birlikte Blockchain teknolojisi tabanlı oyun sistemlerinin çevresel olarak olumsuz etkileri sürdürülebilir çözümler gerektiren kritik endişeleri gündeme getirmektedir (Serada ve diğerleri, 2020, s.12).

Diğer yandan Big Data(Büyük Veri) da dijital oyun pazarında önemli bir alan haline gelmiştir. Bu doğrultuda Big Data ve algoritmik kontrolün entegrasyonu kültür endüstrisinin oyun pazarındaki etkisini yoğunlaştırmaktadır. Dijital oyun geliştiricileri ve yayıncıları, dijital oyun mekaniklerini optimize etmek, tüketici tercihlerini tahmin etmek ve pazarlama çabalarını hedeflemek için kullanıcı verilerini analiz etmektedir. Algoritmalar aynı zamanda oyun içi ekonomileri de yöneterek ganimet kutuları veya oyunu oynayanların ihtimalleri bilmediği ama geliştirilirken ödülü kazanma ihtimalinin en aza indirildiği taktikler gibi psikolojik mekanizmalar aracılığıyla harcamayı teşvik eden ortamlar yaratmaktadır (King ve Delfabbro, 2018, s.1967).

Bu uygulamalar, kültür endüstrisinin kâr maksimizasyonu mantığını genişletirken etik kaygıları da gündeme getirmektedir. Tüketimin oyunlaştırılması, oyun ve emek arasındaki sınırları bulanıklaştırırken oyuncular kurumsal çıkarlara hizmet eden davranışlara ustaca yönlendirilmektedir (Zagal ve diğerleri, 2020, s.7).Dijital oyun pazarının bu kadar yaygınlaşması oyunu oynayanların demografik yapısını da önemli

ölçüde değişmiştir ve tüm dünyadaki oyunu oynayanların cinsiyetine göre istatistiklerine bakıldığında %46'sının kadın olduğu verisine ulaşılmıştır (ESA, 2023). Bu değişim herkes tarafından kabul edilen stereotiplere meydan okumakta ve dijital oyun dünyasının artan kapsayıcılığının bir göstergesidir.

Kayda değer büyümesine rağmen dijital oyun pazarı çeşitli zorluklarla karşı karşıyadır. Veri gizliliği, para kazanma etiği ve içerik denetimi gibi konular düzenleyici kurumların dikkatini çekmiştir. Bu kapsamda dijital oyunlar geliştirilirken kâr amacıyla oyunu oynayanların psikolojik kırılganlıklardan yararlanan geliştirme stratejilerin yaygınlığını vurgulamaktadır (Zagal ve diğerleri, 2020, s.6). Dijital oyun pazarında bir diğer zorluk ise dezavantajlı gruplar gibi yeterince temsil edilmeyen nüfuslar için oyunların kapsayıcı ve eşitlikçi olmasını sağlama amacını gerçekleştirebilmek için daha fazla yatırımlar gerektirdiği söylenebilir. Diğer yandan dijital oyun pazarına küresel erişimi kültürel emperyalizmin dinamiklerini göstermektedir. Başta Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa merkezli olmak üzere Batılı oyun geliştiricileri dijital oyun pazarına hakimdir ve ürünlerinin içine gömülü kültürel değerleri ve normları mekan fark etmeksizin oyunu oynayan herkese aktarılmaktadır. Bu hegemonya genellikle yerel oyun kültürlerini marjinalleştirmekte ve tek yönlü bir kültürel etki akışını sürdürmektedir (Kerr, 2017, s.14). Ancak bu eğilime karşı direnç özellikle Asya'da bağımsız oyun geliştiricilerinin ve bölgesel pazarların büyümesiyle ortaya çıkmıştır. Güney Kore ve Çin gibi ülkeler Batı egemenliğine meydan okuyan ve kültürel açıdan yankı uyandıran oyunlar üreterek dijital oyun pazarında önemli etki eden geliştiriciler haline gelmişlerdir (Kshetri, 2009, s.167).

Dijital oyun sektörü, yenilikçiliği ve kapsayıcılığı teşvik ederek küresel eğlence sektöründe dönüştürücü bir güç olma potansiyeline sahiptir. Teknolojik değişimlere ve toplumsal beklentilere uyum sağlama becerisi dünya çapında ekonomiler ve kültürler üzerindeki uzun vadeli etkisini belirleyecektir.

3.2.3. Dijital Oyunların Kültür ve Yaratıcı Endüstrisi Ürünü Olarak Yarattığı Hiper-gerçek Alanlar

Dijital oyunlar gerçek dünya sistemlerini ve estetiğini simüle eden, çarpıtan ve güçlendiren sürükleyici ve etkileşimli dünyalar inşa ederek hipergerçekliğin önemli bir

örneği haline gelmiştir. Grand Theft Auto gibi oyunun oynayanlarla doğrudan etkileşim içinde olunan oyunlarda gerçek olanın gerek coğrafi gerek sosyokültürel kalıpları taklit ederken etkileşimi artırmak için abartılı dinamikler sunan hipergerçek manzaraların yaratılmasına örnek teşkil etmektedir (Dovey ve Kennedy, 2006). Bu dünyalar yalnızca gerçekliği taklit etmekle kalmıyor onu yeniden yorumluyor. Oyun geliştiricileri yüksek bir deneyim yaratmak için doğal ortamların ihtişamı, çatışmanın yoğunluğu veya ulaşılamaz yaşam tarzlarının cazibesi gibi belirli unsurları seçerek oyunu oynayanların dikkatini yoğunlaştırır. Oyunu oynayanlar aktif katılım yoluyla bu simülasyonları onaylar ve yaşarlar. Genellikle onları gerçek dünyadan daha canlı veya anlamlı olarak konumlandırabilirler. Bu gerçek olmayan dünyaya hissedilen aidiyet simüle edilen ile gerçek arasında benzersiz bir etkileşimi teşvik ederek bireylerin kimlik, eylemlerini ve sosyal etkileşimi nasıl kavramsallaştırdıklarını etkiler. Diğer yandan dijital oyun endüstrisinin başlıca ürünlerinden biri olan dijital oyunlar, kârlılığı ve oyunu oynayanların dijital oyuna ilgisinin fazla olmasını önceleyen pazar stratejisi içinde faaliyet göstermektedir. Bu dijital oyunlar çeşitli demografik gruplara titizlikle pazarlanmakta, yaygın bir çekicilik sağlamak için trendlerden, nostaljiden ve teknolojik gelişmelerden yararlanılmaktadır. Dijital oyun endüstrisindeki gelir modelleri bu metalaştırmayı örneklemektedir. Oyun lisanslarının ilk satın almayla oyun indirme, oyun içi reklam ile ödül kazandırma ve abonelik hizmetleri için tekrar eden harcamalara kadar dijital oyunlar sürekli ekonomik değer üretmektedir (Zackariasson ve Wilson, 2012, s.222).

Bu süreç kullanıcı yatırımını en üst düzeye çıkarmak için tasarlanan her estetik ve işlevsel unsurla hipergerçek alanları finansal varlıklara dönüştürmektedir. Özellikle çevrimiçi çok oyunculu ve sürekli olarak yeni içeriğin üretildiği oyunlar, oyunu oynayanların uzun süre oyunu oynamasını sağlayarak sektörün para kazanma becerisini somut bir göstergesini oluşturmaktadır. Dijital oyun sektörünün bu gibi stratejileri kullanması aynı zamanda kritik etik kaygıları da beraberinde getirmektedir. Oyun geliştiricileri, ödül sistemleri ve sosyal onay gibi psikolojik tetikleyicileri manipüle ederek tüketimi teşvik eden ortamlar yaratmaktadır. Bu tür uygulamalar sadece boş zamanları metalaştırmakla kalmıyor aynı zamanda herkesin her an ulaşabildiği dijital oyunlar içinde daha geniş sömürü ve eşitsizlik sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Diğer yandan, çok oyunculu olan dijital oyunlar mekân ve zaman fark etmeksizin oyunu

oynayanlar arasında daha önce eşi benzeri görülmemiş bir büyüklükte olan etkileşime olanak sağlamaktadır (Taylor, 2006, s.30).

Bu durum oyunu oynayanların ortak dünyaları nasıl birlikte oluşturduklarını ve yaşadıklarını göstermektedir. Bununla birlikte oyun içerisinde ve oyun sonrasında da devan eden iletişimi sağlayan topluluklar taciz, dışlama ve eşitsizlik gibi toplumsal sorunlarının gerçek dünyadaki güç yapılarını simülasyon alanlarında yeniden üretmekte ve var olanı güçlendirmektedir (Gray, 2014, s.46).

Dijital oyunlardaki hipergerçek alanlar toplumsal sorunların ve ideolojilerin hem aynası hem de şekillendiricisi olarak hizmet eder. The Last of Us Part II'de de görüldüğü gibi distopik anlatılar, teknolojik gözetim, çevresel çöküş ve sistemik eşitsizlik gibi güncel olarak ele alınan toplumsal sorunları sorgulayan ve onlar hakkında bir yansıma barındıran oyunlardır (Murray, 2016). Diğer yandan özellikle pandemi sürecinde de dikkat çeken Animal Crossing: New Horizons gibi oyunu oynayanları toplumsal sorunlardan veya gündelik yaşamdan kaçmasını sağlayan simülasyon oyunları da vardır (Shaw, 2014, s.106). Bu alanlar aynı zamanda sosyal dinamikleri ve kültürel üretimi de derinden etkilemektedir. Dijital oyunlardaki oyunu oynayanların seçebildiği veya düzenleyebildiği oyun karakterleri üzerinden stereotipler ve önyargıları hipergerçeklik alanında da sürdürülmektedir. Örneğin kadın karakterler sıklıkla cinsel obje halinde sunulup ikincil rollere indirgenebilir. Bu tür tasvirler yalnızca oyunu oynayanların düşüncelerini şekillendirmekle kalmayıp aynı zamanda toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirebilmektedir.

Özellikle de sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik alanlarındaki gelişmeler dijital oyunlarda hipergerçekliğin sınırlarını daha da genişletmektedir. Bu teknolojiler oyuncuların simüle edilmiş ortamları fiziksel gerçekliğin dışında duyuşal deneyimlemelerine olanak tanıyarak hipergerçeklik alanlarının içerisine daha fazla adapte ettiğı ve ilerleyen yıllarda teknolojinin gelişimine bağılı olarak edeceği söylenebilir (Bolter ve Grusin, 1999, s.215).

Ayrıca ciddi oyunlar denilen türün kullanılmaya başlanmasıyla hipergerçek alanların toplumsal sorunların ele alma kapasitesini arttırabilir (Gee, 2003, s.43). Ele alınmak istenen toplumsal sorun dijital oyunların etkileşiminden ve sürükleyiciliğinden

yararlanılarak oyun içerisine yedirilebilir ve böylece oyunların toplumsal değişim potansiyeli kullanılabilir.

3.3.DİJİTAL OYUN VE SOSYAL SORUMLULUK

Yeni dünya ekonomisinde önemli bir yeri olan dijital oyun sektörü güçlü bir kültürel ve ekonomik etkiye sahiptir. Diğer sektörlerle oranla hızlı büyümesi ve etki alanının geniş olup her kitleden kullanıcıyla ulaşma potansiyeli ile eğlenceden eğitime kadar çok yönlü bir alana sahiptir. Bununla birlikte oyun şirketlerinin çevresel sürdürülebilirlik, sosyal eşitlik ve etik alandaki faaliyetler gibi toplumsal alana olan eğilimleri sosyal sorumluluk girişimlerini benimsemek için adım attıklarını gösterebilir (Smith ve Johnson, 2020, s.12).

Dijital oyun sektöründeki sosyal sorumluluk yönünde atılan adımlar da çevresel, sosyal ve etik boyutlarının etkisi olduğu söylenebilir. Kullanılan yüksek enerji harcayan ürünler veya karbon emisyonlarına katkıda bulunan oyun donanımları ile dijital oyunların çevresel etkileri göz ardı edilemeyecek noktadadır (Jones ve diğerleri, 2019, s.33). Bu çevresel etkilerin sektörün oyunu oynayanların sürekli gelişmesini bekledikleri grafik ve bu doğrultuda hesaplama teknolojilerine olan bağımlılığı nedeniyle daha da artmaktadır. Bu nedenler oyun şirketleri yeşil teknolojileri benimsemek, kullandıkları teknolojilerin optimize edilmesi ve eski donanımlar için geri dönüşüm programları uygulamak gibi çeşitli adımlar atabilmektedir. Bu kapsamda büyük şirketler olarak nitelendirilen oyun şirketleri sürdürülebilirlik ve eşitlik konusundaki adımlarını gösteren yenilikçi sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Triple A olan dijital oyun şirketi Ubisoft'un Play Green kampanyası, kullanılan teknolojik ürünlerin optimizasyonu gibi eylem planlarıyla çevre sorunlarına yönelik adım atan faaliyetler gerçekleştirmiştir (Ubisoft, 2024).

Program ağaçlandırma projeleri yoluyla karbon emisyonlarının dengelenmesi ve veri merkezleri için yenilenebilir enerjiden yararlanılması gibi girişimleri içermektedir. Diğer yandan toplumun farklı kesimlerine hitap eden sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştiren oyun şirketleri bulunmaktadır. Örneğin Electronic Arts (EA), Inclusion in Gaming programı aracılığıyla işgücü çeşitliliğini teşvik etme ve oyun alanında farklı

girişimleri olan toplulukları destekleme konusunda önemli adımlar atmıştır (Electronic Arts, 2020, s. 7).

Program ayrıca dijital oyun sektöründe bir şeyler üretmek isteyen geliştiricilerin önündeki engelleri ortadan kaldırmayı amaçlayarak dezavantajlı olan demografik gruplar için burslar ve danışmanlık fırsatları sunmaktadır. Bir diğer oyun şirketiye toplumsal sorunlara yönelik olarak dijital oyunlara oyun içinde çözüm sunmaya ya da oyun dışında faaliyetlerle katkı sağlamaya çalışmıştır. Bu kapsamda Riot Games'in çevrimiçi oyun ortamlarında oyunu oynayanların birbirine karşı gerçekleştirdikleri kötü davranışlarla mücadele çabaları gibi eylemlerle karmaşık toplumsal sorunların ele alınmasında teknoloji ve eğitimin rolünün altını çizmektedir (Riot Games, 2024). Bu oyun şirketinin girişimleri arasında istismarcı davranışları gerçek zamanlı olarak tespit etmek ve azaltmak için gelişmiş yapay zeka sistemlerinin geliştirilmesi yer almaktadır.

Diğer yandan oyunu oynayanlar, satın alıp alamama kararının kendilerinde barındırmaları ve sosyal platformlarında fikir belirtmeleri ile diğer oyunu oynayanları da etkiledikleri için oyun geliştiricilerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerini benimseme ya da benimsememe kararının gidişatını giderek daha fazla şekillendirmektedir. Araştırmalar sürdürülebilirlik, kapsayıcılık ve etik hususlara öncelik vererek geliştirilen oyunların giderek daha fazla tercih edildiğini göstermektedir. Sosyal medya kampanyaları ve oyuncuların öncülük ettiği savunuculuk hareketleri de geliştiricilerin sorumluluk ile hareket etmesi için güçlü mekanizmalar olarak ortaya çıkmıştır. Örneğin crunch yani geliştirme sürecinde fazladan ve ücret alamadan çalışma anlayışı gibi sömürücü emek uygulamalarına karşı oyunu oynayanların tepki gösterecek eylemlerde bulunması sistemik değişimi yönlendirmedeki dönüştürücü potansiyelin bir göstergesi gibidir (Jones ve diğerleri, 2013, 343).

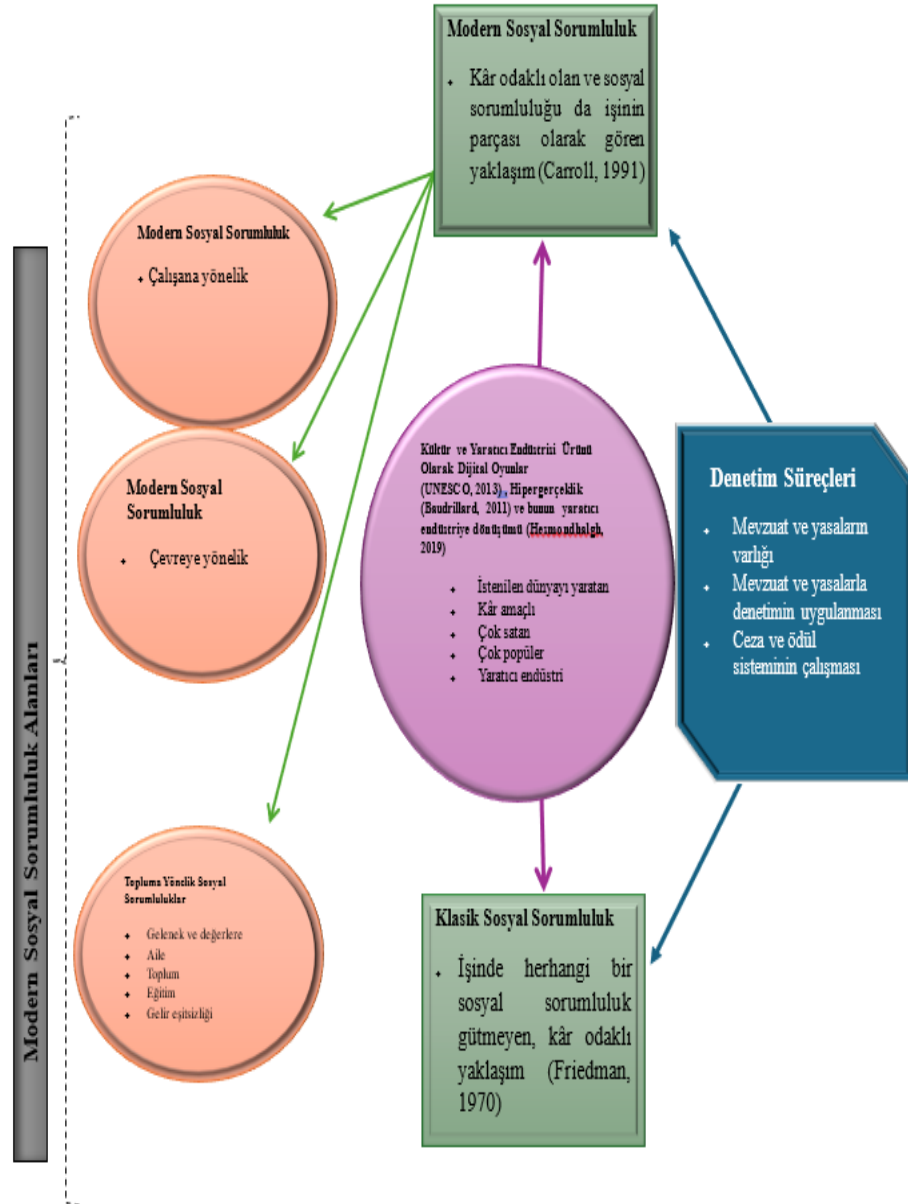
Sosyal sorumluluğun oyun sektöründe kullanımının etkin faydaları olmakla birlikte bu faaliyetleri gerçekleştirmenin çeşitli zorlukları olduğu inkar edilemez. Bunların başında kâr edebilmek ile sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirmek arasındaki gerilim gelmektedir. Sosyal sorumluluk faaliyetleri diğer giderlerin yanında kayda değer miktarda maddi kaynak gerektirmektedir. Sınırlı bütçelerle kısıtlanan daha küçük ölçekli geliştiriciler kapsamlı sosyal sorumluluk faaliyetlerini yerine getirme ya da geliştirme sürecinde önemseme konusunda daha büyük engellerle karşılaşmaktadır. Örneğin

araştırmalar, daha yüksek finansal esnekliğe sahip şirketlerin klasik sosyal sorumluluğa öncelik verme konusunda daha donanımlı olduğunu, buna karşın sınırlı kaynaklara sahip şirketlerin bu faaliyetleri etkin bir şekilde entegre etmekte zorlandığını göstermiştir (Kong, 2022, s.3). Ayrıca kısıtlı mali kaynaklara sahip daha küçük firmalar nakit akışına karşı daha hassas olma eğilimindedir ve bu da sosyal sorumluluk uygulamalarına yatırım yapma kapasitelerini daha da sınırlayabilir. Örneğin evresel etki karbon ayak izi analizleri yoluyla ölçülebilirken sosyal faaliyetlerin sonucu daha öznel değerlendirmeler gerektirmektedir.

Bu kısımdaki örneklerde de görüldüğü gibi büyük oyun şirketleri faaliyetleri arasında sosyal sorumlulukları eylem planlarına dahil edebilmektedirler. Fakat bunun indie oyun geliştiriciler kapsamında ne olduğuna ya da indie oyun geliştiricileri tarafından benimsenip benimsenmediğine dair düşünceler bu çalışma kapsamında ele alınmıştır.

3.4. ÇALIŞMANIN MODELİ

Çalışmada kültür endüstrisi kavramı ve Frankfurt Ekolü temsilcilerinin görüşleri ve bu kapsamda geliştirilen kültür ve yaratıcı endüstri kavramları ile sosyal sorumluluk konusundaki teorik bilgilerin sentezi ile çalışmanın amaçlarına uygun olarak aşağıdaki model hazırlanmıştır.



Şekil 3: Araştırmanın Modeli

Bu çalışma vaka çalışması olarak tasarlanmıştır. Vaka çalışmalarında bazı durumlarda teorik bir model benimsenir bazı durumlarda ise teori inşacı yaklaşım benimsenir. Bu çalışmada teori temelli vaka çalışması tasarısı benimsenmiştir. Bu ekseninde çalışmanın modeli; dijital oyun geliştirme süreci, kültür ve yaratıcı endüstri, hipergerçeklik, sosyal sorumluluk ve denetim süreçlerinin sentezi üzerinden oluşturulmuştur.

Bu kapsamda modele bakıldığında modelin odaklandığı temel noktalardan biri dijital oyunların bir kültür ve yaratıcı endüstrisi ürünü olarak hipergerçeklik kavramıyla nasıl ilişkili olduğudur. Dijital oyunların bir kültür ve yaratıcı endüstri ürünü olarak ele alınarak, sadece eğlence aracı olmaktan çıkıp toplumsal algı ve davranışları şekillendiren önemli bir iletişim aracı haline geldiği kabul edilmektedir. Hipergerçeklik kavramı, bu oyunların gerçeklikle olan ilişkisi ekseninde hem gerçek hem de gerçek olmayan ayrımının silikleştiği bir sentez alanı olarak ele alınmaktadır. Bu süreç aynı zamanda yaratıcı endüstri süreci olarak değerlendirilmektedir.

Literatür incelendiğinde, oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğa dair yeterli çalışmanın olmadığı görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında çalışmada temel olarak oyun geliştirme sürecinde modern teknolojileri kullanarak oyun geliştiren geliştiricilerin sosyal sorumluluk yaklaşımlarının modern veya klasik yaklaşımlardan hangisini benimsediklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Kâr odaklı ama sosyal sorumluluğu işinin parçası olarak gören bir yaklaşımı benimseyen oyun geliştiricilerin, klasik yaklaşım kapsamında oyun geliştirme sürecinde toplumsal katkı ve sosyal sorumluluk boyutunu gerekli görmedikleri düşünülmektedir. Sosyal sorumluluğu kabul eden oyun geliştiricilerin ise modern sosyal sorumluluk perspektifini benimseyerek sosyal sorumluluk ekseninde çalışanlarına, çevreye ve topluma yönelik sorumlulukları önemsedikleri ve bunun toplumsal katkı sağlayacağı düşüncesinde oldukları varsayılmaktadır.

Bu çalışmada ayrıca dijital oyun geliştirme sürecinde Türkiye ve uluslararası düzeydeki denetim mekanizmalarının neler olduğunu benzer veya farklı uygulamaların neler olduğuna dair konular ele alınmıştır. Bu mekanizmalar sadece yaş sınırlamalarıyla mı sınırlı kalmaktadır yoksa daha geniş kapsamda bir düzenleme sistemi mi mevcut ya da devletin kanun, yasalar gibi alanlarla doğrudan bir düzenlemesi ve denetimi var mı gibi

sorulara cevap aranmıştır. Son olarak platformlar, devlet ya da bir sözleşme ile bir denetimin olduğu yerlerde oyun geliştiricilerin ister sadece kar odaklı bir yaklaşımı benimsesin, isterse sosyal sorumlulukların da gözetildiği bir yaklaşımı benimsesin her ikisinin de bir denetime tabii tutulduğu düşünülerek model oluşturulmuştur.



4. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARIN DENETİMİNE İLİŞKİN MEVZUAT

Günümüzde dijital oyun sektörü hem ekonomik hem de kültürel bir güç olarak dünyada önemli bir yer edinmiştir. Ancak bu sektörün hızla büyüyen etkisi, hukuki ve düzenleyici alanlarda bir dizi karmaşık sorunları da beraberinde getirmiştir. Aşağıda uluslararası ve Türkiye kapsamında dijital oyun sektöründe denetimlerin içeriğine yer verilmiştir.

4.1. DİJİTAL OYUNLARIN ULUSLARARASI ALANDA YASAL DÜZENLEYİCİ BAĞLAM

Dijital oyunların çok yönlü yapısı olduğu için yasal düzenlerimin birçok kapsamda değerlendirilmesini zorunlu hale getirmektedir. Bu anlamda öncelikle uluslararası alanda dijital oyunların kurumlar açısından denetimin nasıl yapıldığı ele alınacak ve sonrasında dijital oyunlarda yaş derecelendirme sistemine değinilecektir.

4.1.1 Uluslararası Alanda Denetleme ve Kurumların Rolü

Dijital oyunların teknolojinin gelişmesine bağlı olarak oyun oynayan kitlenin yayılım aralığının geniş olması nedeniyle bağımlılık, veri ihlali gibi birçok sorunu da beraberinde getirebilmektedir. Bu nedenle ülkeler gerek yasal düzenlemeler gerekse oluşturulan kurumlar dahilinde dijital oyunlarda hem oyunu oynayanlara hem de oyunu geliştirenlere yönelik birçok denetim mekanizması oluşturmuştur. Bu kapsamda Çin'de dijital oyun sektörü, hükümetin sıkı düzenlemeleri ve sansür mekanizmalarıyla devamlı olarak kontrol edilmektedir. Bu düzenlemeler hem oyunları oynayan bireyleri korumayı hem de kültürel ve ideolojik normların korunmasını sağlamayı hedefleyerek yapılmaktadır. Ancak bu süreç sektördeki oyun geliştiriciler için karmaşık ve geliştirme sürecinde ve sonrasında baskının olduğu bir ortamı da beraberinde getirdiği söylenebilir. General Administration of Press and Publication(GAPP) ve Ministry of Culture(MOC) bu düzenleyici süreçte kilit rol oynayan iki ana kurumdur (Zhang, 2012, s. 340).

GAPP, dijital oyunların yayınlanmadan önce kapsamlı bir inceleme sürecine tabi tutulmasından sorumludur (Zhang, 2012, s. 341). Bu süreçte oyun şirketlerinin ticari yeterliliği değerlendirilir ve dijital oyun içeriklerinin ulusal düzenlemelere uygun olup olmadığı incelenir. GAPP, oyun yayıncılarına internet yayın lisansı ve içerik onay numaraları gibi belgeler sunarak oyunların yasal olarak piyasaya sürülmesini sağlar. Bu

süreç oyun geliştiriciler için zorlu bir denetim aşaması anlamına gelir çünkü içerik üzerinde yapılan incelemeler sırasında sık sık değişiklikler talep edilmektedir (Feng ve diğerleri, 2023). MOC ise oyunların yayınlanmasından sonra denetim ve gözetim görevini üstlenir (Zhang, 2012, s. 342). MOC ayrıca ithal edilen oyunların içerik incelemelerinde dilsel ve kültürel unsurlara daha fazla odaklanır. Bu bağlamda, oyunlarda kullanılan diyaloglar, şarkı sözleri ve anlatıcı metinler hem Çince hem dijital oyunun geliştirilen orijinal dilinde de incelenerek oyun içeriğinin yerel kültürel değerlere uygunluğu kontrol edilir. Bu durum yerelleştirme uzmanlarının sıkı bir özdenetim uygulamasına neden olmaktadır. Çünkü herhangi bir ihlal durumunda oyunlar yasaklanabilir veya yayın süreci ciddi gecikmelere uğrayabilir (Zhang, 2012, s. 342).

Çin hükümeti ayrıca oyun oynayanların içinde özellikle dijital oyun bağımlılığından ve fiziksel ve zihinsel sağlıklarını korumak amacıyla gençler ve çocuklar için düzenlemeler uygulamaktadır. Bu yönde oyun bağımlılığını önlemek için oyun süresine sınırlamalar getirilmiş ve kimlik doğrulama sistemleri zorunlu hale getirilmiştir (Porwal, 2021, s. 554). Bu sistemler gençlerin yalnızca belirli saatlerde oyun oynamasına izin verirken oyun içi harcamalara da yaşa göre sınırlar getirmektedir (Feng ve diğerleri, 2023, s.2601). Diğer yandan oyunların içeriklerinin ideolojik, ahlaki ve kültürel normlara uygun olması gerektiği vurgulanmaktadır.

Dijital oyun sektörü Güney Kore'nin ekonomik ve kültürel alanında önemli bir yere sahip olmasına rağmen Güney Kore dijital oyun sektöründe oyun oynayanlara karşı sınırlamalar getiren ülkelerden biridir. Çünkü büyük başarıları içinde bulunduran dijital oyun sektörü çocuklar ve gençler üzerindeki potansiyel olumsuz etkiler nedeniyle yoğun tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Bu tartışmaların merkezinde 2011 yılında kabul edilen ve genelde Şartlı Erişim Yasası ya da Cinderella Yasası olarak bilinen bu yasa dijital oyunların denetilmesini sağlayan yasa vardır. Bu yasa ile 16 yaş altı bireylerin gece yarısından sabah 6'ya kadar çevrimiçi dijital oyunlara erişimi engellenmektedir (Lee ve Kim, 2017, s. 59). Amaç gençleri aşırı oyun bağımlılığından, şiddet içerikli davranışlardan ve sosyal alandan soyutlanmalarından korumak olarak belirlenmiştir (Sang ve diğerleri, 2017).

Yasa, oyun geliştiricileri ve yayıncılığı üstlenenleri şartlara uymaları için oyun sistemlerinde yaş ve zaman bazlı kısıtlamalar getirmeye zorunlu tutmuştur (Lee ve Kim,

2017, s. 62). Ancak uygulama sürecinde yasanın çeşitli sorunlara yol açtığı görülmüştür. Örneğin bazı gençlerin ebeveyn hesaplarını kullanarak veya yurtdışı sunuculara erişerek yasağı aşabildikleri bildirilmiştir (Sang ve diğerleri, 2017). Yasanın en büyük eleştirilerinden biri anayasal hakların ihlal edilmesidir. Güney Kore Anayasasının 10. maddesi bireylerin mutluluk arayışı hakkını güvence altına almayı içerirken Şartlı Erişim Yasası bu hakkın gençler üzerindeki uygulanabilirliğini sınırlamış ayrıca ebeveynlerin çocuklarını yönlendirme hakkını da zedelediğine yöneliktir (Sang ve diğerleri, 2017). Güney Kore Anayasa Mahkemesi yasal olarak kabul edilen ve yürürlüğe giren bu yasayı gençlerin refahını koruma fikriyle meşrulaştırılsa da kişisel özgürlüğün ihlaline dair eleştirilerin önüne geçememiştir (Lee ve Kim, 2017, s. 67).

Şartlı Erişim Yasası'nın gençlerdeki oyun bağımlılığının etkisi üzerine yapılan çalışmalar da yasanın belirlenen amaçlara ulaşp ulaşmadığı konusunda çelişkili bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmaya göre yasa, gençlerin uyku sürelerini ortalama 1.5 dakika artırmakla birlikte oyun bağımlılığı oranlarında anlamlı bir azalma sağlamadığına ulaşılmıştır (Lee ve Kim, 2017, s. 13). Şartlı Erişim Yasası, sadece genç kullanıcıları değil aynı zamanda oyun geliştiricileri de etkilediği görülmektedir. Dijital oyun geliştirme şirketleri, bu düzenlemeler nedeniyle ek yazılım geliştirme ve doğrulama sistemleri oluşturma zorunluluğu ile karşı karşıya kalmışlardır (Sang ve arkadaşları, 2017). Ayrıca bu yasanın sadece yerli şirketlere uygulanması, ulusal şirketlerin uluslararası rakiplerine kıyasla dezavantajlı bir duruma düşmesine neden olmakla birlikte oyun şirketleri arasındaki adil rekabet ortamını bozabilmektedir (Lee ve Kim, 2017, s. 67).

Avrupa Birliği ise oluşturduğu General Data Protection Regulation (GDPR)'nin içerisine dijital oyunları da dahil ederek dijital oyun sektörünü denetlemeye çalışmıştır. GDPR, bireylerin kişisel verilerinin korunmasını sağlamak amacıyla 2018 yılında yürürlüğe giren kapsamlı bir düzenlemedir. GDPR, kullanıcıların kişisel verilerinin toplanması, işlenmesi ve paylaşılması süreçlerine şeffaflık getirmekte ve kullanıcı haklarını güçlendirmektedir. Özellikle dijital çağın hızla gelişen veri kullanımına yönelik bu düzenleme, yalnızca Avrupa'da değil, küresel çapta veri koruma standartlarının yükseltilmesine de öncülük etmiştir. GDPR'nin etkisi, kişisel verilerin işlenmesiyle doğrudan ilişki içinde olan dijital oyun sektörü üzerinde belirgin bir şekilde

hissedilmektedir. Dijital oyun sektörü, kullanıcı verilerinin toplanması ve işlenmesi açısından önemli bir yere sahiptir. Oyun şirketleri, kullanıcıların demografik bilgileri, oyun içi davranışsal verileri ve biyometrik verileri gibi çeşitli veriler toplamakta ve bu verileri oyun deneyimini geliştirme, pazarlama stratejileri oluşturma ve gelir artırma stratejileri gibi amaçlarla kullanmaktadır. Ancak bu geniş veri toplama uygulamaları kullanıcıların mahremiyetinin ihlal edilmesine ve güvenlik açıklarına neden olabilmektedir (Russell ve diğerleri, 2018).

GDPR, bu gibi sorunlara yönelik kapsamlı düzenlemeler getirerek kullanıcıların veri üzerindeki haklarını güvence altına almaktadır. GDPR, kullanıcılara verilerine erişim, bu verileri düzeltme veya silme ve verilerin taşınabilirliğini talep etme hakkı tanımaktadır. Kullanıcılar ayrıca verilerinin otomatik işleme tabii tutulmasını reddetme ve yalnızca açık rızaları doğrultusunda işlenmesini talep etme hakkına sahiptir (Burri ve Schär, 2016, s.491). GDPR, şirketlerin veri işleme faaliyetlerini minimum veri toplama ilkesiyle sınırlamasını ve bu faaliyetlerin şeffaf bir şekilde belgelenmesini gerektirir. Ayrıca GDPR, üye ülkelerde bağımsız gözetim otoritelerinin oluşturulmasını öngörmekte ve bu otoritelerin düzenlemelere uyumu denetleme görevini üstlenmesini sağlamaktadır (González López, 2020, s. 31). Bu düzenlemeler dijital oyun şirketleri üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Örneğin dijital oyun şirketlerinden olan Valve, 2020 yılında gizlilik politikasını kullanıcıların verilerine erişim ve verilerin üçüncü taraflarla paylaşımını sınırlayacak şekilde güncellemiştir (González López, 2020, s. 35). Ancak bu tür düzenlemeler özellikle küçük ölçekli oyun şirketleri için önemli operasyonel ve mali yükler yaratabilmektedir. GDPR'nin veri koruma tasarımı ve veri koruma etkisi değerlendirmesi gibi yenilikçi yaklaşımları şirketlerin veri güvenliğini ürün geliştirme süreçlerinin başında dikkate almasını zorunlu kılmaktadır.

Diğer yandan Amerika Birleşik Devletleri'nin çocukların çevrim içi gizliliğini korumak amacıyla çıkarılan Children's Online Privacy Protection Act (COPPA), dijital oyun geliştiricileri üzerinde büyük bir etki yarattığı söylenebilir. Bu yasa ile 13 yaş altındaki çocukların çevrim içi etkinlikleri sırasında topladıkları kişisel verileri düzenlemiş ve bu verilerin ebeveyn izni olmadan işlenmesini engellemiştir (Federal Trade Commission, 2020). COPPA'nın pratikte uygulanması görevini Federal Trade Commission (FTC) üstlenerek denetim ve yaptırım mekanizmalarını harekete

geçirmektedir. FTC, çocukların gizliliğini ihlal eden geliştiricilere büyük miktarlarda para cezaları uygulamıştır (Federal Trade Commission, 2020). Örneğin YouTube 2019 yılında 170 milyon dolar ceza alarak COPPA'nın etkilerinin çarpıcı bir örneğini oluşturmuştur (Smith, 2021, s. 45).

Dijital oyun sektörü içerisinde bulunan özellikle mobil oyun geliştiricileri, COPPA ile uyumluluk sağlamak için çeşitli stratejiler geliştirmiştir. Kullanıcı yaşını doğrulama sistemleri, ebeveyn izni alma mekanizmaları ve toplu veri anonimleştirme teknikleri bu stratejiler arasında sayılabilir. Ancak bu tür düzenlemeler geliştiricilere ek maliyetler getirmekte ve küçük çapta şirketler için büyük bir engel oluşturabilmektedir. Dijital oyun geliştiricileri COPPA'nın gerektirdiklerine uygun bir şekilde oyun geliştirebilmek için yenilikçi çözümler üretmeye çalışmaktadır. Bu tür çözümlerin yanında sektörün farkındalık kampanyaları ve eğitim programları ile desteklenmesi de önemlidir. FTC'nin görevleri dahilinde sadece yaptırımların uygulanarak ceza verilmesiyle kısıtlı değildir. FTC aynı zamanda oyun geliştiricilerden oyun geliştirme süreci içerisinde COPPA'ya uyum planı sunmalarını talep edilmektedir. Bu planlar veri toplama ve işleme prosedürlerini, kişisel verilerin korunmasına yönelik önlemleri ve çocukların gizliliğini koruma hedeflerini kapsamaktadır (Federal Trade Commission, 2020).

4.1.2. Uluslararası Yaş Derecelendirme Sistemleri

Bu başlıkta uluslararası alanda oyun geliştiricilerin geliştirdikleri dijital oyunu kullanıcılara yayınlarken oyunun içeriğine göre belirtmek zorunda oldukları yaş derecelendirme sistemi açıklanmıştır.

4.1.2.1. PEGI (Pan European Game Information) Derecelendirme Sistemi

Avrupa'da dijital oyunlarının içeriğini değerlendirme ve bu içeriğin yaş gruplarına göre sınırlarını belirlemek için kullanılan bir derecelendirme sistemidir. 2003 yılında oluşturulan ve kullanılmaya şu anda devam eden PEGI, Avrupa'nın çeşitli ülkelerindeki oyunculara oyunların içeriği hakkında bilgi vererek ebeveynlerin ve tüketicilerin bilinçli oyun seçimleri yapmalarını sağlamaktadır (Bänsch, 2019, s.289). PEGI, oyuncuları özellikle çocukları korumak ve ebeveynlere rehberlik etmek için dijital oyunlarının içeriğini değerlendirir. Oyunların yaş sınırlarını belirleyerek oyun oynayan çocukların uygun olmayan içeriklere maruz kalma riskini azaltmaya çalışır. Bu

derecelendirme sistemi, oyunların içeriği hakkında net bilgi sağlayarak tüketicilerin bilinçli seçimler yapmalarında yardımcı olur. PEGI derecelendirme sistemi temel olarak Avrupa ülkelerinde, örneğin Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya, İtalya, Hollanda gibi, kullanılsa da aynı zamanda Avrupa Ekonomik Alanı'nda (AEA) bulunan ülkelerde de örneğin Norveç, İsviçre, İzlanda gibi, kullanılmaktadır. PEGI içerisinde kuralları kabul eden ve sözleşme dahiline gire herhangi dijital oyunların yayıncıların uyması gereken davranış kuralları bulunmaktadır (Bänsch, 2019, s.289).

Oyun geliştiricileri, PEGI'ye oyunlarının içeriği hakkında doğru ve eksiksiz bilgi sağlamakla yükümlüdür. Bu, oyun içeriğindeki şiddet, korku, cinsellik, dil ve diğer olgun unsurların açıkça belirtilmesini içerir. PEGI sistemi içerisinde belirli yaş sınırlarına hitap eden oyunların içeriğinde uygun olmayan, örneğin şiddet, cinsellik, kaba dil gibi unsurların kısıtlanması gerekmektedir. Oyun geliştiricileri, PEGI yaş etiketlerine ait simgeleri oyun ambalajlarında ve tanıtım alanlarında doğrusunu kullanmalıdır. Ayrıca oyun geliştiricileri tüm kullanıcıların güven içinde olduğu toplumun değerlerine uygun içerikler dahilinde oyun geliştirmeli ve zararlı içeriklerden uzak durmalıdır. PEGI için geçerli yaş etiketler aşağıdaki gibidir;

	Bu etiket tüm yaş grupları için uygun kabul edilir. Çocukları korkutacak herhangi bir ses veya resim içermemelidir.		Dijital oyunlarda gerçek hayattakine benzer seviyede şiddet veya cinsel aktivite içerebilir. Ayrıca kötü dil kullanımı daha aşırı olabilirken, tütün, alkol veya yasadışı uyuşturucu kullanımı da mevcut olabilir.
	Dijital oyunlarda çok hafif şiddet biçimlerine (ima edilen, ayrıntılı olmayan veya gerçekçi olmayan şiddet) izin verilir.		Dijital oyunlarda yetişkin içeriklerin olmasıdır. Şiddet düzeyi yüksek, görünüşte nedensiz öldürme veya savunmasız karakterlere yönelik şiddetin tasvir edildiği bir aşamaya ulaştığında kullanılır.
	Fantastik karakterlere yönelik biraz daha grafik nitelikte şiddet veya insan benzeri karakterlere yönelik gerçekçi olmayan şiddet gösteren video oyunları bu yaş kategorisine girecektir.		

Tablo 3: PEGI Yaş Etiketleri Sınıflandırması (PEGI, 2023)

4.1.2.2. ESRB (Entertainment Software Rating Board) Derecelendirme Sistemi

Entertainment Software Rating Board (ESRB), 1994 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulmuş ve yayınlanan dijital oyunların ve uygulamaların içeriğini yaşa bağlı olarak derecelendiren kuruluştur. ESRB'nin derecelendirme sisteminde dijital oyunları veya uygulamaları yayınlayanların bu kuralları uygulaması beklenmektedir fakat yaş derecelendirme sisteminde çocuklara kısıtlı olan dijital oyunların ya da uygulamaların satımının engellenmesi için çeşitli destekleyici uygulamalar bulunmaktadır (Samur ve Horzum, 2022, s.3). ESRB, dijital oyunlar ve uygulamalara yönelik ebeveyn rehberliği sağlayarak oyuncuların ve ailelerin bilinçli olarak satın almaya yönelik seçimler yapmalarında öncülük eder. ESRB derecelendirme sistemi derecelendirme kategorileri, içerik tanımlayıcıları ve etkileşim öğeleri olmak üzere üç kısımdan meydana gelir. Derecelendirme kategorileri dijital oyunların hangi yaşın oynayabileceğini ifade eder. ESRB'nin yaş etiketleri tablo 1.2'de verilmiştir;

	İçerik genel olarak her yaşa uygundur.		İçerik yalnızca 18 yaş ve üzeri yetişkinler için uygundur.
	İçerik 10 yaş ve üzeri için uygundur.		Henüz nihai bir ESRB derecelendirmesi belirlenmemiştir.
	Genç İçerik genellikle 13 yaş ve üzeri için uygundur.		Büyük ihtimalle Yetişkin 17+ Henüz nihai bir ESRB derecelendirmesi verilmedi ancak Yetişkin 17+ olarak derecelendirilmesi bekleniyor.
	İçerik genellikle 17 yaş ve üzeri için uygundur.		

Tablo 4:ESRB Yaş Etiketleri (ESRB, 2023)

Diğer bir kısım olan içerik tanımlayıcıları ise oyun içeriğinde şiddet, kumar gibi endişe uyandırabilecek alanların belirlenmesinde kullanılır. Etkileşim ögesi ise oyun içinde satın almalar, konum paylaşımı gibi içeriğin endişeye neden olabileceği bir ihtimalin olduğu fakat yayınlanmasında herhangi bir derecelendirmeye sisteminde engel çıkmamasını ifade eder (ESRB, 2023). ESRB'nin oyunlar açısından fiziksel oyun ve dijital oyunun derecelendirilmesi olarak iki farklı derecelendirme durumu vardır. Kutu oyunları gibi fiziksel olarak satışa sunulan oyunlarda oyunun oynanışından tanıtımına kadar geçen süreç derecelendirme kategorileri, içeriğin tanımlanması ve etkileşimli unsurlar dahilinde incelenir. Bu değerlendirme süreci sonunda yayıncı bilgilendirilir ve eksikler varsa giderilip tekrar değerlendirme süresine alınabilir (ESRB, 2023). Dijital oyunlar platformlar üzerinden yayınlanmadan önce oyun geliştiricileri derecelendirme kategorileri, içeriğin tanımlanması ve etkileşimli unsurları kapsayan anketleri kuruma göndermek için hazırlarlar (ESRB, 2023). Dijital oyunlar yayımlandıktan sonra ise derecelendirme sistemine aykırı bir uygulama gerçekleştirilirse gerekeni yapılması için harekete geçilir (ESRB, 2023).

4.1.2.3. Diğer Derecelendirme Sistemleri

Dijital oyunların derecelendirilmesinde PIGE ve ESRB kullanıldığı gibi bunların dışında bazı ülkelerin kendilerine ait olan çeşitli derecelendirme sistemleri de bulunmaktadır. Almanya'da Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle(USK) dijital oyun dernekleri tarafından 1994 yılında Berlin'de kurulmuş ve yaşa göre derecelendirmeyi belirleyen kar amacı gütmeyen bir kurumdur (USK, 2023). Çocukların dijital oyunlarda rahatsız edici içeriğe maruz kalmamalarına ve ebeveynleri bilinçli bir şekilde seçim yapmalarına yardımcı olmaktadır. Dijital oyunun yaş aralığına göre derecelendirme etiketleri tablo 1.3'te verilmiştir;

	Herkes için uygun olan oyunlar.		16 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.
	6 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.		18 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.
	12 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.		

Tablo 5:USK Yaş Derecelendirme Etiketleri (USK, 2023)

Avustralya’da ise dijital oyunlar veya platformlarda yayınlanan uygulamalar Sınıflandırma Kurulunun kararı ile belirli bir yaşa derecelendirilmesi belirlenin ve süreç kurul tarafından kontrol edilir (Samur ve Horzum, 2022, s.3). Burada kurallar katı ve eğer derecelendirme kurallarına uyulmazsa dijital oyunun kaldırılabilir.

Japonya’da ise 2002 yılında kurulan Computer Entertainment Rating Organization (CERO), kurum tarafından belirlenen yaş derecelendirme sistemi kullanılmaktadır (CERO, 2023). Temel olarak dijital oyunların içeriğinin hangi yaşa hitap ettiğini belirtmektedir. Kullanılan yaş derecelendirme etiketleri tablo 1.4’te verilmiştir:

	Her yaş grubu için uygun olan oyunlar.		17 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.
	12 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.		18 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.
	15 yaş ve üzeri için uygun olan oyunlar.		

Tablo 6:CERO Yaş Derecelendirme Etiketleri(CERO, 2023)

4.2. DİJİTAL OYUNLARIN TÜRKİYE'DE DİJİTAL OYUNLARI DÜZENLEYİCİ BAĞLAM

Dijital oyun sektörü Türkiye’de de son yıllarda büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Uluslararası alanda olduğu gibi Türkiye’de de hem oyunu oynayan sayısındaki artış hem de oyun geliştiricilerin dijital oyun alanına yönelmesiyle dolaylı yoldan sürecin düzenlenmesine yönelik adımlar atılmıştır. Öncelikle yönetmelikle dijital oyun geliştiricilerin geliştirdikleri oyunların haklarını korumak ve fikir hırsızlığı gibi konuların önüne geçilmesi için kayıt ve tescil sürecin de sinema filmleri için öncesinde geliştirilmiş sistemlerden yararlanılarak 2006 yılında Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğü’nün aracılığıyla düzenlemeler getirilmiştir (Sepetçi, 2021, s. 516). Bu bağlamda dijital oyunlar da diğer görsel ve işitsel eserler gibi eser tanımı olarak değerlendirilerek bu yönetmelik ile koruma altına alınmıştır (Fikir ve Sanat Eserlerinin Kayıt ve Tescili Hakkında Yönetmelik, 2006). Tescil edilmesi adına süreçte zorunlu ve isteğe bağlı olmak üzere iki tescil vardı. Bunlardan ilki olan zorunlu tescilde Fikir ve Sanat Eserlerinin Kayıt ve Tescili Hakkında Yönetmeliğinin 5. maddesine göre dijital oyunların kayıt ve tescili mali ve manevi hakların korunması ve hak sahipliğinin ispatı için şarttır (Fikir ve Sanat Eserlerinin Kayıt ve Tescili Hakkında Yönetmelik, 2006).

Oyun geliştirici şirketler kendilerine özgü senaryo ve özgün müzik gibi belgelerle birlikte başvurularını yaparak başvuruları onaylanırsa tescil belgelerini alabilmektedirler. Fakat burada indie oyun geliştiricilerin büyük şirketlere oranla sınırlı kaynaklara sahip olmaları nedeniyle senaryo ve müzik gibi diğer belgelerin temininde bulunamayabiliyorlar. Diğer tescil süreci ise yönetmeliğin 7. Maddesi olan isteğe bağlı tescil ile zorunlu tescil kapsamı dışındaki eserler için isteğe bağlı olarak kayıt ve tescil imkanı sunar (Fikir ve Sanat Eserlerinin Kayıt ve Tescili Hakkında Yönetmelik, 2006). Bu tescil süreci de kısıtlı imkanlara sahip indie geliştiriciler için maddi bir yük oluştursa da isterlerse eserlerinin taklit edilmesi gibi ihlallere karşı korunması konusunda avantaj sağlar.

Diğer yandan son yıllarda sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirme faaliyetleri ile oyun oynayan bireylere karşı sorumluluk aldıkları görülmüştür. Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği (TOGED) ve Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) dijital oyunlarla ilgili oyunu oynayanlara ve ebeveynlere karşı farkındalık kampanyaları

ve etkinlikler düzenleyerek önemli rol oynamıştır. BTK tarafından 2018’de oluşturulan Güvenli Oyna platformu oyunu oynayanlara güvenli bir dijital oyun deneyimi için rehber olmak ve özellikle ebeveynlere rehberlik ederek çocukların dijital oyunları oynarken güvende olmaları için adım atmak amacıyla tasarlanmıştır (Dijital Oyunlar Bilgi Platformu, 2024). Bu platform popüler oyunların incelemeleri, ebeveyn kontrol araçları ve dijital oyunlarla ilgili bilinçlendirme yazıları sunmaktadır. TOGED(Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği) diğer yandan sektörel çalıştaylar ve sempozyumlar düzenleyerek oyun geliştiricilerine ve oyunculara rehberlik etmeyi amaçlamaktadır (TOGED, 2024).

Türkiye’de dijital oyunların içerik düzenlemesi ve sınıflandırılmasına yönelik uzmanlaşmış bir birim veya mevzuat eksikliği devam etmektedir. Bu durum özellikle çevrimiçi platformlarda çocukların karşılaşabileceği risklere karşı etkili bir denetim mekanizması oluşturulmasını zorlaştırdığı söylenebilir.

Türkiye’de kendine ait dijital oyunların ve uygulamaların derecelendirme sistemi yoktur. Fakat Google Play Store, Steam gibi dijital oyun yayınlama platformlarında dijital oyun geliştiren firmalar ve bağımsız oyun geliştiriciler PEGI veya ESRB sistemlerini kullanabilmektedirler. Bu anlamda dijital oyunlarda çocuklara veya ebeveynlere yönelik olarak resmi bir derecelendirme sistemi dahilinde bilinçlendirme yapabilecek sistematik ve kurumsal bir yapı dahilinde mevzuatlar görülmemektedir (Sepetçi, 2020, s.517). Fakat son yıllarda dijital oyunlarda çocukların maruz kalmaması gereken durumlar hakkında ebeveynleri bilinçlendirme çalışmaları farklı yollarla yapıldığı söylenebilir. Örneğin Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) tarafından ebeveynlere denetim araçlarının tanıtılması ve bilimsel çalışmalar yer aldığı guvenlioyna.org.tr oluşturulmuştur (Sepetçi, 2020, s.517). Ayrıca literatürde Türkiye’nin kültürel ve toplumsal yapısı dahilinde oluşturulan yaş derecelendirme etiketleri öneri de bulunmaktadır. Buna öneride yaşa göre Piaget’in bilişsel gelişim kuramı dahilinde bir derecelendirme sistemi oluşturulmuştur. Bu yaş derecelendirmeleri şöyledir; (Samur ve Horzum, 2022, s.8)

- 3+: Okul Öncesi
- 6+: İlkokul başlangıç dönemi
- 9+: İlkokul sonu

- 12+: Ortaokul dönemi
- 15+: Lise dönemi
- 18+: Yetişkin



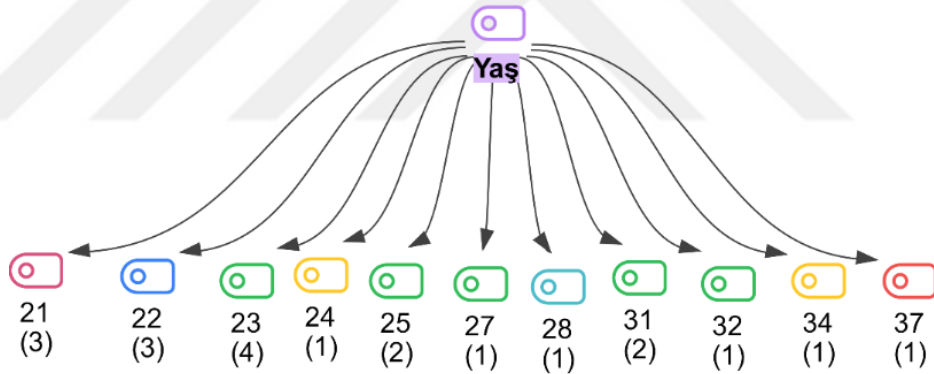
5.BÖLÜM

BAĞIMSIZ DİJİTAL OYUN GELİŞTİRİCİLERİN OYUN GELİŞTİRME SÜREÇLERİ VE BU SÜREÇTE SOSYAL SORUMLULUĞUN YERİ

Bu çalışmanın temel amacını dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirme süreçleri, bu süreçte temele aldıkları faktörler ve oyun geliştirirken sosyal sorumluluk ve toplumsal katkı konularına ilişkin bir farkındalıkları olup olmadığı ve eğer varsa bu kapsamda nelere dikkate edildiğinin ortaya konulması oluşturmaktadır. Bu bölümde çalışmadan elde edilen temel bulgulara yer verilmiştir.

5.1. KATILIMCILARIN SOSYODEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

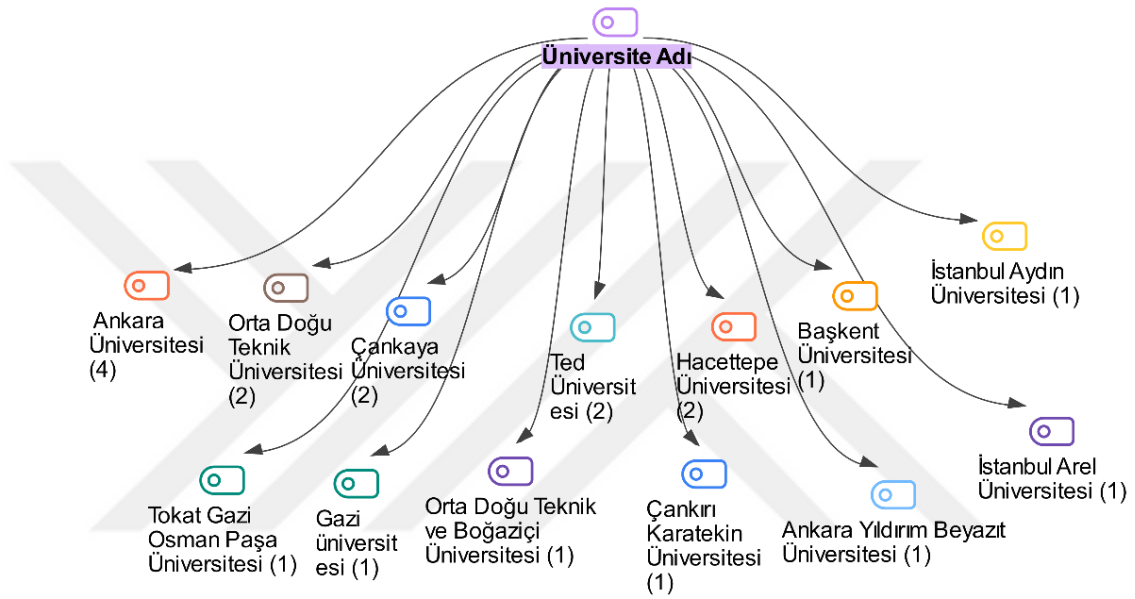
Demografik özelliklerin analizine dayanan bu bölümde çalışmaya katılan katılımcıların cinsiyet, yaş, üniversite bölümü, üniversite adı, mezun durumu, medeni durum ve meslek bilgilerine aşağıda yer verilmiştir. Çalışmada yer alan 20 katılımcıdan 16 katılımcı erkek ve 4 katılımcı kadındır.



Şekil 4: Katılımcıların Yaş Dağılımı

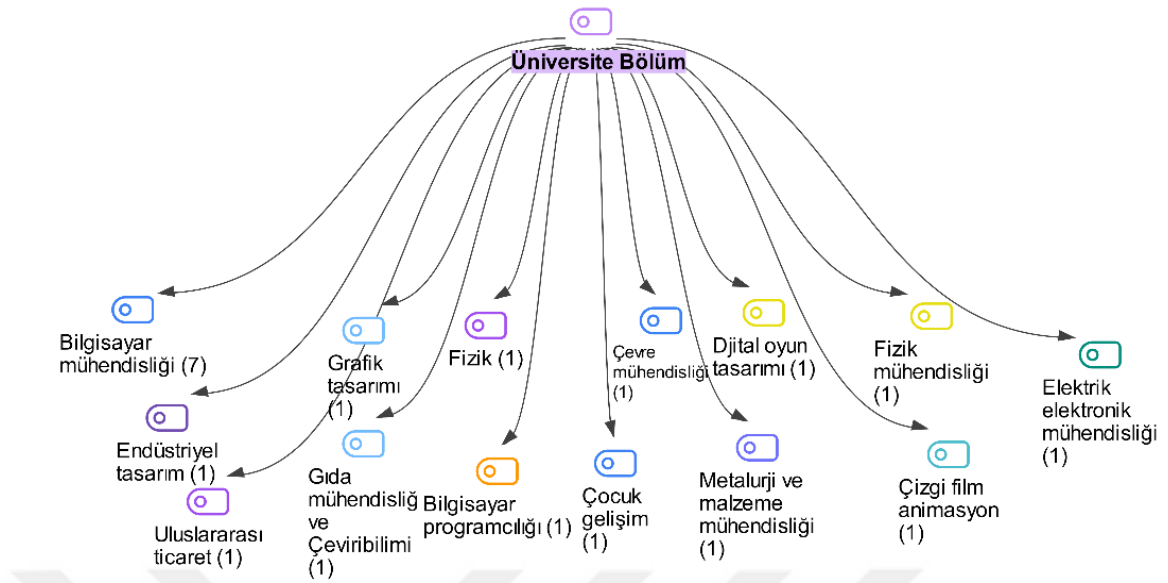
Katılımcıların yaşlarına bakıldığında 20 katılımcıdan 3 katılımcı 21 yaşında, 3 katılımcı 22 yaşında, 4 katılımcı 23 yaşında, 1 katılımcı 24 yaşında, 2 katılımcı 25 yaşında, 1 katılımcı 27 yaşında, 1 katılımcı 28 yaşında, 2 katılımcı 31 yaşında, 1 katılımcı 32 yaşında, 1 katılımcı 34 yaşında ve 1 katılımcı 37 yaşında olduğu görülmektedir. Katılımcılara kartopu örnekleme ile ulaşılması nedeni ile yaşlarının yakın aralıkta olduğu düşünülebilir, ancak bu oyun akademisine başlama yaş sınırının olması ve alanda çalışanların genel gözlemlerinin de oyun geliştiricilerin orta yaşın altında oldukları bilgisi ile birlikte düşünüldüğünde beklendik bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Katılımcıların medeni durumları sorulduğunda; 20 katılımcıdan 19 katılımcı bekar ve 1 katılımcı evli olduğu ifade etmiştir. Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında 7 katılımcı 4 yıllık üniversite öğrencisi, 12 katılımcı 4 yıllık üniversite/lisans mezunu ve 1 katılımcı 2 yıllık üniversite/önlisans mezunudur. Tamamı bir şekilde üniversite eğitimi alan katılımcıların eğitim düzeyleri konusuna özel bir kota ya da seçici bir kriter olmadığı halde bu alandan gelen bir durumdur. Alanda çalışanların söylemleri de bu işi üniversite öğrencisi ya da mezunlarının yaptıkları söylemi ile uyumludur.



Şekil 5: Katılımcıların Okudukları Üniversitenin Adı

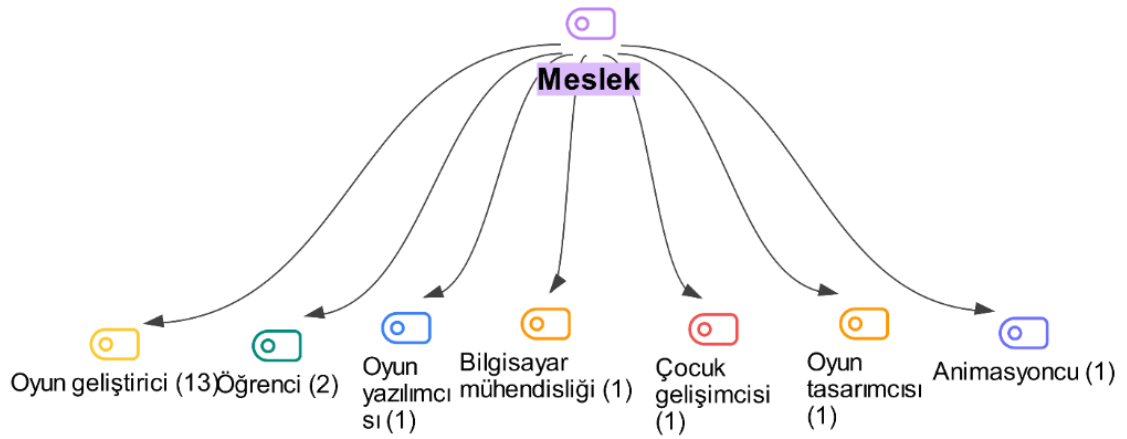
Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim aldıkları üniversitelere bakıldığında; Ankara Üniversitesinde eğitim gören 4 katılımcıdan biri 2 yıllık bölümde eğitim görmüştür, Ted Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Çankaya Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesinde eğitim gören ikişer katılımcı ve Gazi Üniversitesi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi, Tokat Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Başkent Üniversitesi ve Çankırı Karatekin Üniversitesinde eğitim gören birer katılımcı olduğu görülmektedir. Hem devlet hem de vakıf üniversitelerinden öğrencilerin olduğu katılımcılarımızın farklı üniversitelerden mezun olması araştıma alanının beraberinde getirdiği bir durumdur.



Şekil 6: Katılımcıların Okudukları Üniversitenin Bölümleri

Katılımcıların üniversitede okudukları bölümlere bakıldığında katılımcılardan bu alanda çalışmaya yakın olduğu düşünülen Bilgisayar Mühendisliği bölümü öğrencisi olduğunu belirten 7 katılımcı olduğu görülmektedir. Ayrıca Fizik Mühendisliği, Çevre Mühendisliği, Elektrik Elektronik Mühendisliği gibi teknik bölümlerden katılımcılar olduğu gibi Grafik Tasarımı, Çizgi Film Animasyon, Dijital Oyun Tasarımı gibi yaratıcı alanlarda da eğitim alan katılımcılar bulunmaktadır. Diğer katılımcılar ise Uluslararası Ticaret, Çocuk Gelişimi, Fizik ve Endüstriyel Tasarım gibi bölümlerden olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum farklı disiplinlerden katılımcıların oyun geliştirme sektörüne ilgi duyduğunu göstermektedir.

Katılımcılara üniversiteden mezun olup olmadıkları sorulduğunda; 20 katılımcıdan 13 katılımcı üniversiteden mezun olduğunu belirtirken 7 katılımcı henüz mezun olmadığını ifade etmiştir.



Şekil 7: Katılımcıların Meslek Dağılımı

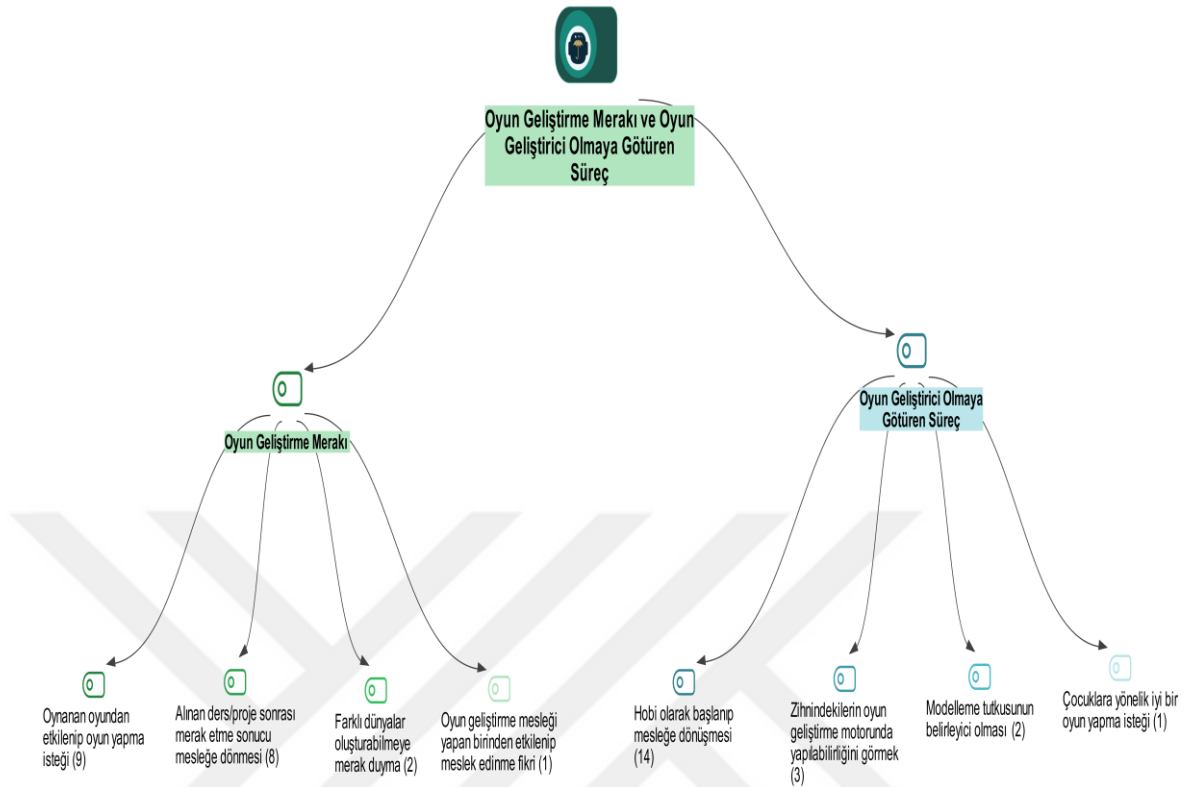
Katılımcılara mesleklerinin ne olduğu sorulduğunda; 20 katılımcıdan 13 katılımcı oyun geliştirici, 2 katılımcı öğrenci, 1 katılımcı oyun tasarımcısı, 1 katılımcı bilgisayar mühendisi, 1 katılımcı çocuk gelişimci, 1 katılımcı oyun tasarımcısı ve 1 katılımcı animasyoncu olduğunu ifade etmiştir. Öğrenci, bilgisayar mühendisi ve çocuk gelişimi dışında meslek ifade edenlerin daha çok oyun geliştirme bağlamında bu soruyu yanıtladıkları görülmektedir.

5.2. OYUN GELİŞTİRİCİ OLMA SÜRECİ

Bu kısımda çalışmada yer alan bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirici olma süreçlerine dair elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu kapsamda öncelikle oyun geliştirme alanına ilgi duymaya başlama süreçleri ve oyun geliştirmeyi kariyer yolu olarak benimseme kararlarına ilişkin bilgiler verilmiştir. Sonrasında dijital oyun geliştirmenin içerisinde yer alan bağımsız oyun geliştiricilerin dijital oyun, oyun geliştirici ve bağımsız oyun geliştirici kavramlarına nasıl bir anlam yüklediklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Bu başlığın en sonunda ise bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirici olma ve oyun geliştirme sürecinde hangi amaçları benimsedikleri katılımcı ifadeleri ile sunulmuştur.

5.2.1. Oyun Geliştirme Merakı ve Oyun Geliştirici Olmaya Götüren Süreç

Çalışmada yer alan bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirici olma süreçlerini anlayabilmek adına oyun geliştirme alanına yönelik meraklarının nasıl geliştiği ve oyun geliştirmeyi meslek olarak yapma kararını nasıl aldıklarına ilişkin bulgular aşağıda verilmiştir.



Şekil 8: Oyun Geliştirme Merakı ve Oyun Geliştirici Olmaya Götüren Süreç

Oyun Geliştirme Merakı

Katılımcılara oyun geliştirme alanına yönelik meraklarının nasıl geliştiği sorulduğunda 4 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; oynanan oyundan etkilenip oyun yapma isteği, alınan ders/proje sonrası merak etme sonucu mesleğe dönmesi, farklı dünyalar oluşturabilmeye merak duyma ve oyun geliştirme mesleği yapan birinden etkilenip meslek edinme fikri şeklindedir. Bunlardan ilk tema olan oynanan oyundan etkilenip oyun yapma isteği olduğunu belirten 9 katılımcıdan(A3, A4, A5, A6, A7, I3, I6, I9, I10) katılımcı A5 milli unsurlar içeren yerel oyunların kendilerinde ilham uyandırdığını ve kültürel değerlerin oyunlar aracılığıyla dünyaya tanıtılabileceği fikrinden etkilendiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“En önemli faktörlerden biri dediğim gibi ortaokulda oynamış olduğum Türk oyunu olan İstanbul Kıyamet Vakti vardı. Bir oyun içerisinde kendi milli unsurlarımızı görmek beni etkilemişti ve bu şekilde kendimizi dünyayı kanatabileceğimiz algısı beni cazip eden şeylerden birisi.”

Katılımcılara oyun geliştirme alanına yönelik meraklarının nasıl geliştiği sorulduğunda ulaşılan 4 temadan ikincisi olan alınan ders/proje sonrası merak etme sonucu mesleğe dönmesi olarak belirten 8 katılımcıdan(A1, A9, I1,I2,I4,I5, I7, I8) katılımcı I4 aldığı ders sonrası kazandığı güven ile bu alanda daha derinlemesine bilgi edinme ve kendini geliştirme isteği duymaya başladığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Okulumuzda video oyunu tasarımı adlı bir ders açıldı. Bu dersi aldıktan sonra kendime gerçekten tasarımda alanında böyle güven geldikten sonra oyun tasarımına giriş yapma kararı aldım.”

Katılımcılara oyun geliştirme alanına yönelik meraklarının nasıl geliştiği sorulduğunda ulaşılan 4 temadan üçüncüsü olan farklı dünyalar oluşturabilmeye merak duyma olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A8, A10) katılımcı A8 dijital oyun geliştirme alanında onu en cezbeden yönün kendi oluşturduğu bir evrende diğerleri hakkında karar alabilmek olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dediğim gibi farklı dünyayı oluşturmak. Benim oluşturduğum dünyada insanların benim karar verdiğim şekilde, mekanizmalar içerisinde mekanikler içerisinde oyunu oynayıp eğlenmesi, şaşırması ve merak uyandırması gibi şeyler ilgimi çekti.”

Katılımcılara oyun geliştirme alanına yönelik meraklarının nasıl geliştiği sorulduğunda ulaşılan 4 temadan dördüncüsü ve sonuncusu olan oyun geliştirme mesleği yapan birinden etkilenip meslek edinmeye ilgi duyduğunu belirten katılımcı A2 oyun geliştiricisinin deneyimlerini kendisine aktarmasıyla mevcut meraklarını pekiştirmiş ve alana yönelik motivasyonlarını artırarak kariyer yolculuğunu başlamasında etkili olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Üniversite birinci sınıfta bizim okulumuza birisi gelmişti. Oyun geliştirici olduğunu söyledi ve kendi şirketini tanıttı. Biz de 3-4 arkadaş başlamıştık dedi. Adam işte aldığı maaşı, yaptığı işi her şeyi anlattıktan sonra böyle bir gaza gelmiştik. Zaten benim de içimde vardı. Ben tek başıma devam ettim. O da bir etkendir.”

İmkanlar olsun iş olsun benim hep aklımda vardı. Hoşuma gidiyordu kısacası.”

Oyun Geliştirici Olmaya Götüren Süreç

Katılımcılara oyun geliştirmeyi meslek olarak yapma kararını nasıl aldıkları sorulduğunda alınan cevaplardan 4 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; hobi olarak başlanıp mesleğe dönüşmesi, zihnindekilerin oyun geliştirme motorunda yapılabilirliğini görmek, modelleme tutkusunun belirleyici olması, çocuklara yönelik iyi bir oyun yapma isteği şeklindedir. Bunlardan ilk tema olan hobi olarak başlanıp bunun mesleğe dönüşmesi olduğunu belirten 14 katılımcıdan(I2, I3, I4, I5, I6, I8, I9, I10, A2, A5, A6, A7, A8, A10) A2 çocukluğundan itibaren oyunlara duyduğu tutku, belirli hedeflere ulaşma arzusu, bu alana ilgisinin artması ve keşfetme isteği ile kariyer seçimlerini şekillendirdiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bu aslında benim küçükken oynadığım oyunlarla alakalıydı. Ben bilgisayarla ilk tanıştığımda Call Of Duty dediğimiz bir oyunla başladım. Bu bilgisayarla ilk tanışma sürecimdi. Küçükken bunun başına çok fazla vakit geçirdiğinde oyunlarla bir haşır neşir olmaya başlamıştım. Sonra yazılım öğrenmek istedim. Yazılımla da sevdiğim tarafı birleştirdiğimde bu alan çıktı. Hobim yüzünden başladım diyebilirim.”

Katılımcılara oyun geliştirmeyi meslek olarak yapma kararını nasıl aldıkları sorulduğunda ulaşılan 4 temadan zihnindekilerin oyun geliştirme motorunda yapılabilirliğini görmek olduğunu belirten 3 katılımcıdan(A9, I1, I7) katılımcı A9 dijital oyun geliştirmeyi meslek olarak seçme kararına nasıl vardığını anlatırken, daha önce kendi başına senaryolar oluşturduğunu ve bu süreçte karşılaştığı tek kişilik oyunların yapımının mümkün olduğunu görmesinin, ona büyük bir ilham kaynağı olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ya benim aklımdaki işte daha öncesinde zaten bu sektöre geçmeden önce de. Kendi kendime böyle senaryolar oluşturuyordum hani hikaye gibi. Sonrasında karşıma böyle işte tek kişinin yaptığı oyun şöyle, tek kişinin yaptığı oyun böyle, işte

Unity ile oyun yapmak çok kolay. Hani aslında yapılabilirliğini gördükten sonra o biraz beni tetiklemeye başladı.”

Katılımcılara oyun geliştirmeyi meslek olarak yapma kararını nasıl aldıkları sorulduğunda ulaşılan 4 temadan üçüncüsü olan modelleme tutkusunun belirleyici olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(A1, A4) katılımcı A1 aklında kurguladığı ya da hayal ettiği unsurları somut ve görselleştirilmiş bir şekilde ortaya koyabilmekten büyük bir keyif aldığını belirtmiştir. Katılımcı aynı zamanda bu tasarımları bir oyun içinde hayata geçirip, bunu eğlenceli bir deneyime dönüştürmenin kendisi için bu mesleği seçmede önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Çok iyi bir gamer değilim açıkçası ama oyun geliştirici olmaya modelleme ile birlikte başladım. Yani modelleme nasıl hoşuma gitti onu söylersem herhalde bunun da cevabını vermiş olurum. Kafamda kurguladığım ya da gözümü kapatınca hayal edebildiğim şeyleri böyle neredeyse somut bir şekilde görebiliyorum yani görselleştirilmiş bir şekilde görebildiğim için bu çok hoşuma gitmeye başladı. Bir de oyun tarafında kafamda bir şey kurguluyorum ve onun eğlenceli olabileceğini düşünüyorum. Sonra onu gerçekten oyun motorunun içinde oynuyorken görünce aynı eğlenceyi veriyorsa bu hissi yakalamak inanılmaz hoşuma gidiyor. Oyun sektörüne başlamamın sebebi buydu.”

Katılımcılara oyun geliştirmeyi meslek olarak yapma kararını nasıl aldıkları sorulduğunda ulaşılan 4 temadan dördüncü ve sonuncu olan çocuklara yönelik iyi bir oyun yapma isteği olduğunu belirten katılımcı A3 çocukların sağlıklı sosyal ve zihinsel gelişimlerini desteklemek adına oyunları bir araç olarak kullanma hedefiyle mesleğe başladığını şu sözlerle ifade etmektedir:

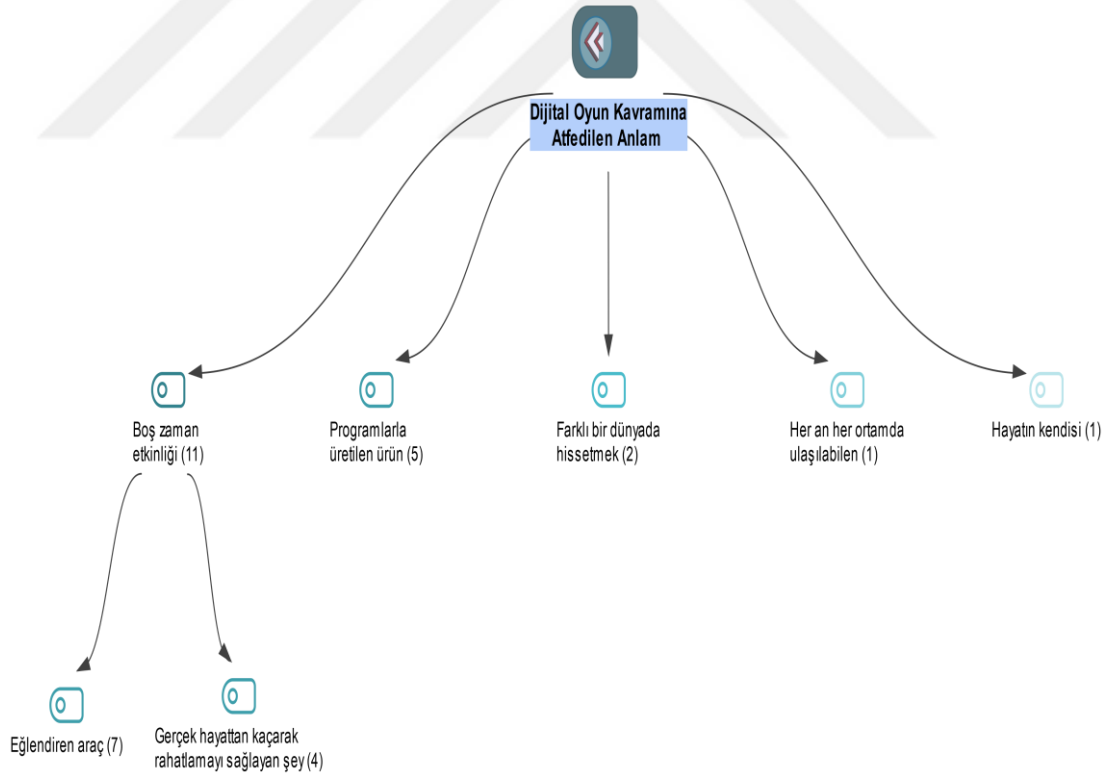
“Günümüzün hemen her çocuk mutlaka oyun, dijital oyun oynuyor. Aslında dijital olmayanları oynamaları gerekiyor. Sosyal gelişimleri bu şekilde daha desteklenir ama günümüzde anne ve babanın çalışmasıyla çocuğun bakıcısı olan kişinin genelde çocuğa teknolojik aletleri verip gidiyor ya da anne baba

işten yorgun argın geldiği için çocuklarıyla ilgilenemedikleri için haliyle çocukları illaki bir şeyle oyalamak istiyor. Evde ses çıkaramadıkları için mutlu oluyorlar. Böyle tehlikeli durumlar var. Ayrıca bizim bile kendimizi kontrol edemediğimiz zamanlar oluyor. Bu nedenle bu çocuklar masum korunmaya muhtaçlar. Ben de güvenilen ve doğru içerikleri çocukların oynaması için sunmak istiyorum. Oyunumu çocuklar oynamasını istiyorum.”

5.2.2. Dijital Oyun, Oyun Geliştirici ve Indie/Bağımsız Oyun Geliştirici Kavramlarına Atfedilen Anlam

Burada çalışmada yer alan katılımcıların dijital oyun geliştirmesinde görev alan bağımsız oyun geliştiricilerin dijital oyun, oyun geliştirici ve bağımsız oyun geliştirici kavramlarına nasıl bir anlam atfettiklerine dair bulgulara yer verilmiştir.

Dijital Oyun Kavramına Atfedilen Anlam



Şekil 9: Dijital Oyun Kavramına Atfedilen Anlam

Katılımcılara onlara göre dijital oyun kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda 5 temaya ulaşılmıştır. Bu temalar; boş zaman etkinliği, programlarla üretilen ürün, farklı

bir dünyada hissetmek, her an her ortamda ulaşılabilen ve hayatın kendisi şeklinde dir. İlk tema olan boş zaman etkinliği temasının eğlendiren araç ve gerçek hayattan kaçarak rahatlamayı sağlayan şey olmak üzere 2 alt teması vardır. Bunlardan ilk alt tema olan eğlendiren araç olduğunu belirten 7 katılımcıdan(I5, I9, I10, A2,A4,A8,A10) katılımcı I8 bir dijital oyunun hangi türde olursa olsun temelinde tamamen eğlenceden ibaret bir deneyim sunan bir kavram olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dijital oyun aslında eğlence sektörünün içine konumlandırabileceğim bir şeydir. Bunlardan ziyade daha interaktif ve aslında tek amacı oyuncuyu eğlendirebilmek olan ürünlerdir diyebiliriz.”

Katılımcılara onlara göre dijital oyun kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan boş zaman etkinliği temasının ikinci alt teması olan gerçek hayattan kaçarak rahatlamayı sağlayan şey olduğunu belitken 4 katılımcıdan(I2,I6,A5,A7) katılımcı I6 oyunu oynayanların yaşamlarından uzaklaşarak oyunları kişisel ifade alanı olarak kullanabildiği bir yer olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“şahsi bakışım da biraz gerçek dünyanın anlamsızlığından kaçış gibi geliyor bana. Oyunlarda tabii günün sonunda anlamsızlaşıyor ama benim için bir kaçış yeri gibi geliyor. Kafama dağıttığım ve dinlendiğim bir nokta. Diğer medyalarından farklı bir yer. Yani kendiniz bir şeyler yapabildiğiniz ve değiştirebildiğiniz ettiğiniz bir yer olduğu için kendiniz olabildiğiniz bir kaçış yeri gibi geliyor bana.”

Katılımcılara onlara göre dijital oyun kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan programlarla üretilen ürün olduğunu belirten 5 katılımcıdan(I3,I4,I7,A3,A6) katılımcı I7 kullanıcıların alışılmış araçlar ve klavye, fare gibi girdilerle etkileşime geçerek bu girdilerin programlarla kullanılabilir bir ürün hale gelmesi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Kullanıcıdan belirli bir input alıp, bu input bilgisayar klavyesi olabilir, faresi olabilir, telefondan oynuyorsa dokunmatik ekran

olabilir, bu inputları ekranda kullanıcının beklemediği bir şekilde yönlendirmektir. Bunlar mesela ne kastediyorum? Sonuçta herkes kullanıyor değil mi günlük hayatında? Yazı yazmak için bir şey kullanıyoruz ama bir oyun için klavye kullanırken klavye kullandığını insan hissetmez yani aynı klavyeyi kullansak da farklı oyunlar oynarız yani sonuç olarak. Sıkıcı bir şey de yaparken 10 saat klavye kullanabilirsiniz ya da oyun oynarken de kullanabilirsiniz. Bu aynı işlere aynı kullandığımız tuşları bilgisayar programlarıyla daha eğlenceli bir hale getirmek benim için dijital oyundur.”

Katılımcılara onlara göre dijital oyun kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan üçüncü tema olan farklı bir dünyada hissetmek olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A1,I1) katılımcı A1 dijital oyunların oyunu oynayanları gerçek dünyadan koparıp tamamen farklı bir dünyanın içine çeken, çevresel farkındalığı unutturarak derin bir odaklanma sağlayan bir alan olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bence dijital oyun farklı bir dünya diyebilirim çünkü insanlar hani bir şey doruk noktası oluyor ya oyun oynarken bende de. Oyunun içine giriyorum böyle çevremde ne olup ne bitiyor hiç fark etmiyorum. Oyunda kafam sanki bilgisayar ekranının içindeymiş gibi. Bana kalırsa işte dijital oyun insanı farklı bir dünyada hissettiren şey diyebilirim soyun bir tanımlama yapmam gerekirse.”

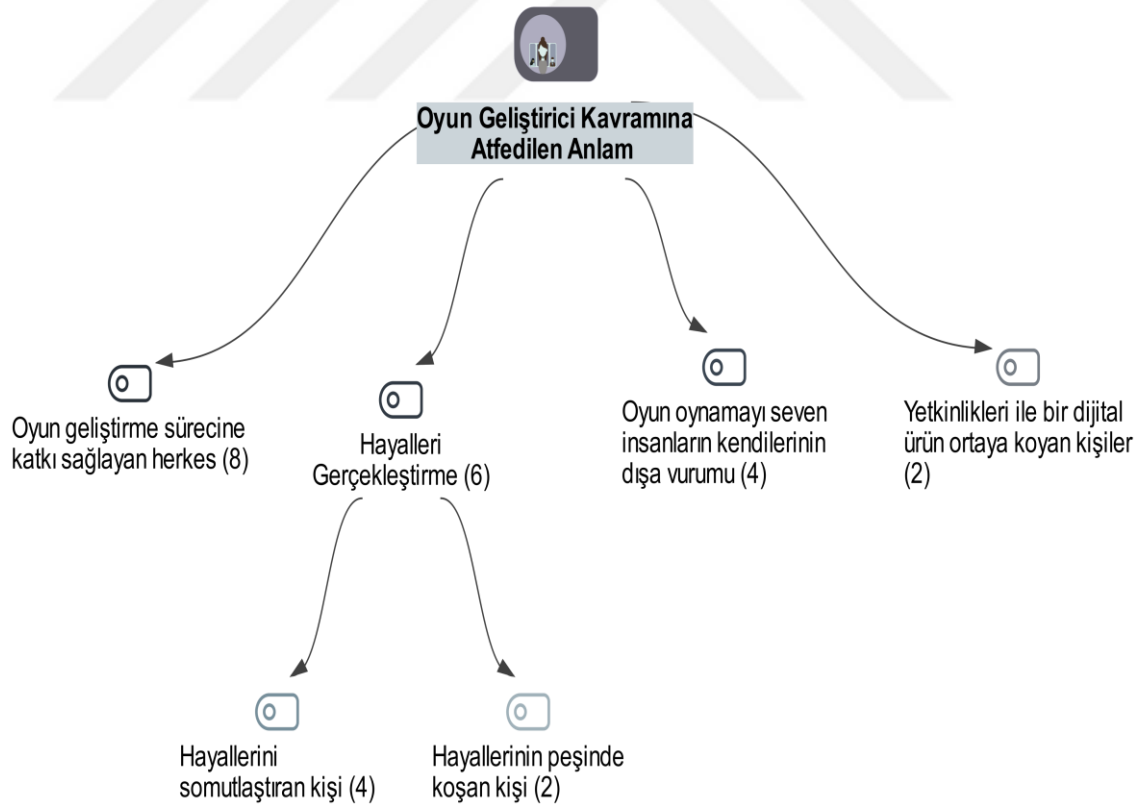
Katılımcılara onlara göre dijital oyun kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan dördüncü tema olan her an her ortamda ulaşılabilen olduğunu belirten katılımcı A9 oyunu oynayanların her zaman ve her yerde erişebilir olması olarak gördüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bana göre bir kullanıcının ulaşabileceği yani her ortamda her zaman ulaşabileceğim, bu ekonomik olarak da fiziksel olarak da o çerçeveye alabiliriz, aktivitedir.”

Katılımcılara onlara göre dijital oyun kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan beşinci ve son tema olan hayatın kendisi olduğunu belirten katılımcı A8 dijital oyunları hayatın bir yansıması olarak görerek oyunları hem bireyin dünyaya bir şeyler katabilmesi hem de insanlara değer sunabilmesi için bir araç olarak anlamlandırıldığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Hayatın kendisi. Hayatta zaten bir oyun değil midir? Verdiğimiz kararlar, veremediğimiz kararlar, karşımıza çıkan şeyler, bölüm sonu canavarları gibi. Hayatta bir oyun aslında. Oyun geliştirmede hayatın içinde en kolay neyi değiştirebilirim bu dünyada, bu dünyada ben de varım demek için değil de bu dünyaya bir şeyler katmak için, insanlara bir şeyler katmak için ne yapabilirim gibi bana göre tamamen bu.”

Oyun Geliştirici Kavramına Atfedilen Anlam



Şekil 10: Oyun Geliştirici Kavramına Atfedilen Anlam

Katılımcılara oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda 4 temaya ulaşılmıştır. Bu temalar; oyun geliştirme sürecine katkı sağlayan herkes, hayalleri gerçekleştirme, yetkinlikleri ile bir dijital ürün ortaya koyan kişiler ve oyun oynamayı seven insanların kendilerinin dışı vurumu şeklindedir. İlk tema olan oyun geliştirme sürecine katkı sağlayan herkes olduğunu belirten 8 katılımcıdan(I2, I3, I4, I8, A2, A6, A7, A10) katılımcı I3 oyun geliştiricinin projeye doğrudan emek katan ve oyunun temel unsurlarını oluşturan kodlama, tasarım gibi alanlarda çalışan kişiler olduğunu şu sözlerle belirtmektedir:

“Herhangi bir oyunun yapımında bir insanın o projeye koyduğu emeği çıkardığımızda o proje kendinden bir şey kaybediyorsa o insanı geliştirici olarak düşünüyorum. Yani kod olur, grafik olur, müzik olur, tasarım olur. Yani bu tarz işin mutfağında yer alan her insanın paylaştığı bir ünvan diye düşünüyorum.”

Katılımcılara oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan 4 temadan ikincisi olan hayalleri gerçekleştirme temasının hayallerini somutlaştıran kişi ve hayallerinin peşinde koşan kişi olmak üzere 2 alt teması bulunmaktadır. Bu alt temalardan ilki olan hayallerini somutlaştıran kişi olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I1, I9, I10, A5) katılımcı A5 oyun geliştiricisini hayalini teknik olarak hayata geçiren ve bir oyun motoru aracılığıyla bu dünyayı oyunculara ulaştıran kişi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Oyun geliştirici kavramı teknik açıdan bir oyunu yani oyun tasarımcısının hayalindeki oyunu kağıda döktüğü oyunu bir oyun motoru aracılığıyla oyuncuya yansıtmak ve o mekanikleri yazmak toplamak. Dijital oyun yapmak hayalimizdeki bir ortamı, bir dünyayı oyunculara yani başka insanlara ulaştırabilmenin bir yolu gibi geliyor. Yani ben hayalim de işte uçup kaçabilirim, ejderhalarla savaşabilirim işte bir şey yapabilirim. Mesela çok basit bir fikir vardır. Sınıf ortamında sınıfı teröristler başlıyorlar ve sen kahramansın. Bu şeyi mesela ben istersem burada yapabilirim de. Bu oyunu yapıp oyunculara

ulaştırarak hayalimdeki senaryoyu oyunculara deneyimletebilir.”

Katılımcılara oyun geliştirici kavramanın ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan 4 temadan ikincisi olan hayalleri gerçekleştirme temasının ikinci alt teması olan hayallerinin peşinde koşan kişi olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A8, A9) katılımcı A9 oyun geliştiricinin hayallerinin peşinden koşarken fedakarlık yapan ve yalnızca kendi hayalini gerçekleştirmekle kalmayıp başkalarına da bir şeyler anlatmaya çalışan kişi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bence ya direkt böyle hani hayallerin peşinde koşan insanın vücut bulmuş hali. Bunun içinde fedakarlık yapan kişidir. Sadece kendi hayali değil, böyle kendi hayalini yaparken de başkalarına bir şeyler anlatmaya çalışıyor aynı zamanda hani oyun geliştirici bence bu tipte biridir.”

Katılımcılara oyun geliştirici kavramanın ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan 4 temadan üçüncü tema olan oyun oynamayı seven insanların kendilerinin dışa vurumu olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I7, I6, A4, A3) katılımcı I6 dijital oyun geliştiricinin karmaşık bir yapının parçası olarak dijital oyunlar aracılığıyla kendini ifade eden bireyler olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

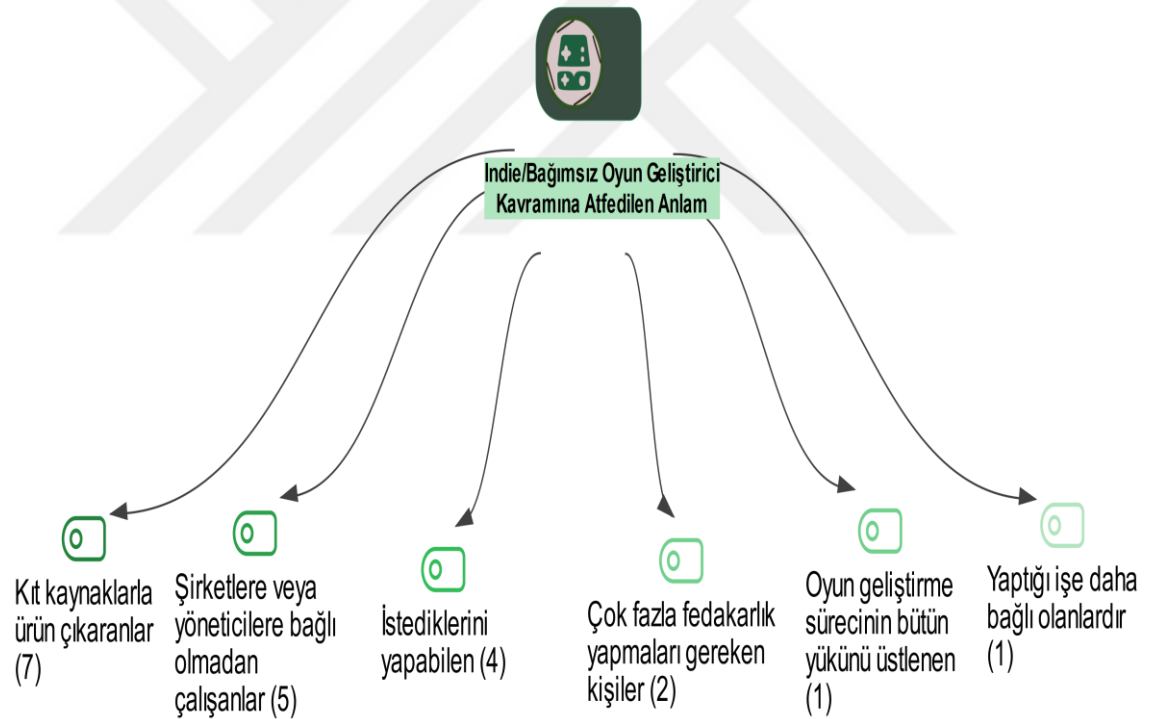
“Bu bir sürü kompleks bir yapı. Öncelikle oyun geliştirici nerede oturduğunuza bağlı bir yapısı var. Bir hissiyatı vermeye çalışan oyun tasarımcı kısmı var. Yani yine o noktada nasıl desem çok kompleks bir tip olduğu için bir yandan birileri sesleri tasarlıyor ediyor ama günün sonunda herhalde oyun oynamayı seven insanların kendilerinin dışa vurumu denebilir herhalde. Kendilerini bir şekilde ifade etmek istiyorlar ve bunu oyunla yapmayı seçen insanlar diyebiliriz kısacası bence hepsini diğer toplamak gerekirse.”

Katılımcılara oyun geliştirici kavramanın ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan 4 temadan dördüncü ve sonuncu tema olan yetkinlikleri ile bir dijital ürün ortaya koyan kişiler olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I5, A1) katılımcı A1 dijital oyun geliştiricinin

somut bir ürün ortaya koymak için dijital alanda birden fazla yetkinliği bir araya getirip birleştiren ve bu süreçte çeşitli becerileri uyum içinde kullanarak bir ürün geliştiren kişi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Genel olarak bir somut bir done düşünebilen, bir ürün düşünebilen ve bir ürün ortaya koyabilmek için dijital olarak, fiziksel değil de dijital olarak bir ürün ortaya koyabilmek için birtakım yetkinlikleri bir araya getirerek ve onları birleştirerek birden fazla yetkinliği bir araya getirip birleştirerek ortaya ürünü çıkaran kişi diyebilirim.”

Indie/Bağımsız Oyun Geliştirici Kavramına Atfedilen Anlam



Şekil 11: Indie/Bağımsız Oyun Geliştirici Kavramına Atfedilen Anlam

Katılımcılara indie oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda 6 temaya ulaşılmıştır. Bu temalar; kıt kaynaklarla ürün çıkaranlar, şirketlere veya yöneticilere bağlı olmadan çalışanlar, istediklerini yapabilen, oyun geliştirme sürecinin bütün yükünü üstlenen, yaptığı işe daha bağlı olanlardır ve çok fazla fedakarlık yapmaları gereken kişiler şeklindedir. Bunlardan ilk tema olan kıt kaynaklarla ürün

çıkarıcılar olduğunu belirten 7 katılımcıdan(I7, I8,A1, A4, A7, A9, A10) katılımcı A1 bağımsız oyun geliştiricisini sınırlı imkanlarla yetkinlikleri dahilinde hayalindeki ürünü gerçekleştirmeye çalışan kişiler olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Indie deyince benim aklıma kısıt kaynaklarla zor şartlar altında, hatta bazen solo yani tek başına, bazen cihazları yetersiz olarak hatta yine az önce yaptığım developer hani oyun geliştiricinin tanımına binaen yine aynı o şekilde kafasında hayal ettiği ya da yapmak istediği ürün ortaya çıkartmak için kısıt kaynaklarla yetkinliklerini birleştirerek ortaya ürün çıkaran kişi ya da kişiler diyebilirim bu indie geliştiricilere.”

Katılımcılara indie oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan şirketlere veya yöneticilere bağlı olmadan çalışanlar olduğunu belirten 5 katılımcıdan(I3, I5, I2,A3,A6) katılımcı A6 bağımsız oyun geliştiricilerini özgür çalışma ortamına ve kendi yaratıcılıklarına dayalı üretim süreci olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bağımsız oyun geliştiriciler herhangi bir başka şirket tarafından kaynak almadan kendi kaynakları veya durumları çerçevesinde kendi bilgi ve tecrübelerine dayanarak çalışıp oyun projesi çıkaran ekiplere denir.”

Katılımcılara indie oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan üçüncü tema olan istediklerini yapabilen olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I4, I6, A2,A5) katılımcı I6 bağımsız oyun geliştiricilerin büyük şirketlerin ticari kaygılarından uzak ve kendini gerçekleştirme amacı güden ve duygusal bir motivasyonla hareket eden kişiler olduğu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Indie biraz daha kendini gerçekleştirmeyi isteyen insanlar gibi. Biraz daha olaya duygusal bakan ve kendini gerçekleştirmek isteyen insanların iş gibi geliyor. Diğer taraftan bir işte moneygrabbing denen bu para kazanmaya çalışan insanlar var. Bunlar büyük firmalar diyeyim daha çok işin ticaret tarafına

bakıyor gibi geliyor. Indie ise yapmak istediklerini yapıyorlar diye düşünüyorum birçoğu en azından.”

Katılımcılara indie oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan dördüncü tema olan çok fazla fedakarlık yapmaları gereken kişiler olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A8,I1) katılımcı A8 bağımsız oyun geliştirme sürecinde bağımsız oyun geliştiricilerin her şeye yetişmesinin mümkün olmadığını ve bu eksikliklerin ancak büyük bir çabayla ve fedakarlıkla kapatılmaya çalışıldığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Çile diyebilirim. Müthiş bir fedakarlık gerektiren şey. Çünkü yani bizim de yaptığımız bu. Her ne kadar oyun geliştirici de olsak, ekipte olsak her şeye yetişemiyor ve her şeyi yapamıyor. Her şeyi yapamadığı için de biz özveriyle, fedakarlıkla bu açığı kapatmaya çalışıyoruz. Yani o yüzden tamamen özveri ve fedakarlık diyebilirim.”

Katılımcılara indie oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan beşinci tema olan oyun geliştirme sürecinin bütün yükünü üstlenen olduğunu belirten katılımcı I10 bağımsız oyun geliştiricilerin özgürlükleri için oyun geliştirme sürecinin tüm yükünü omuzlayan bireyler olduğunu *“Bir grup özgürlükleri için oyun geliştirme sürecinin bütün yükünü üstlenen kişi.”* sözleriyle ifade etmektedir.

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici kavramının ne anlam ifade ettiği sorulduğunda ulaşılan altıncı ve son tema olan yaptığı işe daha bağlı olanlar olduğunu söyleyen katılımcı I9 bağımsız oyun geliştiricilerin yaptıkları işe derin bir bağlılık duyan ve bu bağlılıkla hayallerinin peşinden koşarken oyunlar aracılığıyla insanlara bir şeyler anlatmak için birebir içine girilebilecek özel dünyalar yaratanlar olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

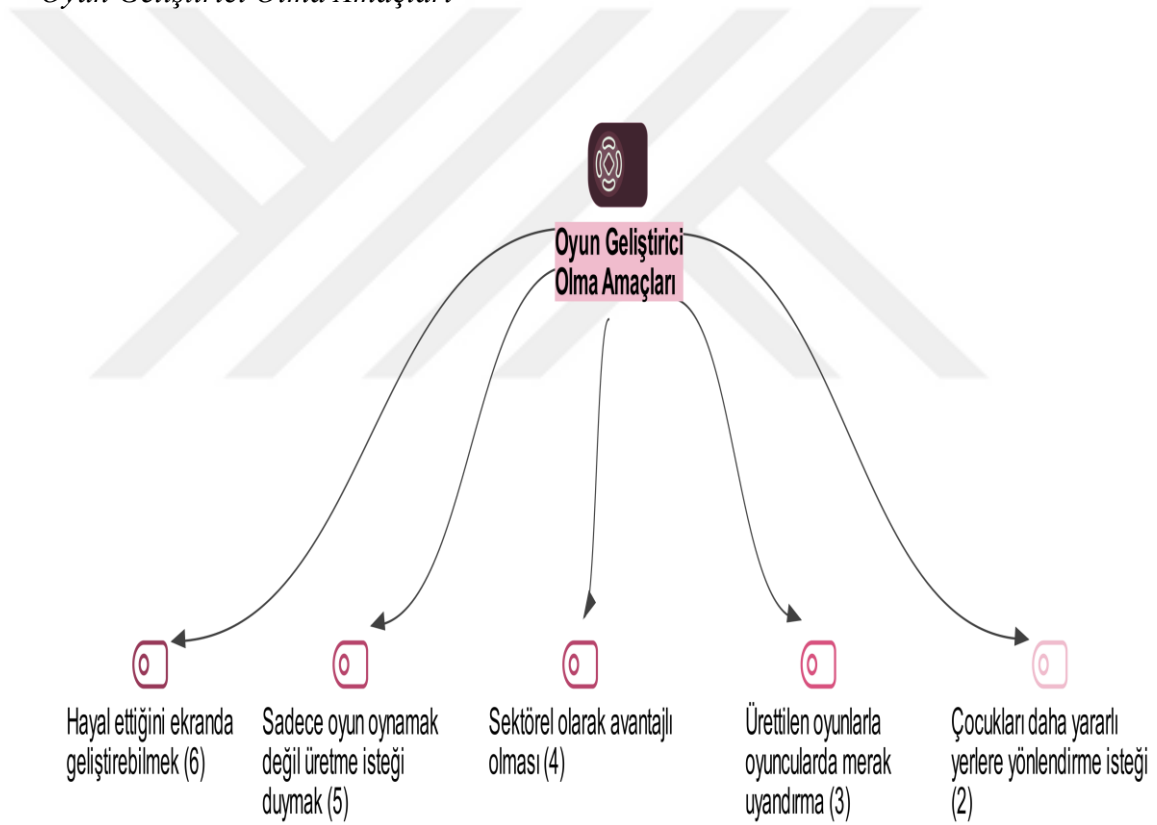
“Bağımsız oyun geliştirici bir kere tırnak içinde normal oyun geliştiricilerinden daha yaptığı işe çok daha bağlı olan ve olmakta zorunda olan tipler aslında. Çünkü birincisi hayalinin peşinden koşuyor ama aynı zamanda hayalin peşinden koşuyormuş gibi gözüксе de bunu bir hayat gayesi olarak da

aslında alıyorlar bir yerde yani. Bir şeyler anlatmak istiyorsun insanlara, bir şeyler paylaşmak istiyorsun. Bunu da yapabileceğin en iyi yerlerden bir tanesi aslında oyunlar üzerinden çünkü birebir daha içine girebileceğim bir alan yaratabiliyorsun.”

5.2.3. Oyun Geliştirici Olma ve Oyun Geliştirme Sürecindeki Amaçlar

Bu kısımda çalışmada yer alan bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirmeyi bir kariyer yolu olarak benimserken neyi amaç edindiklerine ve bir dijital oyun geliştirirken hangi amaçları benimsediklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Oyun Geliştirici Olma Amaçları



Şekil 12: Oyun Geliştirici Olma Amaçları

Katılımcılara oyun geliştirici olma amaçları sorulduğunda 5 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; sadece oyunu oynamak değil oyun üretme isteği duymak, sektörel olarak avantajlı olması, hayal ettiğini ekranda geliştirebilmek, üretilen oyunlarla oyuncularda merak uyandırma isteği ve çocukları daha yararlı yerlere yönlendirme isteği şeklindedir. Bunlardan ilk tema olan hayal ettiğini ekranda geliştirebilmek olduğunu belirten 6 katılımcıdan (I3, I1, A1, A4, A5, A9) katılımcı A1 hayalinde kurguladığı bir fikri dijital

ortamda somut bir şekilde görme ve bu süreci bir nevi kişisel bir meydan okuma olarak deneyimleme isteğinin oyun geliştirmedeki amaçlarından olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yani söylediğim gibi dijital oyun geliştirme benim için aynı şey de modelleme kısmında verdiğim örnekle aynı olarak yani kafamda kurguladığım ürünü dijital ortamda görebilmemi sağladığı için ve birazcık da kendi kendime bir challenge gibi, mesela bir şeyin eğlenceli olacağını düşünüyorum ve onu ama ekranda görene kadar tam olarak gerçekten eğlenceli mi değil mi bilemiyoruz ama o heyecanı ben yaşıyorum olacak mı olmayacak mı diye en nihayetinde o sonu görebiliyor olmak, hatta bir de istediğim gibi görebiliyor olmak. Benim için oyun geliştirme bunu ifade ediyor.”

Katılımcılara oyun geliştirici olma amaçları sorulduğunda ulaşılan 5 temadan ikincisi olan sadece oyunu oynamak değil oyun üretme isteği duymak olarak belirten 5 katılımcıdan(I5, I8, I10, A6, A8) katılımcı A6 oyunların yalnızca bir kaçış alanı değil aynı zamanda kendini keşfetme ve ifade etme fırsatı sunduğunu vurgulayarak bu alana yalnızca tüketici olarak değil üretici olarak katkıda bulunma amacını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Gerçek dünyadan kaçtığımda kendimi bulduğum alanlardan birisi olduğu için. Kendimi geliştirmek istediğim bir tek tüketmekte değil, üretmek istediğim bir alan olduğu için.”

Katılımcılara oyun geliştirici olma amaçları sorulduğunda ulaşılan 5 temadan üçüncüsü olan sektörel olarak avantajlı olması olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I6, I7, A2, A7) katılımcı I7 oyun sektörünün sürekli büyüyen ve diğer eğlence sektörlerini geride bırakan bir alan olması nedeniyle bu sektörde yer almayı uzun vadeli bir amaç edindiğine dair görüşlerini şu sözlerle ifade etmektedir:

“En önemli amaçlarsan birincisi oyun sektörünün bitmeyen bir sektör olması. Yani insanlar eğlence için farklı şeylere yönelebiliyor. Ama bu sektörlerin içinden oyun sektörünün ben

hiçbir yakın veya uzak zaman içinden biteceğini düşünmüyorum. Geçmişte başladığı zamandan beri hep artarak gitmiş. Yani önceki zamanlarda az bile olsa şu an dünyanın en büyük diye bildiğimiz sinema, müzik bu sektörlerinden hepsinden daha çok içlerine para dönen bir bölüm oyun sektörü.”

Katılımcılara oyun geliştirici olma amaçları sorulduğunda ulaşılan 5 temadan dördüncüsü olan üretilen oyunlarla oyuncularda merak uyandırma isteği olduğunu söyleyen 3 katılımcıdan(I2, I4, I9) katılımcı I9 dijital oyunları oynayanların içeriğinden farklı şeyler düşünmesi ve hayatına etki etmesi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

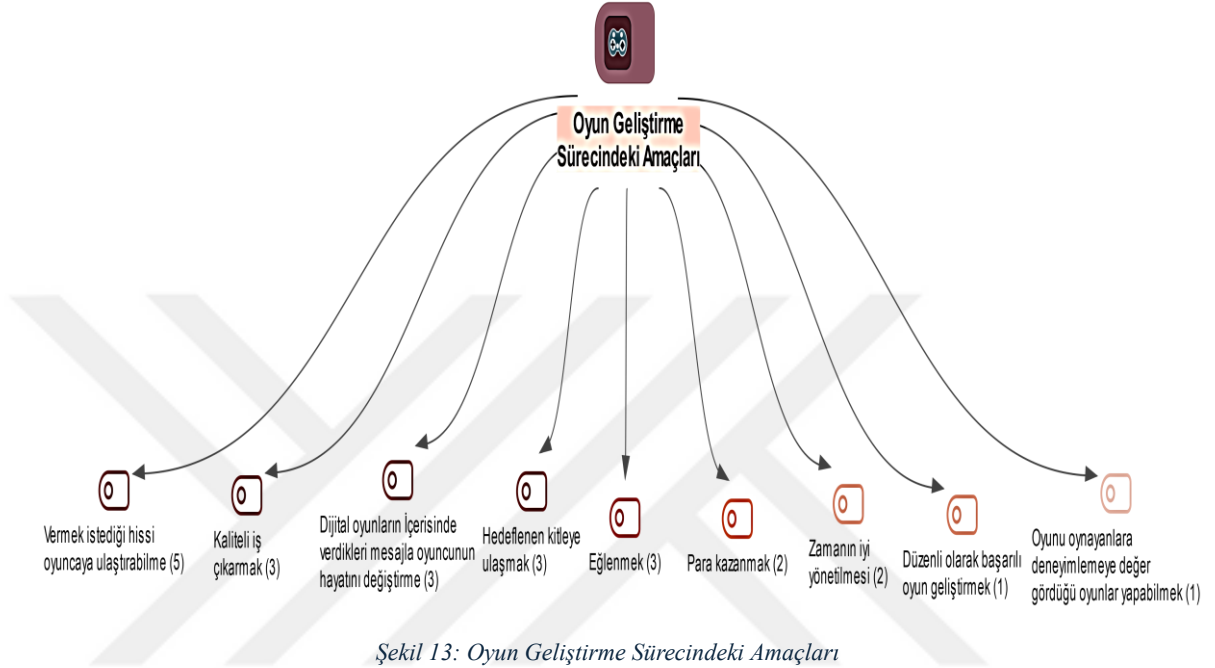
“İnsanların benim yaptığım oyuna girip bir yerden aklına bir şey takılması, bir şey düşünmesi, benim yaptığım bir mekanikten ulan bu da çok güzel bir düşünceymiş deyip üzerine bir şeyler koyup hayatına bir şeyler katma fikri aslında benim çok hoşuma gidiyordu.”

Katılımcılara oyun geliştirici olma amaçları sorulduğunda ulaşılan 5 temadan beşincisi ve sonuncusu olan çocukları daha yararlı yerlere yönlendirme isteği olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(A8, A3) katılımcı A8 teknolojinin ve hızlı tüketim kültürünün çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmayı hedeflendiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Amacımı şekillendiren şeyse; şu anki dünyanın çocukları bir teknoloji çağın içerisine doğdular. Böyle müthiş bir kapitalist bir düzen var. Tüm insanları uyutuyor sadece çocukları değil. Büyükleri de uyutan bir tane sistem var. Çeşitli sosyal medya uygulamaları, en bilindik olanlarında özellikle, hızlı tüketilen videolar dediğimiz 10 saniye- 15 saniyelik videolara kadar müthiş bir yelpaze var ve çok kolaylıkla ulaşılabilir. Bu hızlı tüketim sadece çocukları değil büyükleri bile inanılmaz etkiliyor. Dikkat eksikliği çok fazla şekilde tüm insanlarda oluşmuş durumda. Çocuklar üzerinde büyüklerde bile oluşuyorsa çocuklar üzerinde çok daha kalıcı etkileri olur. Bunu düzeltmek adına çocukları daha farklı yerleri, daha yararlı yerleri yönlendirmelerinde ve çocukların geleceğinde bir yer edinmek

gibi bir düşünceler içerisinde proje geliştirdik ve bu yönde bir karar verdik sosyal proje açısından da.”

Oyun Geliştirme Sürecindeki Amaçları



Katılımcılara dijital oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda 9 temaya ulaşılmıştır. Bu temalar; vermek istedikleri hissi oyuncuya ulaştırmak, kaliteli iş çıkarmak, dijital oyunların içerisinde verdikleri mesajla oyuncunun hayatını değiştirme, hedeflenen kitleye ulaşmak, eğlenmek, para kazanmak, zamanın iyi yönetilmesi, düzenli olarak başarılı oyun geliştirmek ve oyunu oynayanlara deneyimlemeye değer gördüğü oyunlar yapabilmek şeklindedir. Bunlardan ilk tema olan oyun içerisinde vermek istedikleri hissi oyuncuya ulaştırmak olduğunu söyleyen 5 katılımcıdan(I4, A1,A6, A7, A8) katılımcı A7 dijital bir oyunda oyunu oynayanlara derin bir duygusal deneyim yaşatarak oyunun her detayında hissettirmek istediği duyguları oyuncuya ulaştırmayı ve en yüksek düzeyde eğlence sunup oyunu oynayanları eğlendirmeyi hedeflediğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Tamamen hissettiğimi oyuncuya yansıtmak ve aynı zamanda duyguların içinde boğulması. Oyndaki tüm hissiyatları alması. Her bir detayı hissetmesi. Oynayan kişiyi duygulandırması.

Oynayan kişinin alabilecek en yüksek kalitede keyif ve eğlence hissetmesi.”

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan ikincisi olan kaliteli iş çıkarmak olduğunu söyleyen 3 katılımcıdan(A1, A4, A7) katılımcı A4 oyunu oynayanların daha sonraki yayınlayacakları dijital oyunları takip etmeleri ve onları desteklemeleri için kaliteli iş çıkarmanın ekip olarak hedeflerinden şu sözlerle ifade etmektedir:

“Kaliteli bir iş çıkarmak önceliğimiz. Ekip olarak bizi tek oyunumuz için takip etmesinler de her çıkaracağımız oyunun kaliteli olduğunu bilerek direk ekibi takip etsinler istiyoruz.”

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan üçüncüsü olan dijital oyunların içerisinde verdikleri mesajla oyuncunun hayatını değiştirme olduğunu söyleyen 3 katılımcıdan(I6, I10, A7) katılımcı I6 oyun geliştirirken para kazanmanın insanların hayatına dokunacak yeni dijital oyunlar geliştirmek için önemli olsa da hikayesini ve duygularını dijital oyunlar aracılığıyla oyunu oynayanlarla paylaşarak insanlara dokunma isteği motivasyonunun temelini oluşturduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Benim tarafımdan hikaye anlatabileceğim, kendi bazı dertlerimi kendimi anlatabileceğim bir oyun yapmak aslında. Ticari kaygılarımız var tabii ki bir yandan para kazanmak istiyoruz tabii daha iyilerini yapabilmek için ama günün sonunda oyun yapmak istiyoruz ve insanlara dokunmak istiyoruz. İnsanların hayatında bir şeyler değiştirmek istiyoruz.”

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan dördüncüsü olan hedeflenen kitleye ulaşma olduğunu belirten 3 katılımcıdan katılımcı A1 oyun geliştirme sürecinde hedef kitlesinin olabildiğince geniş tutmasının oyunu oynayan sayısını arttırdığı için olabildiğince çok kitleyi kapsayacak oyunlar geliştirdiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Kaliteli ürünü tanımlarken de çok fazla bir kitleye hitap ederken, büyük kitle hitap ederken olabildiğince mümkün yani

nasıl diyeyim çok kişinin oynamasını istiyoruz yani en kaba tabirle.”

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan beşinci tema olan eğlenmek olduğunu belirten 3 katılımcıdan(A10, A5, A1) katılımcı A5 bir dijital oyunun geliştirme sürecinde kendi geliştirdiği oyunu kendisinin deneyimlemesi ve eğlenip eğlenmediğini görmesi açısından önemli olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Oyuncuyu eğlendirebilmeden önce kendimizin eğlenebilmesi lazım. Bu oyunlarda falan da genelde hızlı bir prototip yapılıp yani en baş aşamalar çok ana mekaniklikler ve onu işte kendimiz de deneyebilirsiniz ya da başkalarını da denetebilirsiniz. Burada bir şey çıkar mı? Bu insanları eğlendirebilir mi? Ben bundan eğlenebiliyor muyum? Eğer ki bu soruların cevapları olumlu olursa ondan sonra daha detaylı bir şekilde üzerine çalışmaya başlanır. İşte ve bahsettiğim süreçler. Yani optimal bir düzeyde bir oyuncuyu nasıl eğlendirebiliriz? Her zaman için çizgi bu şekilde oluyor.”

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan altıncı olan para kazanmak olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A9, A1) katılımcı A9 bir dijital oyunu geliştirirken pazara kazandırma durumuna göre ilerlemesini belirlediğini *“Oyun geliştirirken öncelikli amacım ben bu fikirden gelir elde edip edemez miyim diye bakmaktır.”* olarak ifade etmiştir.

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan yedincisi olan zamanın iyi yönetilmesi olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(I3, I2) katılımcı I3 oyun geliştirme sürecinde fikirlerin bolluğuna rağmen bitirilmiş ve hayata geçirilmiş bir projenin ortaya çıkarmanın temel amacı olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Projeyi bitirmek her şeyin başında. Sonuçta hangi developer'e sorsanız hiç başlamadığı ya da yarım bıraktığı kaç bin tane iş vardır. Fikirden bol bir şey olduğunu düşünmüyorum. En

önemlisinin hakikaten bir şekilde bitmiş, paketlenmiş bir proje olması gerektiğini düşünüyorum.”

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan sekizinci olan düzenli olarak başarılı oyun geliştirmek olarak belirten katılımcı A4 dijital oyun geliştirirken tek bir başarıdan ziyade sürekli devam eden bir başarı istediğini “Önceliğim düzenli olarak başarılı oyun geliştirmek.” Sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcılara oyun geliştirme sürecindeki amaçları sorulduğunda ulaşılan 9 temadan dokuzuncu ve sonuncu olan oyunu oynayanlara deneyimlemeye değer gördüğü oyunlar yapabilmek olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(I9, I10) katılımcı I9 amacının oyunculara keyifli bir deneyim sunmak ve oyuncuların oyun sırasında harcadıkları zamandan memnuniyet duymalarını sağlamak olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yani öncelikle amaç aslında benim için insanların deneyimleyebileceği ve deneyimlerken zevk alabileceği bir oyun yapmak. Yaptığım oyunda vaktim boşa gitti demeyeceği oyunlar yapmak.”

5.3. OYUN GELİŞTİRME SÜRECİ

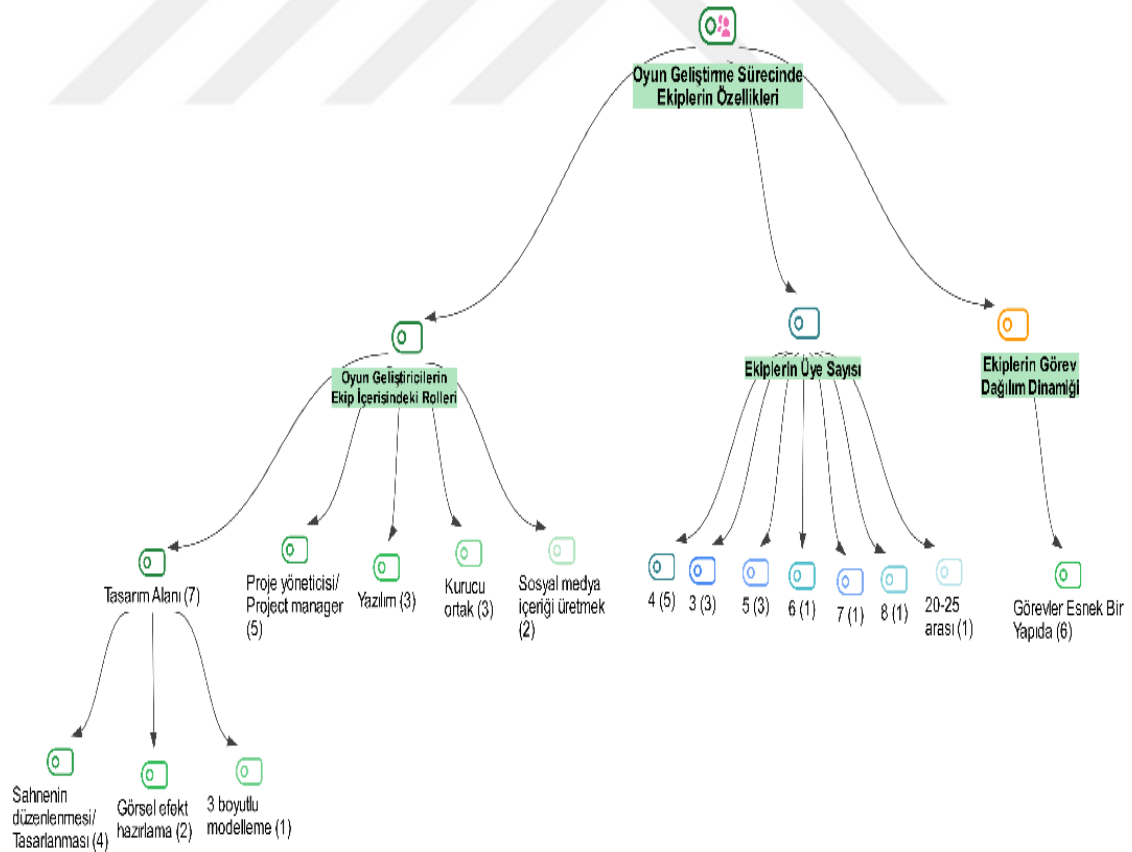
Burada araştırmada yer alan bağımsız oyun geliştirici olan katılımcıların oyun geliştirme süreci hakkındaki fikirlerine dair bulgular yorumlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle çalışmada yer alan katılımcıların oyun geliştirme sürecini bir ekip içerisinde mi yürüttüğü yoksa bireysel olarak mı yürüttüğüne dair bulgular yorumlanmıştır. Daha sonrasında çalışmada yer alan katılımcılara göre bir dijital oyunun geliştirme sürecinde ya da sonrasında başarılı olarak değerlendirmesi ne gerektiğine dair elde edilen bulgular açıklanmıştır. Bir diğer başlıkta ise çalışmada yer alan katılımcıların bağımsız oyun geliştirici olarak bağımsız oyun geliştirici olmada ne gibi avantaj ve dezavantajlar olduğunu düşündüklerine yönelik elde edilen bulgular ele alınmıştır. Son başlıkta ise çalışmada yer alan katılımcıların oyun geliştirme sürecinde herhangi bir etik kaygının olup olmadığına yönelik ifade ettikleri fikirlerden elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

5.3.1. Oyun Geliştirme Sürecinde Ekip Çalışması Ya Da Bireysel Çalışma

Burada oyun geliştirme sürecini ekip ve bireysel olarak yürüten bağımsız oyun geliştirici olan katılımcıların ekip ve bireysel çalışma sürecine dair bilgilere yer verilmiştir. Katılımcılara oyun geliştirme sürecini ekip olarak mı bireysel olarak mı gerçekleştirildiği sorulduğunda görüşme yapılan 20 katılımcıdan 15 katılımcı(I1, I2, I4, I5, I6, I8, I9, A1, A2, A4, A5, A6, A8, A9, A10) oyun geliştirme sürecini ekip olarak gerçekleştirdiğini ifade ederken 5 katılımcı(I3, I7, I10, A3, A7) oyun geliştirme sürecini bireysel olarak gerçekleştirdiğini ifade etmiştir.

Oyun Geliştirme Sürecinde Ekip Olarak Çalıştığını Belirtenlerin Ekiplerinin Özellikleri

Katılımcılara oyun geliştirme sürecini ekip olarak mı bireysel olarak mı gerçekleştirildiği sorulduğunda oyun geliştirme sürecini ekiple gerçekleştirdiğini ifade eden 15 katılımcı vardır. Bu ekibin kaç kişiden oluştuğu, ekipteki rollerin dağılımı ve ekibin görev dağılımlarına yönelik dinamiği konusunda elde edilen bulgular şu şekildedir;



Şekil 14: Oyun Geliştirme Sürecinde Ekiplerin Özellikleri

Oyun Geliştiricilerin Ekip İçerisindeki Roller

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekip içerisindeki rolleri sorulduğunda 5 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; tasarım alanı, proje yöneticisi/product manager, yazılım, kurucu ortak ve şirketler, yayıncılar gibi alanlarla bağlantı sağlanması şeklindedir. Bu temalardan ilki olan tasarım alanının 3 alt teması vardır. Bunlar; sahnenin düzenlenmesi/tasarlanması, görsel efekt hazırlama ve 3 boyutlu modelleme şeklindedir. İlk alt tema olan sahnenin düzenlenmesi/tasarlanması olduğunu söyleyen 4 katılımcı(I1, I4, A5, A9) I4 tasarım alanının oyunun nasıl şekilleneceğine karar veren bir alan olduğunu ve oyun geliştirme sürecinin istenen yönde ilerlemesi için öncü olan görevleri barındırdığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ekipteki rolümü İngilizce olarak söylersem Game Designer olarak tanımlarım. Bu da oyun tasarımcısı demek. Aslında oyun sanatı ve oyun tasarımcısı diye ikiye ayırabiliriz. Ben bunun ikisine de uğraşıyorum. Şu sıra biraz daha sanat kısmında tabii ki ama oyun tasarımcısı diye tanımlamayı tercih ederim. Oyun tasarımcısı aslında oyunun ne olacağı konusunda fikir üreten ve yeri geldiğinde karar alması gereken bir kişidir. Sanat alanında da böyle ama özellikle tasarım kısmında oyunun ne olacağına karar vermek için kullanıcı dataları bilgilerinin okunması, araştırılması, kullanıcı araştırmasının düzgün yapılması ve girilecek market araştırma araştırmasının düzgün yapılması aslında çok önemli. Ayrıca doğru kararları alabilmek de çok önemli, kararları uygulayabilmek de çok önemli.”

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekipteki rolleri sorulduğunda ulaşılan 5 temadan ilki olan tasarım alanının ikinci alt teması olan görsel efekt hazırlama olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(I6, A4) A4 hem 2 boyutlu hem de 3 boyutlu çalışmalarında ihtiyaç halinde görsel efektlerden animasyona kadar geniş bir yelpazede üretim yapabildiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“2 boyutlu 3 boyutlu ya 3 boyutlu şu an çok işimiz olmuyor ama biz yarışmaya da katılıyoruz. İhtiyaç olursa diye 2 boyut 3 boyut

ya da yeri geldiğinde background bu şekil görsel efektler. Animasyona dair her şeyi içeriyor.”

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekipteki rolleri sorulduğunda ulaşılan 5 temadan ilki olan tasarım alanının üçüncü alt teması olan 3 boyutlu modelleme olduğunu söyleyen katılımcı A1 ekibin 3 boyutlu modelleme süreçlerinde nesnelerin tasarımı ve mesh oluşturma gibi teknik detayları üstlendiği şu sözlerle ifade etmektedir:

“3 boyutlu modellemeler yapıyorum. Assetleri çıkarıyorum, meshleri çıkarıyorum ne bileyim nesneleri çıkarıyorum diyebilirim. Nesneleri modelliyorum diyeyim.”

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekipteki rolleri sorulduğunda ulaşılan 5 temadan ikincisi olan proje yöneticisi/project manager olduğunu söyleyen 5 katılımcıdan(I2, I5, I9, A8, A10) katılımcı I9 ekibini koordine etmek, geliştirme süreçlerini yönetmek ve proje hedeflerine ulaşmak için stratejik bir yaklaşım sergilediğini ve bu kapsamda hem teknik hem de yönetsel sorumlulukları üstlenerek ekip üyelerinin yetkinliklerini doğru şekilde yönlendirme ve projeyi başarıyla sonlandırma odaklı bir rol üstlendiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Project Manager diyebilirim. Oyunların nasıl yapılacağına dair GDD’ler yani Game Developer Document’lar var. Onları yazıp aslında içerideki ekip arkadaşlarımın hangi konuda yetenekli olduğunu bilip onları biraz da işte konumlandırmak ve aynı zamanda arka planda bazı mekaniklerden de ben sorumluyum. Yani genel her şeye hakimim. Zaten isteyerek aslında kendimi bu konuda özellikle geliştirdim. Bu konuda hani her şeyi bileyim ki her yönüyle takip edebileyim insanları ve böylelikle aslında çıkan sonucu daha güzelleştirebilelim diye kafamda yapı kurdum.”

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekipteki rolleri sorulduğunda ulaşılan 5 temadan üçüncüsü olan yazılım olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I2, A2, A5) katılımcı I2 oyun geliştirme sürecinde ekip içindeki teknik bilgi birikimlerini kullanarak hem yazılım hem

de oyun mekaniklerinin tasarımı ve entegrasyonu süreçlerinde kritik bir rol oynadığını sözlerle ifade etmektedir:

“Türkiye’de maalesef şöyle bir problem var; eğer yazılımcıysanız oyun tamamen size bırakılıyor ve oyun tarafında işte herhangi bir şekilde bir şey eklenecekse siz eklemek zorunda kalıyorsunuz çünkü ülkemizde Game Designer kavramı çok da gelişmediği için Game Designerlara iş bırakılmıyor ve Game Designerların yapması gereken işi Türkiye’de Game Developerlar yapıyor şu anda ve maalesef Game Designerlık rolünü de üstlenmek zorunda kalıyoruz.”

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekipteki rolleri sorulduğunda ulaşılan 5 temadan dördüncüsü olan kurucu ortak olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I8, A6, A8) katılımcı A6 ekip yönetiminden oyunların pazarda konumlandırılmasına kadar geniş bir yelpazede sorumluluk üstlendiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Açıkçası birçok sorumluluğum var. Ekibin uyumluluğu, ekibin çalışma devamlılığı, proje devamlılığı, oyunun pazar tarafından ilgi çekici bir halde geliştirilmesi, pazarda yer edinmesi ve diğer oyunlar arasında kendini gösterebilmesi ve aynı zamanda ekip çalışırken birbirleri içindeki bağlantının sağlanabilmesi olarak söyleyebilirim.”

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekipteki rolleri sorulduğunda ulaşılan 5 temadan sonuncusu olan şirketler, yayıncılar gibi alanlarla bağlantı sağlanması olduğunu söyleyen katılımcı A5 ekibin dış bağlantılar kurma gibi sorumluluklarını yerine getirme görevini şöyle ifade etmektedir:

“Network tarzı işlerden de ben sorumluyum. Ekipteki sosyal kişilerden yani en sosyal kişi benim. Bundan dolayı da işte sağda solda gidip başka ekiplerle konuşma, başka insanlarla tanışma, fuar zaman işte fuara gidip oyunu tanııtma gibi işlerden sorumluyum.”

Ekiplerin Üye Sayısı

Oyun geliştirme sürecini ekip içerisinde yaptığını belirten katılımcıların ekip içinde üye sayısı en az 3 en fazla 25 kişiden oluşmaktadır.

Ekiplerin Görev Dağılım Dinamiği

Ekip olarak çalışan katılımcılara ekip içerisinde görev dağılımının dinamiklerinin nasıl ilerlediği sorulduğunda ekipteki görev dağılımı dinamiğinin esnek bir yapıda olduğunu söyleyen 6 katılımcıdan katılımcı I5 ekip üyelerinin farklı alanlarda birbirine destek vererek iş birliği içinde çalıştığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Çok esnek aslında. Hemen hemen herkes birbirine her konuda yardım edebilecek seviye ve yardım ediyor. Birbirimizin alanlarına kayabiliyoruz. Şu ana kadar mesela aslında 1 artist var ama 3 kişi dönüşümlü olarak artistlik yapabiliyorlar.”

Oyun Geliştirme Sürecini Bireysel Olarak Yürüttüğünü Belirtenlerin Bireysel Çalışma Süreci Özellikleri

Katılımcılara oyun geliştirme sürecini ekip olarak mı bireysel olarak mı gerçekleştirildiği sorulduğunda oyun geliştirme sürecini bireysel olarak gerçekleştirdiğini ifade eden 5 katılımcı vardır. Bireysel olarak çalıştığını ifade eden 5 katılımcıdan(I3, I7, I10, A3, A7) katılımcı I7 oyun geliştirme sürecinin tüm aşamalarında tek başlarına sorumluluk aldığını ve bu süreçte oyun tasarımı, programlama, görsel içerik oluşturma, pazarlama ve sosyal medya yönetimi gibi çeşitli alanlarda yetkinlik sahibi olması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

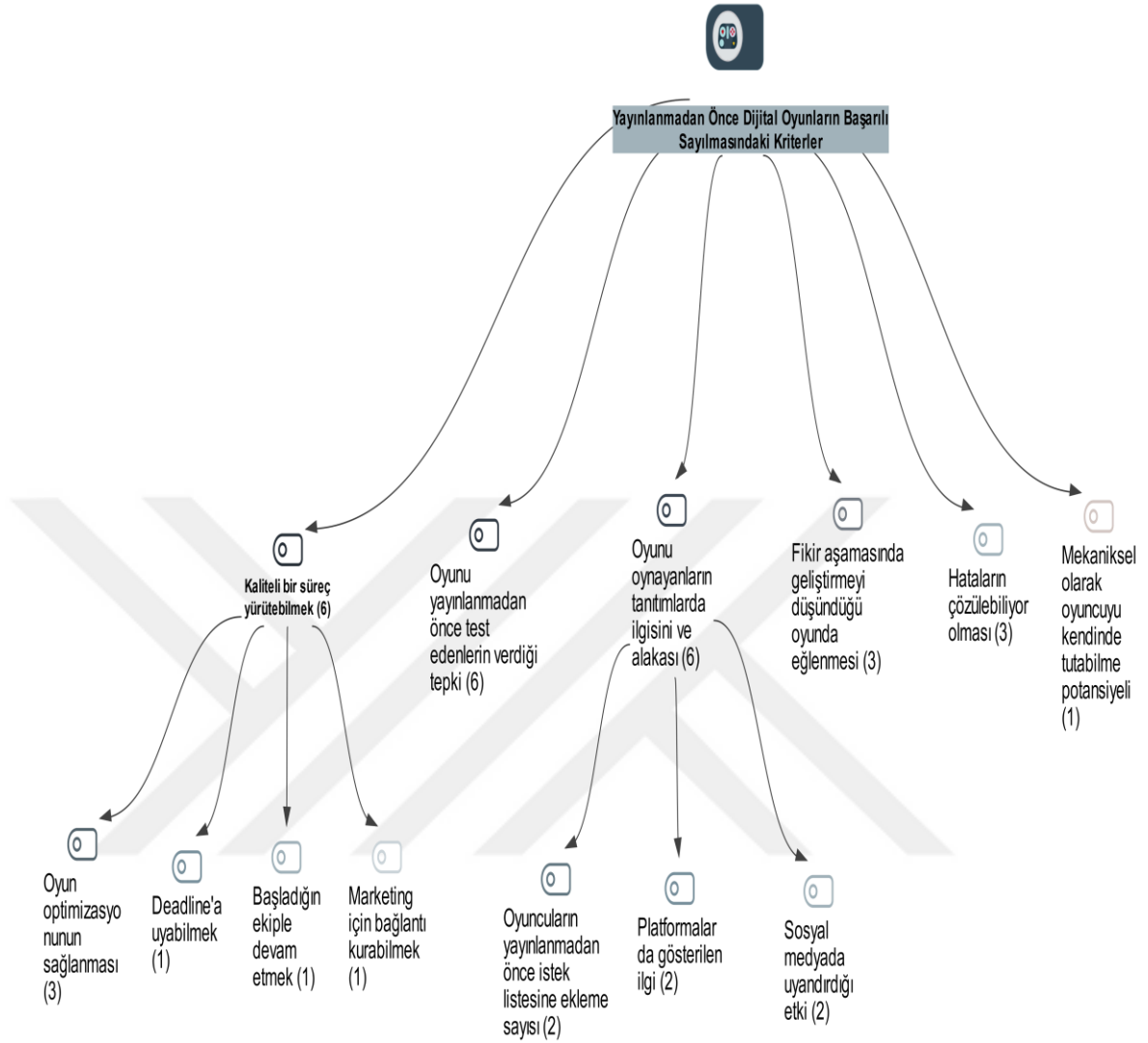
“Yani kişisel çalıştığınızda full back olmuş oluyorsunuz. Bu da size her konuda bir şekilde bilgi sahibi olmanızı gerektiriyor. Oyun temeli olan genelde Game Design Document dediğimiz bir oyunun ne içermesi gerektiğinin ismidir. Basit mekanikleridir. Nasıl bir çevrede olması gerektiğidir. Bunu kendiniz yapmanız gerekiyor. Ondan sonra bu çevrede yani bu yazdığınız kuralları karşılayan görsel Asset dediğimiz paketleri kendiniz bulmanız gerekiyor ve bunların çoğunu ya düşük ücretler karşılığında ya da ücretsiz kütüphanelerden elde edilebiliyorsunuz. Çünkü her şeyi kendiniz yapma imkanınız yok sıfırdan. Ondan sonra aynı

şekilde bulduğunuz Assetlerin uyumlu ve aynı şekilde programlamaya da uygun olması gerekiyor. Güzel bir programlama bilginiz olması gerekiyor. Aynı zamanda bütün mekanikleriniz ve Assetleriniz ne kadar iyi olsa da level dediğimiz oyunda level designer diye ayrı bir iş olmasına rağmen bunda da birazcık hakim olmanız gerekiyor ki kullandığınız mekanikleri iyi bir şekilde levellere yedirebilin. Yani kısacası tek başına çalışıyorsanız oyunun mantığı, Asset bulması, proje oluşturması, mekanik yazması, ondan sonra level oluşturması gibi bunların her birinde parmağınız olması gerekiyor ki ses, menü, UI desingdan hiç bahsetmiyorum.”

5.3.2. Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler

Burada çalışmaya katılan katılımcıların geliştirilen ya da geliştirilmekte olan herhangi bir dijital oyunun oyunu oynayanlara ulaşmadan önce ve oyunu oynayanlara ulaştıktan sonra başarılı olmasındaki değer ya da ölçütlerin ne olduğuna dair fikirlerinden ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

Yayınlanmadan Önce Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler



Şekil 15: Yayınlanmadan Önce Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlanmadan önce başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda 6 tema saptanmıştır. Bu temalar; kaliteli bir süreç yönetebilmek, oyunu yayınlanmadan önce test edenlerin verdiği tepki, oyunu oynayanların tanıtımlarda ilgisini ve alakası, fikir aşamasında geliştirmeyi düşündüğü oyunda eğlenmesi, hataların çözülebiliyor olması ve mekaniksel olarak oyuncuyu kendinde tutabilme potansiyeli şeklindedir.

Kaliteli bir süreç yönetebilme temasının ise, oyun optimizasyonunun sağlanması, Deadline'a uyabilme, başladığın ekiple devam etmek ve marketing için bağlantı kurabilmekten oluşan 4 alt teması vardır. Bunlardan oyun optimizasyonunun sağlanması

gerektiğini söyleyen 3 katılımcıdan(I2,I8,A7) A7 dijital oyunların başarısı için teknik mükemmeliyetin önemine odaklanarak, oyunun herhangi bir hata içermemesi, farklı sistemlerde çalışabilirliğinin sağlanması ve genel optimizasyonun düzgün yapılması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Genel olarak herhangi bir sorun içermemesi, herhangi bir bug, sorun, bozukluk içermemesi ve yüksek veya düşük sistemlerin genelinde oyunu çalıştırabilmemiz ve oyunun genel optimizasyonu. Oyunun kalite değerleri yani game designerların tabiriyle söyleyeyim oyunun genel kalite değerleri, gerek grafiksel gerek hikayesel gerek mekaniksel olarak oyuncuyu kendinde tutabilme potansiyeli. Oyunun olup olmadığını işaret gösteriyor aslında.”

Kaliteli bir süreç yönetebilme temasının ikinci alt teması olan Deadline’a uyabilmesi olduğunu belirten katılımcı I3 bir projeyi geliştirirken planlanan adımlara sadık kalarak ve ortaya çıkan zorluklara rağmen ilerleme kaydedebilmiş olmanın oyun geliştirme sürecinin başarılı olarak geçtiğine yönelik değerlendirilebileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ben şu an bu oyunu geliştiriyorum. Bu süreç başarılı gidiyor. Evet dedim. Tamam, tamam, şimdi oldu. Belirlediğin kilometre taşlarına ulaşabiliyorsan bu benim için başarıdır. Sürekli bir şeyi de ertelenir elbette. İşin durduğu anlar var ama hani ben ondan bahsetmiyorum ya mesela bir kilometre taşı vardır atıyorum. Ocakta şunu yapacağım demişsinizdir. Yani şubatta yaparsınız ama yaparsınız yani. O tarz bir görüşme kalitesinden değil. Sadece işi yapıp, herhangi bir işte herhangi bir projede olduğu gibi o adımlardan geçip ilerlenebiliyorsa ve kervan yolda düzülür demeden yapılan plana sadık kalınarak ilerleme sabit bir şekilde gözüküyorsa bence bu başarılı yürüyen bir süreçtir.”

Kaliteli bir süreç yönetebilme temasının üçüncü alt teması olan başladığın ekiple devam etmek olduğu söyleyen katılımcı A1 oyun geliştirme sürecine başlanan ekiple süreci götürülebilmenin sürecin başarılı olduğunu gösterdiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Çok soyut olacak ama başladığımız ekiple devam edebiliyorsak doğru ekip kurmuşuz demektir bana kalırsa ve bence bu büyük bir başarıdır.”

Kaliteli bir süreç yönetebilme temasının dördüncü alt teması olan marketing için bağlantı kurabilmekten olduğunu söyleyen katılımcı A5 bir yayıncıyla anlaşmanın oyunun tanıtımını profesyonel bir şekilde üstlenerek pazarlama yükünü hafiflettiğini ve bu sayede satışların önemli ölçüde artabileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Publisherla anlaşmaya çalışıyoruz. Publisher da oyunun Steam sayfasında, yani özellikle biz Steam de paylaştığımız için orası adına konuşuyorum, Steam sayfasında senin adına oyunu tanıtmayı üstlenen firmalar oluyor. Bu firmalar daha öncesinde yayınladığı başka oyunlar da onu ve takip eden insanlar olduğu için açıkçası senin marketing tarafında yükünü tamamen kaldırıyor. Çünkü mesela bizim oyun için en çok anlaşmak istediğimiz yer Slitter mesela 30 bin – 40 bin takipçisi var ve bu adamlar bir oyun çıkardığında neredeyse 30 bin- 40 bin kişi o oyunu satın alıyor. Bizim orayla anlaşabilmemiz demek. Yani bu anlaşmaya varabilmek yani bizim için bir 20 bin – 30 bin satışın garanti olması demek oluyor.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlanmadan önce başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 6 temadan ikincisi olan oyunu yayınlanmadan önce test edenlerin verdiği tepkisi olduğunu söyleyen 6 katılımcıdan(I8,I10,A6,A8,A9,A10) katılımcı A8 oyun geliştirme sürecinde kullanıcı geri bildirimlerinin önemini, tasarım tercihlerinin belirsizlikler ve değişken istekler nedeniyle sürekli olarak gözden geçirilmesi gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Çok fazla test etmek gerekiyor geri dönüş alabilmek için. Dediğim gibi çok belirsiz bir alan. Biz oyunu geliştirirken

yaptığımız tasarımlara 4-5 ay uğraştık. Yaptığımız tasarımları yaklaşık 19 tane çocuğa gösterdik. Hepsine tek tek gösterdik. Hiçbiri beğenmedi ve o kadar emek tamamen boşa gitti. Tamamen hepsini değiştirdik. Bu sefer farklı tasarımlar farklı geliştirme yollarına giriştik. Yani çocukların da insanların da dediğim çok fazla istekleri her an değişebiliyor. Bir gün öncesinde sevmediğimiz bir şeyi ertesi gün sevebiliyoruz. Hatta çok sevdiğimiz bir elbiseyi, bir kıyafeti aldığımız da bir hafta sonra dolabı açıyoruz ve diyoruz ki 'ben ne giyeceğim?' 'giyecek hiçbir şeyim yok'. Çünkü o gün olmak istediğimiz insan olmaya çalıştığımız insan için giyeceğimiz bir kıyafetimiz oluyor. Yani kararlar çok fazla değişiyor. Bu kriterlere çok fazla bir şey eklenemez. Sadece geri dönüş alabileceğimiz test, test, test."

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlanmadan önce başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 6 temadan üçüncüsü olan oyunu oynayanların tanıtımlarda ilgisini ve alakası temasının ise, sosyal medyada uyandırdığı etki, oyuncuların yayınlanmadan önce istek listesine ekleme sayısı ve platformalarda gösterilen ilgi olmak üzere 3 alt teması vardır. Bunlardan oyuncuların yayınlanmadan önce istek listesine ekleme sayısı olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A5 ve A6) katılımcı A5 istek listesine eklemenin metrik olarak önemli bir veri sunduğunu ancak istek listesine ekleme durumunun oyun türüne ve hedef kitlesine bağlı olarak değişkenlik gösterebileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

"Wish list dediğimiz bir olay var. İnsanlar daha biz oyunu yayınlamasak bile oyunun sayfasını açıyoruz ve insanlar oradan ben bu oyunu takip ediyorum diye işaretliyor. Bu sayıları değerlendiriyoruz. Yani kaba şeyler var. Mesela publish ettiğinde wish list sayısı ne kadarsa onun genelde %10 dönüyor ama bu da net bir çıkarım olmuyor. Çünkü bizim işte wish list sayımız düşüktü ama ilk çıktığımızda alan kişi yani bizim wish list ve satın alan kişi oranı çok yüksekti. Ondan dolayı oyun türlerine göre dağılıyor. Strateji tarzı, oyun türlerinin wish listte

yer alma oranı daha yüksek oluyor ama bazı diğer işte çok genel kitleye hitap eden RPC tarzı Roguelike tarzı oyunlarda insanlar daha fazla istek listesine alıp geçiyor ama oyun çıktı çıkmadığı takip etmiyor bile. Yani en belirgin metrik dediğim gibi wish list oluyor ama bu da kesin bir şey olmuyor. "

Oyunu oynayanların tanıtımlarda ilgisini ve alakası temasının ikinci alt teması olan platformlar da gösterilen ilgi olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(I5 ve I8) katılımcı I8 oyun oynayanların ilgisi ve bağlılığının satışların hızını ve oyunun daha geniş kitlelere ulaşma potansiyelini etkileyen önemli bir faktör olduğunu şöyle ifade etmektedir:

"Yayınlanmadan önce aslında bu oyunu bekleyen yani yayınlanmasını bekleyen belirli bir komünite varsa ve bu komünite sayısı minimum, platformdan platforma değişiyor ama sayısı minimum sınırı geçtikten sonra burada bekleyen oyuncu sayısının fazlalığına değil bekleyen oyuncuların ne kadar ilgili olduğu aslında daha önemlidir. Çünkü atıyorum bir oyunu 30.000 kişi bekler ve bu kişiler çok meraklıdır oyun hakkında. Sürekli geliştirici ekibe sorular sorar, ne zaman çıkacağıyla ilgili olan haberleri takip eder. Neler eklenmiş, neler çıkartılmış, neler düzeltilmiş bunları takip eder. Bu oyunun daha başarılı bir oyun olacağı aslında belirlidir. Çünkü bu 30.000 kişinin çok büyük bir kısmı bu oyunu satın alacaktır ama bir tarafta da 300.000 kişi bir oyunu bekliyor diyelim ama çok fazla tabii ilgileri ve alakalı yoktur. Oran olarak baktığımızda bu oyunu daha az kişinin aslında satın alacağını öngörebiliriz ve oyunlar çıkarıldıkları platformlarda ne kadar hızlı satarsa o kadar fazla kişinin önüne çıkacağı için bu da oyunun sadece bekleyen kişiler değil, bir sonraki aşama yani oyunu beklemeden ancak gördükten sonra ilgisini çeken oyuncular tarafından da satın alacağını etkiler. Dolayısıyla bu diyebiliriz yani oyunu bekleyen kişilerin ilgisini, alakası diyebiliriz."

Oyunu oynayanların tanıtımlarda ilgisini ve alakası temasının üçüncü alt teması olan sosyal medya uyandırdığı etki olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A1 ve I1) katılımcı A1 kullanıcı ilgisini ve sosyal medya etkileşimlerini ölçmenin geliştirme sürecindeki bir oyunun başarısını değerlendirmek için gösterge olduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Kullanıcılarımıza yönelik mağaza sayfası açılır oyun yayınlanmadan önce. Ne kadar ilgi gösterdi insanlar önemlidir. Sosyal medya gönderilerimiz ne kadar etkileşim aldı önemlidir.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlanmadan önce başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 6 temadan dördüncüsü olan fikir aşamasında geliştirmeyi düşündüğü oyunda eğlenmesi olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I9, A2 ve A4) katılımcı A4 bir oyun fikrini hayata geçirmeden önce oyuncu perspektifinden değerlendirerek eğlenceli bulmadığı fikirleri elemenin ekip emeğine duyduğu saygının bir gereği olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

"Birazcık daha fikir aşamasında oyuncu tarafından bakmaya çalışıyorum. Ben bu oyunu hayal ederken aslında kafamda aynı zamanda nasıl olacağını aşağı yukarı tahmin edebiliyorum. Bu da şuna yarıyor. Oyuncu tarafından bakıp eğer böyle bir oyun olsaydı ve ben bunu oynasaydım eğlenir miydim? Eğlenmem dediğim her fikri zaten direkt olarak orada eliyorum. Buna zaman harcamanın mantıklısı olduğunu düşünüp farklı şekilde işte mekaniklerini böyle yapsam düzeltebilir miyim işte, bu nasıl olur yani düşünce aşamasında hepsini aslında kafamda test etmeye çalışıyorum olabildiğince çünkü şimdi bir şeyi hadi yapalım beyler dediğim zaman onun üzerine bir emek sarf edilecek ve bu emeğin karşılığının kafamda sıfır olması demek arkadaşlarımın emeğine de aslında saygısızlık gibi geliyor bana. Bundan ziyade abi şunu yapalım, tutma ihtimali var dediğim fikirleri aslında masaya getiriyorum. Kafamda böyle ilerliyor."

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlanmadan önce başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 6 temadan beşincisi olan hataların çözülebiliyor olması olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I7,A1 ve A5) katılımcı I7 oyunun

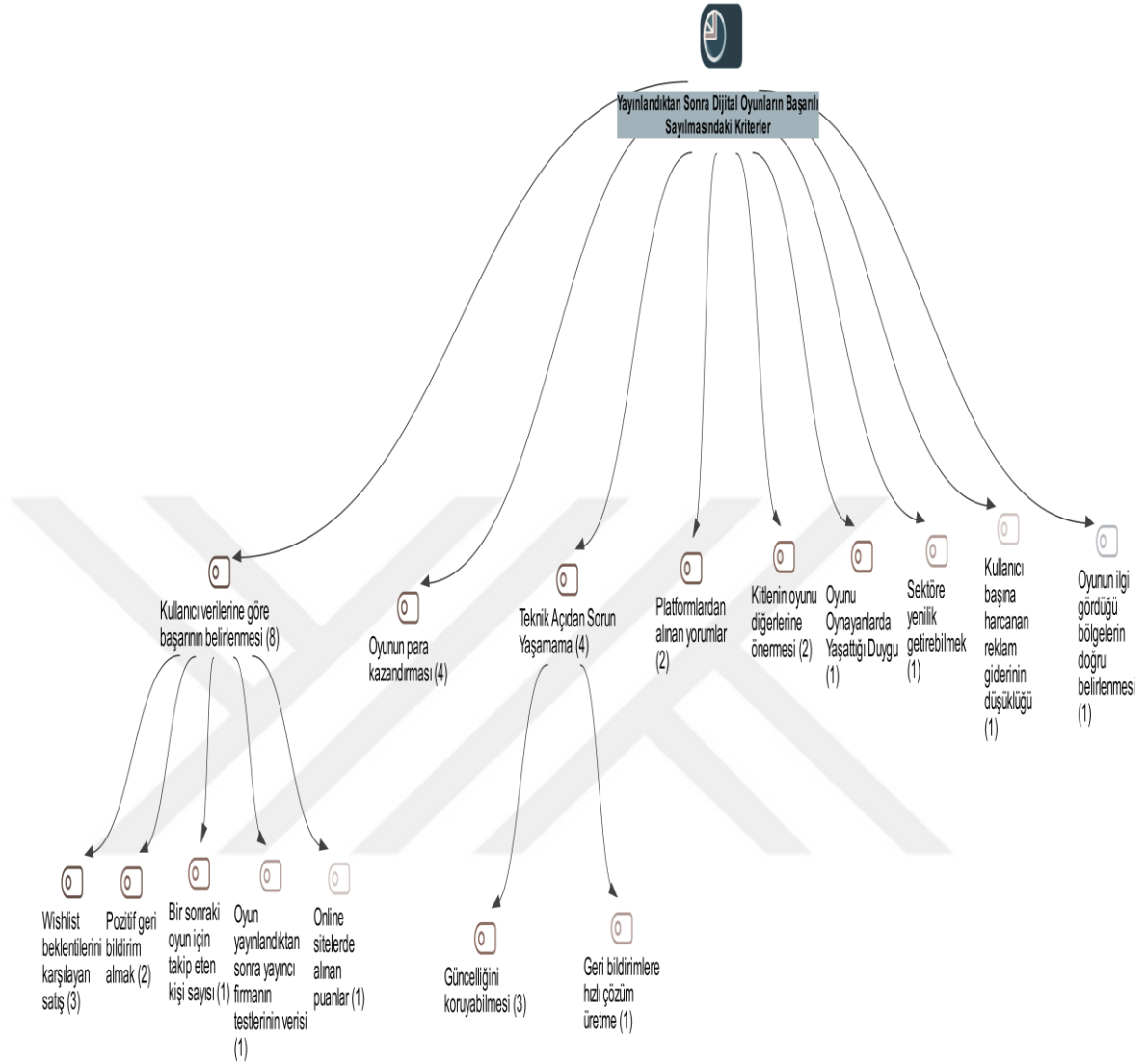
düzenlendiği ve hataların giderilebildiği süreçte oyunun başlangıcından sonuna kadar büyük hatalar olmaması ve oyunu oynayanların oyun deneyimini kesintiye uğratacak sorunlar yaşanmaması gerektiğini şöyle ifade etmektedir:

"Bizim oyunların polishing dediğimiz bir olay var. Polishing nedir? Oyunu düzenleme, toparlama diyelim bu. Bu kısmı kafanızda bittiyse bu ne demek oluyor? Oyun da major buglar olmayacak. Atıyorum baştan başlayan bir oyuncu starta bastıktan sonra oyun bitene kadar büyük bir hatayla başlamadan oyunu bitirebilecek."

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlanmadan önce başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 6 temadan altıncısı mekaniksel olarak oyuncuyu kendinde tutabilme potansiyeli olduğunu söyleyen katılımcı I7 yayınlanmadan önce bir dijital oyunun kalite değerlerinin önemli olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

"Oyunun kalite değerleri yani game designerların tabiriyle söyleyeyim oyunun genel kalite değerleri, gerek grafiksel gerek hikayesel gerek mekaniksel olarak oyuncuyu kendinde tutabilme potansiyeli oyunun olup olmadığını işaret gösteriyor aslında."

Yayınlandıktan Sonra Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler



Şekil 16: Yayınlandıktan Sonra Dijital Oyunların Başarılı Sayılmasındaki Kriterler

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda 9 tema saptanmıştır. Bu temalar; kullanıcı verilerine göre başarının belirlenmesi, oyunun para kazandırması, teknik açıdan sorun yaşamama, platformlardan alınan yorumlar, kitlenin oyunu diğerlerine önermesi, oyunu oynayanlarda yaşattığı duygu, sektöre yenilik getirebilmek, kullanıcı başına harcanan reklam giderinin düşüklüğü ve oyunun ilgi gördüğü bölgelerin doğru belirlenmesi şeklindedir. Kullanıcı verilerine göre başarının belirlenmesi temasının ise Wishlist beklentilerini karşılayan satış, pozitif geri bildirim almak, bir sonraki oyun için takip eden kişi sayısı, oyun yayınlandıktan sonra yayıncı firmanın testlerinin verisi ve online

sitelerde alınan puanlar olmak üzere 5 alt teması vardır. Bunlardan Wishlist beklentilerini karşılayan satış olduğunu belirten 3 katılımcıdan(A1,A5 ve A9) katılımcı A1 yayınlanmadan öncesinde istek listesine eklenen oyunun yayınlandıktan sonraki satış verisinin oyunu oynayanların oyundan tatmin oldukları ya da olmadıklarını ve bunun başarı ve başarısızlığı temsil ettiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Wishlist listelerimiz var. Wishlist mesela listemiz 2000’se 1990 kişinin para vererek satın alması demek yani benim için başarı oranıdır amacımıza ulaşırken. 10 kişi falan almamıştır. Ya parasını beğenmemiştir ya da oyunu almayı daha düşünüyordur falan. Ama 2000 kişiden sadece 100 tanesi oyunu satın aldıysa o zaman bu bizim için başarısızlık örneğidir. Çünkü oyunu ilk gördüğünde umduğu şeyle oyun içine baktıktan sonra gördüğü şey kişiyi hayal kırıklığına uğratmış demektir.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda ulaşılan 9 temadan ilki olan kullanıcı verilerine göre başarının belirlenmesi temasının ikinci alt teması olan pozitif geri bildirim almak olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I7, I8) katılımcı I8 oyunu oynayanların oluşturdukları topluluk üzerinden sağladığı etkileşimle oyunun hakkında olumlu görüş bulundurmalarının oyunun satış rakamları üzerinde etkisi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Hani çok fazla satılması dahi oyun kullanıcılar tarafından pozitif bir şekilde değerlendirmesine bağlı ve oyunu oynayan kişilerin çok büyük bir kısmı oyunu pozitif olarak gördüyse ve bu oyundan eğlendiyse bu oyuna da başarılı diyebiliriz. Çünkü bu oyuncular bir komünite yaratarak aslında geliştirici ekibin sonraki oyununu da beklemeye başlarlar ve muhtemelen soft marketing dediğimiz kendi arkadaşlarına, kendi çevresine de önerecektir bunu.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda ulaşılan 9 temadan ilki olan kullanıcı verilerine göre başarının belirlenmesi temasının üçüncü alt teması olan bir sonraki oyun için takip

eden kişi sayısı olduğunu belirten katılımcı I6 bir dijital oyunun başarısında oyun etrafında oluşan bir sonraki projeye gösterdiği ilgi ve bağlılığı ön planda tutarak sadık bir kitlenin önemini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Orada bence komünite oluşturabildiniz mi indie noktasında söylemek gerekirse. Sayılar zaten bazı şeyleri söylüyor. Kaç kopya sattığımız bazı şeyleri söylüyor. Onun dışarısında işte o komünite içerisinde bir sonraki ya size destek olan bir sonraki oyun için peşinizden koşan insan sayıda çok önemli. Yani o komünite oluşuyor ama size candan bağlanan bir kısmın da olması lazım bence. Onun dışında zaten başarılı olduğumuzu şeyden de anlatıyor. Sağa sola çağırmaya başlarlar büyük ihtimalle. Öyle şeyler oluyor benim etrafımdaki gördüğüm kadarıyla. Böyle kriterler kişiye göre değişse de benim için şahsen hayran mailleri olabilir.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda ulaşılan 9 temadan ilki olan kullanıcı verilerine göre başarının belirlenmesi temasının dördüncü alt teması olan oyun yayınlandıktan sonra yayıncı firmanın testlerinin verisi olduğunu belirten katılımcı I4 bir oyunun başarılı olup olmadığını kullanıcı verileri üzerinden firmaların tahminde bulunabileceklerini şöyle ifade etmektedir:

“Bizim yayıncı firmalarımız oluyor. Yayıncı firmalarda da bu oyunları teste sokuyorlar. Bu test esnasında da oyun ne kadar süre oynanmış, kaç bölüm oynanmış, aşağı yukarı nereye gelince oynanma bırakılmış gibi veriler elde ediliyor. Bu veriler aslında bayağı normal matematikle kullanıcı başına gelen gelir üzerinden hesaplanıp tamam boyun başarılı ya da bu oyun başarısız şeklinde karar veriliyor.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda ulaşılan 9 temadan ilki olan kullanıcı verilerine göre başarının belirlenmesi temasının beşinci alt teması olan online sitelerde alınan puanlar olduğunu söyleyen katılımcı A2 oyunu oynayanların sayısından ziyade çeşitli

çevrimiçi platformlarında oyunun aldığı yorumların başarıda belirleyici bir etken olduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Online sitelerde alınan puanlar aslında ne kadar kaliteli olduğunu gösterebiliyor. Her ne kadar kitlesi az olsa bile oradaki sitelerde bazen çok yüksek puanlara erişebiliyor ve bu tarz oyunlar demek ki bir şey doğru yapmış diyebiliyorsunuz.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan ikincisi olan oyunun para kazandırması olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I2, A2, A4, A7) katılımcı A4 bir dijital oyunun para kazandırması ve bunun devamlı olmasının önemini şu ifadelerle belirtmektedir:

“En basitinden satıyorsa başarılıdır. Bu bir anda satış patlaması yapıp duruyorsa yine başarılıdır ama önce asıl başarı onun sürekli satabiliyor olmasıdır. Yani üzerinden zaman geçtikten sonra da satabiliyor olmasıdır.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan üçüncüsü olan teknik açıdan sorun yaşamama temasının ise güncelliğini koruyabilmesi ve geri bildirimlere hızlı çözüm üretme olmak üzere 2 alt teması vardır. Bunlardan güncelliğini koruyabilmesi olduğunu belirten 3 katılımcıdan(A4, A6, A7) katılımcı A4 oyunun yıllarca oynanacak şekilde güncel tutulmasının başarı göstergesi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bu zamanlarda ikonikleşen oyunlar gibi. Mesela zaman geçtikten sonra insanlar o oyunu alıp kullanabilmeli. Güncelliğini koruyabildiği sürece oyun başarılıdır.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan üçüncüsü olan teknik açıdan sorun yaşamama temasının ikinci alt teması olan geri bildirimlere hızlı çözüm üretme olduğunu belirten katılımcı A8 oyunu oynayanların bildirdiği sorunlara yönelik

hızlı bir çözüm sunmanın başarı için önemli olduğunu *“Özellik geri bildirimlere de hızlı bir şekilde çözüm üretirsen çok daha başarılı olmuşsundur.”* ifadeleriyle belirtmiştir.

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan dördüncüsü olan platformlardan alınan yorumlar olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(I1, A1) katılımcı A1 bir dijital oyunun yayınlandıktan sonraki başarısı için oyunun sosyal medyada yarattığı etkiyi, kaç kişiye ulaştığını ve kaç kişi tarafından cihazlara kurulduğunu önemli kriterler olarak görülse de bunun ötesinde oyunun dijital oyun marketlerinde ve platformlarda aldığı yorumlar ile kullanıcılar arasındaki etkileşimin başarının en belirgin göstergesi olarak gördüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

“Sosyal medyada oyun yayınlandıktan sonra uyandırdığı etki. Kaç kişiye ulaşabilmiş, kaç kişi görmüş, marketlerde kaç kişi oyunu kendi cihazına kurmuş ama daha önemlisi ne kadar yorum almış ya da etkileşim almış oyunu kendisi direkt.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan beşincisi olan kitlenin oyunu diğerlerine önermesi olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(A3, A5) katılımcı A3 dijital oyunun yayınlandıktan sonraki başarısını mevcut oyuncu kitlesinin oyunu çevresine önermesi ve bu sayede oyunun daha çok kişi tarafından oynamasıyla ilişkilendirmesini *“Bir oyunun faydalananlarının artması demek kitlenenin bundan haberi olması ve daha fazla kişiye önererek senin oyunun daha çok tercih edilmesi demektir.”* sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcılara bir dijital oyunun yayınlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan altıncısı olan oyunu oynayanlarda yaşattığı duygu olduğunu belirten katılımcı A6 bir oyunun yayınlandıktan sonraki başarısını oyunu oynayanlara oyun sırasında yaşadığı tatmin duygusu ve bitirilme oyunun onlara keyifli bir deneyim sunabilmesi olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bu alanda oyun oynamak isteyen oyun türü ne ise, isteklerini karşılıyorsa, tatmin ediyorsa, oyun boyunca tutuyorsa ve

oyuncuyu merak ettiriyorsa bence başarılıdır. Oyun türünün ne olursa olsun fark etmez. Bu 2 saatlik olabilir ya da 500 saatlik bir oyun da olabilir. Oyuncu almak istediğini alıp mutlu bir şekilde oyunu kapatıyorsa bu başarılı bir oyun kriteridir.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayımlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan yedincisi olan sektöre yenilik getirebilmek olduğunu belirten katılımcı I3 bir dijital oyunun yayımlandıktan sonraki başarısının sadece maddi kazançla ölçülmemesi gerektiğini savunarak oyunun sektöre getirdiği yeniliklerin ve ilham verdiği diğer projelerin de önemli bir başarı kriteri olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Her şey maddi başarı değil diye düşünüyorum. Pek çok oyunda nihayetinde belki hak ettiği maddi başarıyı sağlayamıyor ama mesela ciddi bir yenilik getiriyor. Sonrasında arkasından başka başka oyunlar çok satış yapabiliyor. Böyle pek çok şey oluyor. Yani nefis fikirleri olup da 5 kuruş kazanamayan insanlar var. Onlara ben başarısız değil talihsiz demeyi tercih ediyorum o yüzden. Yani her şey sadece paraya endekslememek gerekiyor bu dünyada.”

Katılımcılara bir dijital oyunun yayımlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan sekizincisi olan kullanıcı başına harcanan reklam giderinin düşüklüğü olduğunu belirten katılımcı I4 bir dijital oyunun yayımlandıktan sonraki başarısının kullanıcı başına düşen reklam giderinin düşüklüğünün sağladığı gelir artışına dayalı bir kriterlere bağlı olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Appstore için söylüyorum direkt olarak kullanıcı başına getirilen şey kullanıcı başına harcanan reklam giderinin düşüklüğü. Aslında ana kriter bu. Siz oyununuza reklam vermek için belli bir miktar para yatırıyorsunuz. Doğal olarak ne kadar kullanıcınız varsa da kişi başına o kadar az para harcamış olduğunuz için çok daha fazla size gelir getirmiş oluyor. Basitçe bu.”

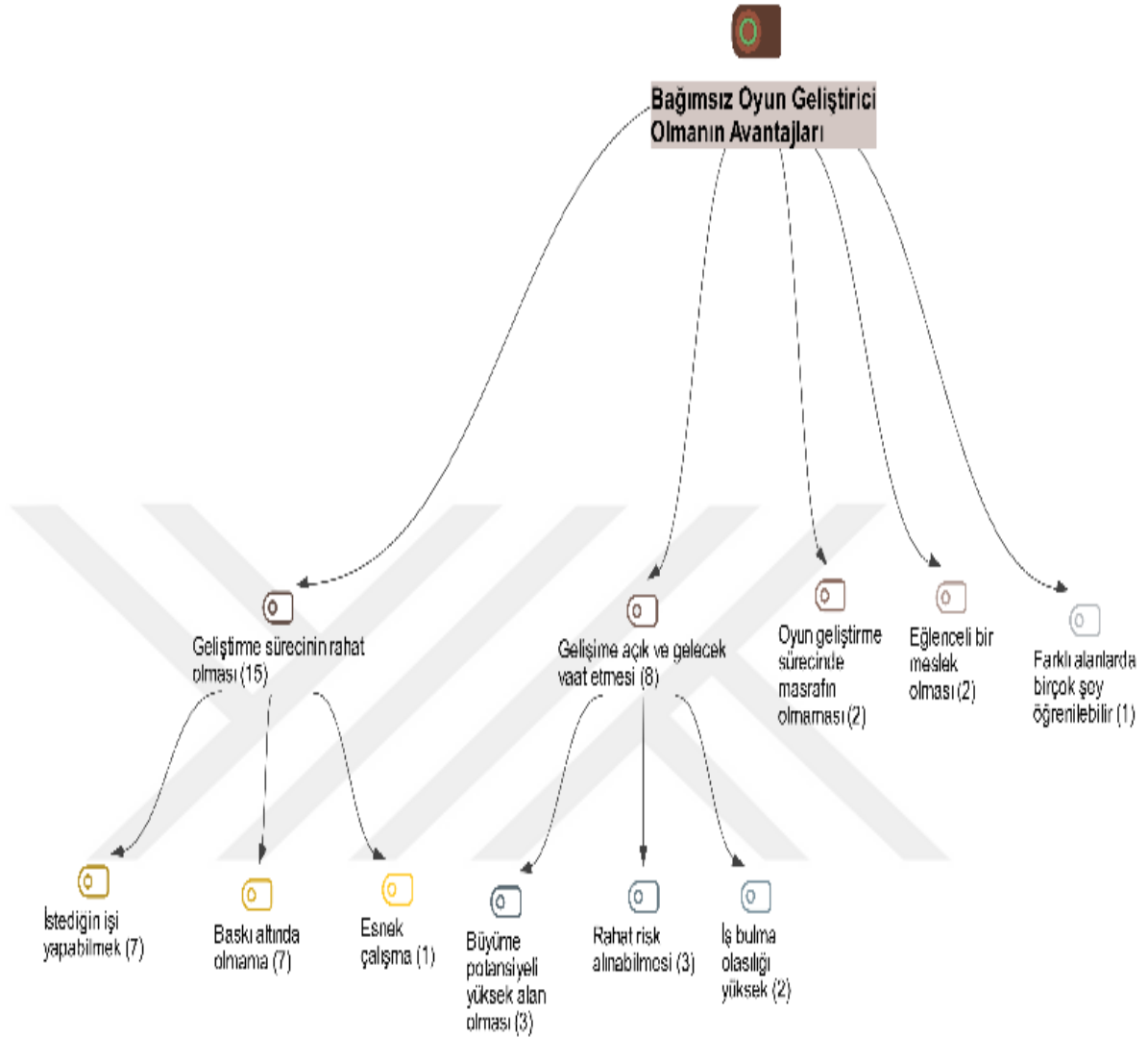
Katılımcılara bir dijital oyunun yayımlandıktan sonra başarılı sayılma kriterlerinin ne olduğuna yönelik fikirleri sorulduğunda saptanan 9 temadan sonuncusu olan oyunun ilgi gördüğü bölgelerin doğru belirlenmesi olduğunu belirten katılımcı I9 bir oyunun yayımlandıktan sonraki başarısı değerlendirilirken satış rakamları, oynanma süresi ve özellikle oyunun ilgi gördüğü bölgelerin doğru analiz edilmesi gibi somut verilere dayalı kriterlerin oyunun gelecekteki potansiyelini öngörmekte belirleyici bir rol oynadığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Aslında bunun çok materyalize edilebilir kıstasları var geri dönüş konusunda. Ne kadar insan satın almış, ne kadar insan bunu ne kadar süre oynamış, bunun işte bir gün oynayıp bırakmış mı? 2 haftadır oynuyor mu? Daha sonrasında dünyanın hangi taraflı, hangi bölgesindeki insanlar daha çok ilgi göstermiş? Asya'daki insanlar mı, Amerika'daki insanlar mı, Ortadoğu mu? Bunların hepsinin bilgilerini, geri dönüşlerini direkt olarak sayısal bir şekilde alabildiğin için biraz daha ona yönelik aslında son noktayı koyabiliyorsun diyorsun ki abi 10.000 satmış Asya bölgesindeki insanlara satmış ve insanlar çok beğendiği için bu satış rakamları 3 ay sonra 50 bine ulaşacak. İşte o zaman şey yapabiliyorsun, bu oyun güzel boyun oldu.”

5.3.3. Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Avantaj ve Dezavantajları

Çalışmada yer alan katılımcıların bağımsız oyun geliştirici olarak bu alanın avantajları ve dezavantajlarına dair fikirlerinden elde edilen bulgulara burada verilmiştir.

Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Avantajları



Şekil 17: Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Avantajları

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda katılımcıların cevapları doğrultusunda 5 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; geliştirme sürecinin rahat olması, gelişime açık ve gelecek vaat etmesi, oyun geliştirme sürecinde masrafın olmaması, eğlenceli bir meslek olması ve farklı alanlarda birçok şey öğrenilebilir şeklindedir. Bunlardan ilk olan geliştirme sürecinin rahat olması olan temanın istediğin işi yapabilmek, baskı altında olmama ve esnek çalışması şeklinde olan 3 alt teması vardır. İlk alt tema olan istediğin işi yapabilmek olduğunu belirten 7 katılımcıdan(I1, I5, I7,I9,I10,A6,A10) katılımcı I1 tutkuyla bağlı olduğu işi yaparak mutluluğu ve motivasyonu sürdürebilmesi açısından bir avantaj olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Avantajları ya bütün en basitinden yapmak istediğin işi yapıyorsun. Bu çok önemli bir faktör. Herhangi bir işte keyif almıyorsan, yaptığın işten o sana bir mutluluk getirmeyecektir ve hani senin için de bir süre iyi olmayacaktır ve hani bunun senin gerek sağlığına göre psikolojine gerek işte ilerlemek istediğin kariyer de çok büyük etkisi olacaktır. Nasıl diyeyim bilmiyorum ama bunlar mesela hani bende çok büyük artı sağlayan şeyler. Çünkü en başından beri ben küçüklüğümden beri oyun oynuyorum. 10 küsur senedir oyun geliştirmek istiyorum. Bunun riskini aldım. Birçok işleri geri çevirdim. Bu sektörde devam ettim. Yorucu oldu ama günün sonunda aldığım reaksiyonlar beni mutlu etti ve hala ne kadar yorucu ve zor meslek olsa da tutunmaya devam ediyorum. Bunlar benim motivasyon kaynağım oluyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan geliştirme sürecinin rahat olmasının ikinci alt teması olan baskı altında olmama olduğunu belirten 7 katılımcıdan(I2, I4, I6, I8, A3, A4, A9) katılımcı I8 indie oyun geliştiricilerin kimseye bağımlı olmadan daha özgür ve yaratıcı hareket etme imkânı tanınmasının bir avantaj olarak gördüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

“Biz yayıncılar ve geliştiriciler olarak ayırırız şirketleri ve yayıncılar oyunları sizin için yayınlayan kişilerdir. Dolayısıyla bu tarz şirketlere bağımlı olmadığınız için biraz daha serbestsiniz çünkü o tarafta yani yayıncı tarafında sürekli oyunun daha çok satılması daha çok kâr elde edilmesine ve daha kısa sürede yapılmasına odaklanılıyor. Dolayısıyla bu da kimi zaman daha kalitesiz oyunların üretimine neden olabiliyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan geliştirme sürecinin rahat olmasının üçüncü alt teması olan esnek çalışma olduğunu belirten katılımcı A2 bağımsız oyun geliştirici ekiplerinde çalışan

geliştiricilere kendi verimli oldukları zaman dilimlerinde çalışma özgürlüğü sunarak iş verimliliğini arttırdığını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Avantajları çok esnek çalışma saatlerimiz olabiliyor. Özellikle Türkiye’de 2 tane büyük şirket var. Bu iki şirkete girmediğimiz zaman zaten daha çok uzaktan çalışıyorsunuz. Onun dışında daha esnek saatleriniz olur. Size bir iş verilir. Sizden beklenen şey 8 saat çalışman değil bu işi tamamlaman oluyor genelde. Özellikle indie ekiplerde çalışıyorsanız çok daha rahat çalışabiliyorsunuz. Sabah sekizde çalışmak yerine ben mesela gece 12’de çalışmayı daha çok seviyorum.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan gelişime açık ve gelecek vaat etmesi temasının büyüme potansiyelinin yüksek olması, rahat risk alınabilmesi ve iş bulma olasılığının yüksek olması şeklinde 3 alt teması vardır. Bu alt temalardan ilki olan büyüme potansiyelinin yüksek olması olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I2, I6, I1) katılımcı I1 dijital oyun sektörünün Türkiye’de hızla büyüyen ve değer üretme potansiyeli yüksek bir alan olarak sektördeki rekabete rağmen geliştiriciler için geleceğe yönelik bir avantaj olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ayrıca bizim ülkemiz içinde rekabet fazla ama bizim ülkemiz içinde çok potansiyeli alan olarak görüyorum açıkçası. Çünkü ne kadar yeterli olmasa da bir değer üretilmeye çalışılıyor en nihayetinde. Bunu avantaj olarak sayabiliriz galiba. Türkiye için değer oluşturma potansiyeli yüksek olduğu için bence oyun sektörü nispeten avantajlı sayabiliriz. Büyüyor çünkü sürekli.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan gelişime açık ve gelecek vaat etmesi temasının ikinci alt teması olan rahat risk alınabilmesi olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I1, I7, A5) katılımcı A5 bağımsız oyun geliştiricilerin büyük oyun şirketlerinin aksine başarısızlık durumunda hızlıca yeni projelere yönelebilecekleri için risk alabilme imkanlarının rahat olmasının bir avantaj olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Mesela Ubisoft, Assassin's Creed yapmayalım da bambaşka bir oyun yapalım riskini daha az göze alıyorlar. Çünkü adamların çatısı altında 500 kişilik 1000 kişilik bir ekip var. Bu ekiplerin bütçesi lazım. Oyunun pazarlamak bütçesidir derken çok büyük bütçeler gerek. Bu Triple A firmaları çok büyük bütçe harcıyor ve bu risk alabilmeyi azaltıyor. Çünkü omuzlarındaki yük çok fazla. Ama mesela indie olarak ben girerim manager evrenini oluşturmaya çalıştım ama oluşturamadım, tutmadı ya da insanlar beğenmedi veya işte biz bir şeyleri yanlış yapmış olsak bile ben bunu kapatıp başka bir oyuna geçebilirim. Yani en büyük rahatlığı bu olabilir.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan gelişime açık ve gelecek vaat etmesi temasının üçüncü alt teması olan iş bulma olasılığının yüksek olması olduğunu söyleyen 2 katılımcıdan(I10 ve A4) katılımcı I10 indie oyun geliştiricisi olmanın coğrafi sınırları ortadan kaldırarak kariyer seçeneklerini önemli ölçüde genişlettiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Uzaktan çalışma imkanı olduğu için yurtdışındaki insanlara bile o ülkeye taşınmadan çalışabilirsin. Bu yüzden çalışmak için çok fazla şirket seçeneğinin olması da bir avantaj sağlıyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan üçüncü tema olan oyun geliştirme sürecinde masrafın olmaması olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I8, A10) katılımcı A10 indie oyun geliştiricilerin dijital oyun geliştirme sürecinin düşük maliyetli olmasını *“Yani çok bir masrafı veya gideri yok. Lojistik masrafı yok. Tek masrafı reklam.”* sözleriyle ifade etmektedir.

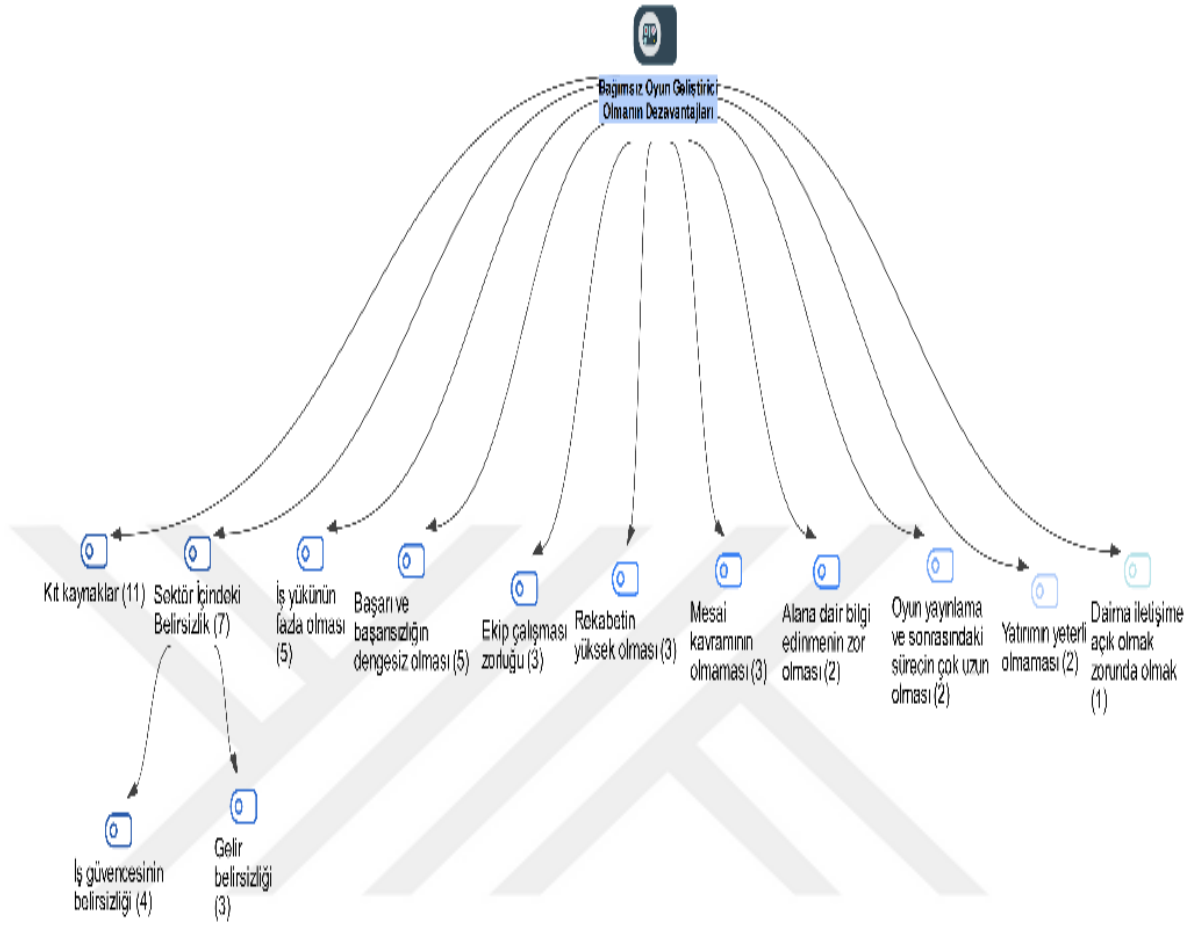
Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan dördüncü tema olan eğlenceli bir meslek olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I4, I7) katılımcı I4 indie oyun geliştiricisinin geliştirme sürecinde amacı ne olursa olsun eğlenceli bir yerden bakabilme imkanı verdiği için tatmin edici bir çalışma ortamı sunduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Avantajları tabii ki bu belli bir noktada eğlence sektöründeki işimize çok sanatsal ya da çok matematiksel de yaklaşabiliriz. Tamamen para için de yapabiliriz ama bu sonuçta eğlence sektörü aslında tıpkı televizyonculuk gibi ya da film yönetmenliği gibi. Eğlenceli bir meslek olarak böyle bir avantajı var diyebilirim. Eğlence sektöründe çalışmak eğlenceli bir ortamda yaratıcı bir ürün çıkarabilmek tatmin edici bir şey.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları sorulduğunda ulaşılan beşinci ve son tema olan farklı alanlarda birçok şeyin öğrenilmesi olduğunu belirten katılımcı I7 indie oyun geliştirmenin farklı disiplinlerde yetkinlik kazanma fırsatı vermesiyle kendilerini çok yönlü olarak geliştirmelerine imkan sağladığını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Birçok alanda birçok şey öğreniyorsun. Ses dizaynı olsun, tasarımı olsun yazılım olsun birçok alanda yetkinlik kazanıyorsun. Bunu söyleyebilirim.”

Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Dezavantajları



Şekil 18: Bağımsız Oyun Geliştirici Olmanın Dezavantajları

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda katılımcıların cevapları doğrultusunda 11 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; kıt kaynakları, sektör içindeki belirsizlik, iş yükünün fazla olması, başarı ve başarısızlığın dengesiz olması, ekip çalışması zorluğu, rekabetin yüksek olması, mesai kavramının olmaması, alana dair bilgi edinmenin zor olması, yatırımın yeterli olmaması, ve daima iletişime açık olma zorundallığı şeklindedir. Bunlardan ilki olan kıt kaynaklar olduğunu belirten 11 katılımcıdan (I1, I3, I6, I8, I10, A1, A3, A4, A5, A6, A8) katılımcı I6 sınırlı maddi kaynaklar nedeniyle geliştiricilerin zorluklar yaşadığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dezavantajlarından biri para yok nitelikte. Yani parayı oyunu geliştirirken maddi anlamda biraz kendinizden vermeniz gerekiyor. Biraz girişime benziyor aslında. Bu sıfırdan hiçbir şeyi yokken bir şeyler yapmaya çalışıyorsunuz. Kendinizden biraz veriyorsunuz. Para olmadığı için zamanınızı

harcıyorsunuz. Çok fazla bütçeniz olmadığı için reklam vermede dezavantajları olabilir denilebilir.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan kıt kaynakların olduğunu belirten bir diğer katılımcı A5 bütçe yetersizliği nedeniyle ekip üyelerinin gönüllülük esasına dayalı çalışmak zorunda kalması nedeniyle ekip yönetimi zorlaştırarak projelerin sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyebildiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dezavantajları aslında daha çok. Biz mesela 2 kişiyiz. Yeni bir artist katıldı 3 kişi olduk ama bir ekip yönetmek için bütçemiz yok. Bundan dolayı ekipteki herkesin gönüllü çalışması gerekiyor en azından bir yere kadar gönüllü çalışması gerekiyor. Bu ekibi yönetmekte açıkçası zor oluyor çünkü yani karın doymadıktan sonra ister istemez bazı şeyleri insanlar yapamıyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan sektör içindeki belirsizlik temasının iş güvencesinin belirsizliği ve gelir belirsizliği olmak üzere 2 alt teması vardır. Bu alt temalardan ilki olan bir gün sonrasının garanti olmaması olduğunu belirten 4 katılımcıdan (I2, I8, A2, A7) katılımcı I2 indie oyun geliştiricilerin işten çıkarılma veya ayrılma riskini sürekli olarak taşımakta olduğu için mesleki istikrar açısından önemli bir sorun teşkil ettiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Eğer bir şirkette çalışıyorsanız rahat bir iştesiniz yani diğer mesleklere nazaran ancak bu sektörün en büyük dezavantajı şu bir gün sonrasının bir garantisi yok. Yani her an bir kovulma, işten çıkartılma veya işten çıkma durumumuz olabiliyor. Bu konuda çok büyük bir dezavantajı var.”

Katılımcılara indie oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan sektör içindeki belirsizlik temasının ikinci alt teması olan gelir belirsizliği olduğunu belirten 3 katılımcıdan (I5, I7, I9) katılımcı I7 indie oyun geliştiricilerin oyunlarının satış başarısına bağlı olarak ekonomik belirsizliklerle karşı karşıya kalmakta

olduğu ve bu durumun sektörün finansal açıdan riskli bir alan olmasına neden olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dezavantajları dediğim gibi bu sefer de hobi veya küçük çaplı yapıyorsa sürekli gelir beklentisi zor. Çünkü sürekli üretici olmak çok zor bir şey. Bir tane mesela bir tane oyunumuz olduğunu varsayalım. Güzel firmada, onların altında çalışıyorsunuz ve bu oyunda sürekli developer olarak çalışıyorsunuz. Hani bir ekmeğiniz garantisi olur burada. Bir şekilde ilerler ama böyle bağımsız oyuncuların, yani firmaların veya kişilerin oyunları belli miktar satar, popülerleşir veya hiç satmaz yani şey olarak ekonomik olarak sıkıntılı durumda olur. Bazı tabi istisnai örnekler de var ama onlar dışında ekonomik olarak sıkıntılıdır.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan üçüncü tema olan iş yükünün fazla olması olduğunu belirten 5 katılımcıdan(I9, I10, A3, A6, A7) katılımcı I6 bağımsız oyun geliştiricilerin az sayıda kişiyle yoğun emek ve geniş kapsamlı sorumluluklar aldıkları için hem fiziksel hem de psikolojik açıdan yorucu bir süreç geçirmeleri nedeniyle ciddi yükleri olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dezavantajları çok yorucu bir iş olması. Çok fazla bir emek gerektiriyor. Oyun sektörü geliştiği için insanların beklentisi fazla oluyor. Beklentileri karşılamaya çalışıyorsun. Bunun için daha fazla çalışıyorsun. Oyun geliştiriciliğin alanı çok fazla olduğu için hepsini yapamaya çalışıyorsun. Çünkü indie oyun geliştirici ekiplerinin çoğunluğu az kişi olur. 2 kişi, 3 kişi, 5 kişi hatta solo geliştiriciler bile olabilir. Bu kadar kısıtlı bir kişi sayısı içerisinde yaklaşık 16-20 arasında bölümün yapılması gerektiğinde bütün işleri yapmaya çalışıyorsun. Bu zaman ve psikolojik olarak zaten başlı başına yıpratıcı iş oluyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan dördüncü tema olan başarı ve başarısızlığın dengesiz olması olduğunu belirten 5

katılımcıdan(I3, I4, I6, I9, A8) katılımcı I9 bağımsız oyun geliştiricileri için başarı ve başarısızlık durumunda yaşayacakları hayatların çok uç noktalar olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yaptığın işin sonucunda bir şeyler alacak mısın o da belli değil. Yani insanlar beğenmeyebilir, kimse umursamayabilir. Sen istediğin kadar reklam yap, istediğin kadar pazarlama yap bunun geri dönüşünü alman asla yüzde yüz değil hiçbir zaman. Bu da aslında üzerine çok düşününce birazcık kumar gibi aslında. Yani piyangoyu vurursan ne ala ama vuramazsan düşük pil modunda yaşamaya devam etmeni gerektirecek bir hayata sürüklüyor seni ya da ekstra bir iş daha yapman gerekiyor. Ekipteki bir arkadaşım şu an çalışıyor mesela. Para kazandığı bir işi var. Ekstra vaktinde gelip developerlık yapıyor. Bu da hayatını zorlaştırıyor bir yerde ama ödülünü de alırsan eğer yaptığın iş beğenilirse insanlar tarafından o zaman da işte 5 sene boyunca bir şey yapmana gerek kalmıyor. Çalışmana gerek kalmıyor. İstersen çalışmayabilirsin. Çünkü gelecek para seni aslında doyuruyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan beşinci tema olan ekip çalışması zorluğu olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I2,I9,A1) katılımcı I9 ekip içi uyum ve iş dağılımı gibi dinamiklerin yönetilmesindeki zorluklar olmasını bir dezavantaj olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ekiple çalışırken de çok fazla dinamik ekleniyor. Yani herkesin kendi fikri var. Herkesin yapmak istediği bir yer var. Bir durum var. Takım arkadaşlarının hepsinin hangi mekaniği ne kadar iyi yapabilirini bilmen gerekiyor ki ona göre iş dağılımı yapman gerekiyor. Çok fazla etmen var aslında. Bu çok fazla etmenin etrafında dönerek hareket etmen lazım. Hepsiyle birlikte ahenk içinde yapmazsan, uyumlu içinde çalışmazsan bu sefer hem yaptığın iş elinde patlıyor hem de senin mental durumun aslında birazcık darmaduman oluyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan altıncı tema olan rekabetin yüksek olması olduğunu belirten 3 katılımcıdan(A1, A4, A8) katılımcı A8 büyük firmaların sahip olduğu avantajlar karşısında bağımsız geliştiricilerin çok daha fazla emek harcamak zorunda kalmakta olduğu ve bunun sektördeki eşitsizlikleri belirginleştirdiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yaptığımız işte rakiplerimiz çok büyük şirketler. Bizden belki de elliye sıfır ya da yüze sıfır ilerde başlıyor. Çok çok ileride. Onların yaptıkları etkilerle bizim yaptığımız etkiler ilk başlarda kıyaslanamayacak derece çok fazla. Onlar bir emek veriyorsa biz yüz vermek zorundayız. Yani dezavantaj kısmında çok büyük bir kayıp tabii ki. Bunlar söylenebilir.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan yedinci tema olan mesai kavramının olmaması olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I5, A6, A9) katılımcı A9 bağımsız oyun geliştiricilerin sosyal hayatlarından fedakârlık etmelerine ve temel ihtiyaçlarla sınırlı bir yaşam sürmelerine nedeniyle tükenmişlik yaşayabildiklerini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Birden fazla görev ve kısıtlı bir zaman olduğu için bazen burn-out yaşayabiliyorsun. Hani tamamen tükeniyor gibi diyeyim. Sadece geliştirme, işte temel ihtiyaçların uyku, beslenme ama bunun haricinde sosyal hayatından kısılabiliyorsun. Hani o da aslında yaptığın fedakarlıklardan bazıları da bunlar diyebilirim.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan sekizinci tema olan alana dair bilgi edinmenin zor olması olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I6, A2) katılımcı A2 dijital oyun sektöründe ihtiyaç duyulan spesifik becerilerin formal eğitimle yeterince kazandırılmadığı için bağımsız oyun geliştiricilerin kendi çabalarıyla öğrenim materyalleri arayıp yoğun bir şekilde çalışarak kendilerini geliştirmeleri gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bu alanda hani bir şeylerin öğrenilmesi zor. Çünkü özellikle bilgisayar mühendisliği tarzında bir şey okuyorsanız bu alanda

hiçbir şey öğrenemiyorsunuz. Ben yeni kullanan bir insanım. Bu alanda C# kullanıyorum. Hani okulumda C# öğrenmedim. Ben okulda C++ öğrendim. Bunların yanında kendimi geliştirdim. Tek başıma internetten videoları izleyerek kendimi geliştirdim. O yüzden bu konuda ilerleyebilmek için çok çalışman gerekiyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan dokuzuncu olan tema oyun yayınlama ve sonraki sürecin çok uzun olması olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A5,A10) katılımcı A5 dijital oyun geliştirme sürecin uzun ve yorucu olması nedeniyle geliştiricilerin zamanla projeye karşı duyarsızlaşabildiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bilgisayar oyunu yapmak dediğimiz şey çok uzun bir süreç oluyor ve pazarladıktan sonra ürünü yayınladıktan sonra da ilgilenilmesi gerekiyor. Bu uzun süreçte gerekirse ücretsiz gerekirse ücretli hani o şeyler değişir dayanmanız gerekiyor. Çok fazla aynı şeyle uğraştığınız için bazen o şeye karşı körlük diyeyim. İster istemez sürekli aynı şeyle uğraşmak bazen mental açıdan sizi zorlayabiliyor.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan onuncu tema olan yatırımın yeterli olmaması olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A2 ve A6) katılımcı A6 oyun geliştirme sürecinin diğer sektörlere göre daha uzun ve belirsiz olduğu için yatırımcıların risk almak yerine daha somut ve hızlı sonuçlar sunan projelere yönelme eğiliminde olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dezavantajı çoğu ülkede ciddi bir yatırım olarak görülmemesi ve bu alanda büyüme ve gelişmenin biraz da diğer alanlara göre zor olması. Tabii ki imkansız değil fakat bir indie oyun geliştiricisiyseniz ve kendi şirketinizi kurmak istiyorsanız elle tutulur ürün çıkaran birine göre zor oluyor. Kanıtlanabilir olması veya çıkaracağınız şeyin süresi olsun biraz daha uzun geliyor süre bakımından insanlara. Hem de tam olarak ne yapıldığını anlamayabiliyorlar. Diğer üretimlerde, diğer projelerde biraz daha hızlı ve elle tutulur bir şey olduğu için

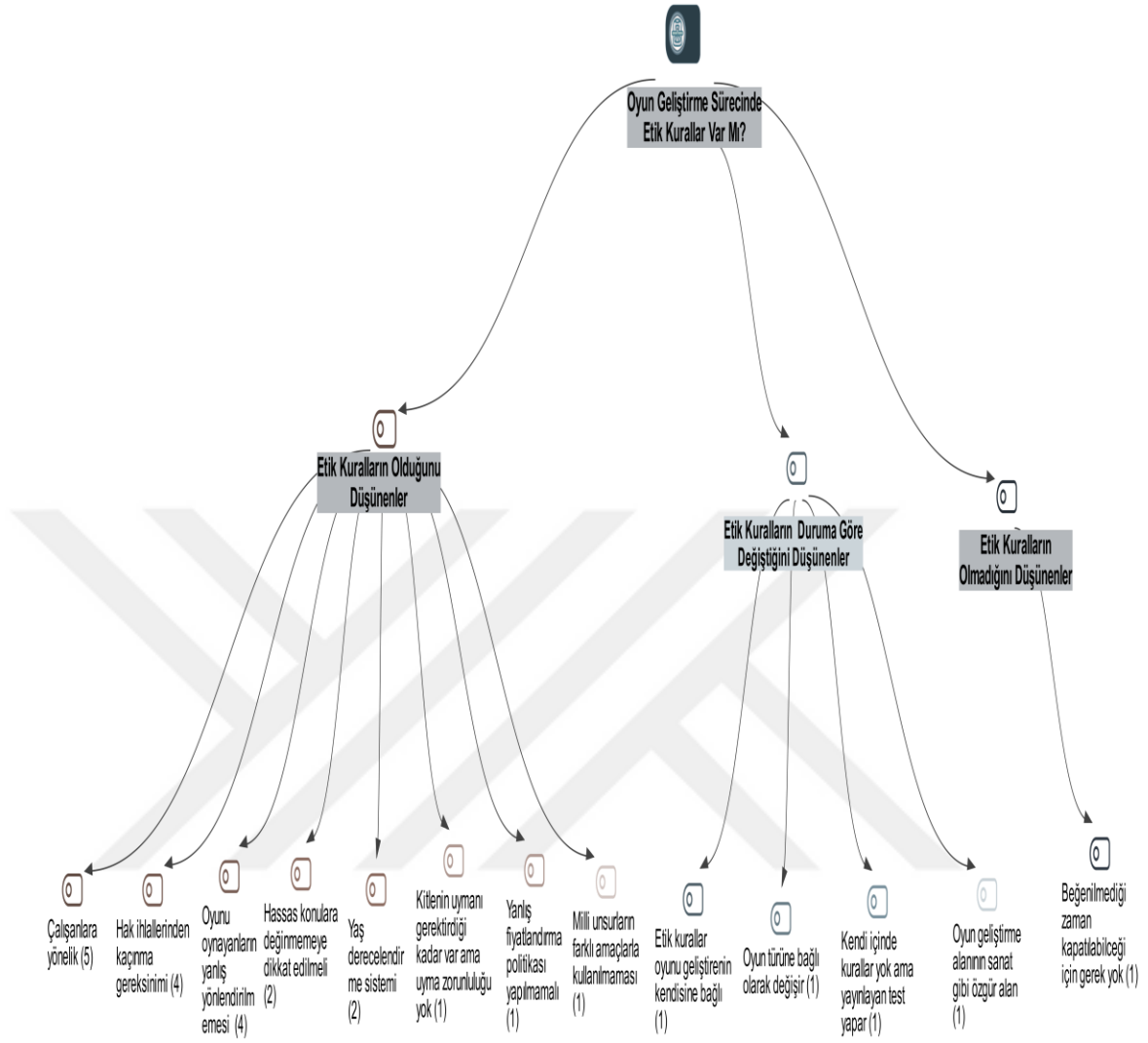
insanlar daha güvenerek yatırım yapabiliyor ve daha hızlı geliştirilebilir oluyor. Bu alanda zorlukları var.”

Katılımcılara bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları sorulduğunda ulaşılan on birinci ve son tema olan daima iletişime açık olma zorundallığı olduğunu belirten katılımcı A5 dijital oyunun farklı alanlarına yönelik uzmanlık gerektiren birçok konuda bağımsız oyun geliştiricilerin sürekli olarak farklı kişilerle görüşme yaparak projeyi ilerletmeleri gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Farklı birçok insanlar görüşmelisiniz. İster istemez sürekli sosyal ve birileriyle konuşmaya hazır bir durumda olmamız gerekiyor. Dezavantajı bu işin daha fazla. Çünkü oyun çok fazla multidisipliner bir yapıda. İşte görsel tarafı var, ses tarafı var, game design tarafı var, level design tarafı var ya da mekanik içerisinde bile yapay zeka kısmı işte ne bileyim normal UI/UX tasarımlarını ayarlanması gibi çok fazla alan var. Çok fazla alan olduğu için sürekli birileriyle iletişim halinde ilerlemen gerekiyor.”

5.3.4. Oyun Geliştirme Sürecinde Etik Kurallar Var Mı?

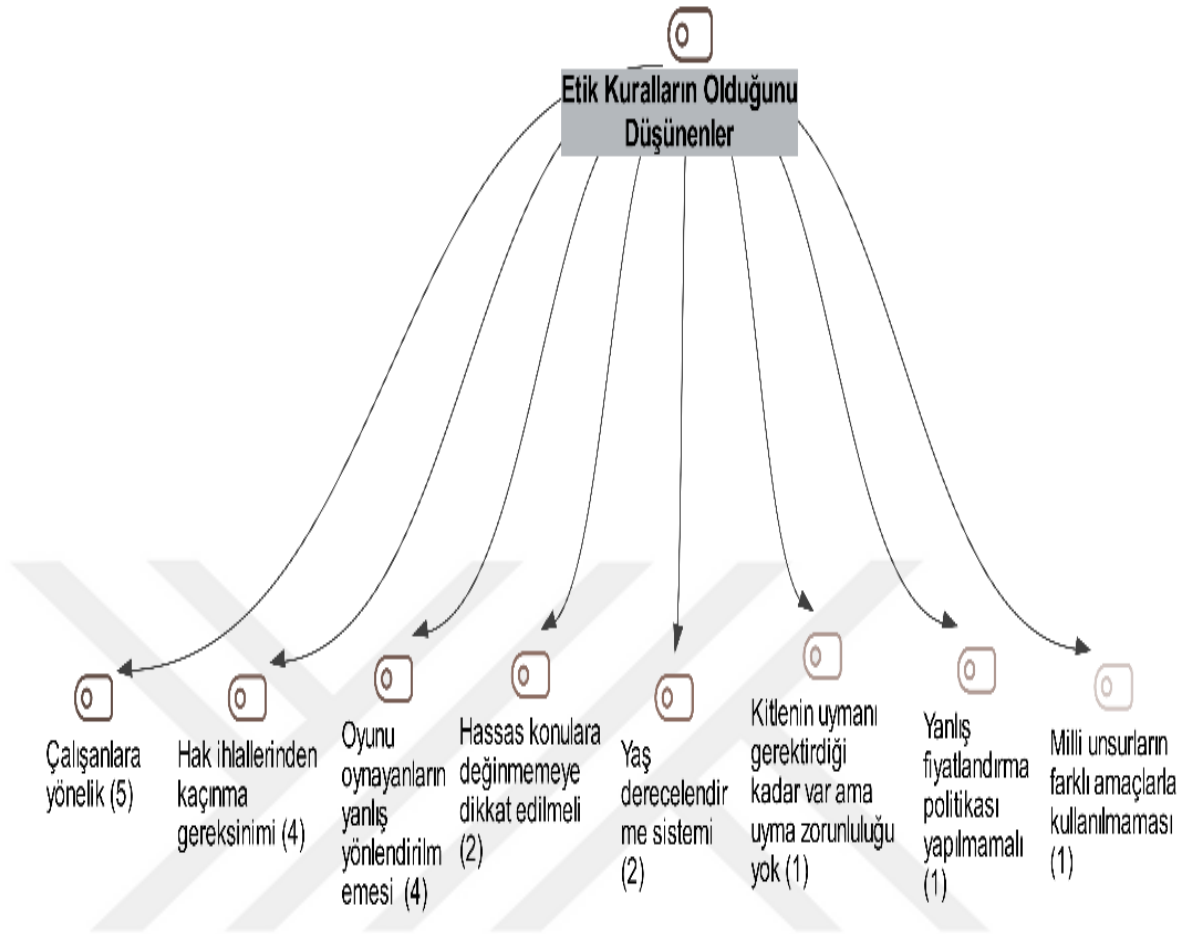
Burada çalışmada yer alan bağımsız oyun geliştirici olan katılımcıların oyun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmadığı ve eğer varsa bunlar nasıl ve neler ya da yoksa neden etik kuralların olmaması gerektiğini düşündüklerine dair fikirlerinden ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.



Şekil 19: Oyun Geliştirme Sürecinde Etik Kurallar Var Mı?

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda katılımcılardan alınan cevaplara göre etik kuralların olduğunu düşünenler, etik kuralların süreç içerisinde duruma göre değiştiğini düşünenler ve etik kuralların olmadığını düşünenler olmak üzere 3 ana temaya ulaşılmıştır.

Etik Kuralların Olduğunu Düşünenler



Şekil 20: Etik Kuralların Olduğunu Düşünenler

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan temalardan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin ise; çalışanlara yönelik, hak ihlallerinden kaçınma gereksinimi, oyunu oynayanların yanlış yönlendirilmemesi, hassas konulara değinmemeye dikkat edilmeli, yaş derecelendirme sistemi, kitlenin uymanı gerektirdiği kadar var ama uyma zorunluluğu yok, yanlış fiyatlandırma politikası yapılmamalı ve milli unsurların farklı amaçlarla kullanılmaması olmak üzere 8 alt temaya ulaşılmıştır. Bunlardan çalışanlara yönelik olduğunu belirten 5 katılımcıdan(I1, I2, I5, A5, A7) katılımcı I1 birlikte çalışılan insanlara saygı duymanın, sorumluluk sahibi olmanın ve alınan kararlarda ekibi yarı yolda bırakmamanın süreci gerçekleştiren ekipteki çalışanlara yönelik uyulması gereken temel etik kurallar olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Kesinlikle var. Yani mesela bunlardan biri, yani şu an hepsini muhtemelen sıralayamam ama hani en önde gelenlerden biri birlikte çalıştığın insanın yaptığı işe saygı duymak ve birlikte

çalıştığı insana direkt saygı duymak ve onun da sana saygı duyması aynı şekilde tabi. Sorumluluk sahibi olmak. Hani mesela bir risk alıyorsun bu işe adım atıyorsan yarı yolda bırakmak gerekiyor. Tamam yapalım dedikten sonra ya ben yapamıyorum deyip gerçekten çok acil bir durum olmadığı sürece yani keyfi bir şekilde o birlikte yola girdiğin insanları yarı yolda bırakmaman gerek."

Etik kuralın olduğunu düşünenler temasının ilk alt teması olan çalışanlara yönelik olduğunu belirten bir diğer katılımcı olan A5 çalışanların yaşam dengelerine saygı duyma gerekliliğini ve bütçe yetersizliği nedeniyle fazla mesai talep etmenin etik olmadığını düşündüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

"Benim açımdan mesela evet var. Oyun süreci zorlu ve bazen hani çok fazla mesai harcamamız gerekebiliyor ama yani bunu işte çalışan arkadaşlara olabildiğince minimum şekilde yansıtmaya çalışıyoruz. Yani özellikle bizim açımızdan biz bir start up'ız. Elimizde bütçe yok. Herhangi bir şey sağlayamıyorken, onlara ücret sağlayamıyorken bir de gel fazla mesai harca demek açıkçası bana çok etik gelmiyor. Çünkü o kişinin de kendine has bir hayatı var ve mesela yani en basitinden para verilmiyorsa bazı konularda özgürlük tanıyacaksın ki o hani daha rahat bir şekilde hareket edebilsin. "

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin ikinci alt teması hak ihlallerinden kaçınma gereksinimi olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I3, I7, A4, A9) katılımcı A9 oyun geliştirme sürecinde kullanılan açık kaynak ürünlerin lisans koşullarına uygun hareket etmenin hem etik hem de yasal açıdan büyük önem taşıdığını şu sözlerle ifade etmektedir:

"Şöyle şimdi oyun geliştiriciler için bir sürü açık kaynak var. Kaynakların içerisinde işte Aset dediğimiz varlıklar, oyun içerisinde kullanacağımız 3D modeller, sesler, karakterler işte çevre tasarımları olsun. Hani bunların hepsi aslında ulaşılabilir

şekilde internette duruyor ama bunları kullanırken bazılarının parasallaştırılmaya izin verilmiş, yani satılabilir lisansları var. Bazılarının sadece işte kullanabilirsin ama eğitim amaçlı kullanabilirsin, görüntüleyebilirsin, düzenleyebilirsin gibi lisansları var. Bu lisanslara dikkat etmek gerekiyor. Bunların ihlali durumunda sonrasında oyun yayınlanmış ve ondan sonra oyundan belli bir gelir elde edilmişse izinsiz bir şekilde Asetlerini kullandığın kişi seninle iletişime geçerse veya bir davaya gitme durumu olduğunda o kişi senden en başta kazandığın oyun ücretinden belli bir pay isteyebilir, talep edebilir. Bunlara en başta dikkat etmek gerekiyor.”

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin üçüncü alt teması oyunu oynayanların yanlış yönlendirilmemesi olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I7, I8, A3, A5) oyun içi satın alımların etik kurallar çerçevesinde tasarlanmasının özellikle çocukların korunması açısından büyük önem taşıdığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Özellikle kandırılmaya yönelik içeriklerden kaçınılması gerekiyor. Bunun yanında oyun içindeki satılacak içeriklerin dikkatli bir şekilde yapılması gerekiyor. Çünkü bunların çoğunluğu genellikle kandırılmaya yönelik oluyor ve oyun oynayanların kimisi de 18 yaşından küçük ya da hatta daha da küçük çocuklar olabiliyor ve bunların da satın alma ya da ekonomi bilgileri çok fazla olmadığı için aslında bu çocukların kaldırarak parasını çok rahat bir şekilde alınabiliyor. Aynı zamanda bizim farklı oyunlarda gördüğümüz oyun içi satın alımlarda aslında bir kumar mantığı da bulunuyor. Bu kumarda sizin bir sandık almanız ama o sandığın içinden sizin istediğiniz eşyanın. %5 - %3 gibi düşük olasılıkla çıkma durumları var. Dolayısıyla siz o istediğiniz eşya çıkana kadar bu içeriği satın alıp duruyorsunuz sırf istediğiniz içeriği çıkarabilmek için. Bu

da aslında kişilerde bir kumar etkisi yaratıyor. Dolayısıyla bunlardan da uzak durmak gerekiyor.”

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin dördüncü alt teması olan hassas konulara değinmemeye dikkat edilmesini söyleyen katılımcıdan(A6, A8) katılımcı A8 hikâye anlatımında kötü davranış olarak gösterilebilecek konuların kötü yanlarını göstererek değinilebileceğini ama çok daha hassas olan konuların dışında kalınması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“İrkçilik mesela. Sen bu konuyu işleyebilirsin ama şu şekilde; işin sonunda ırkçıların kötü bir şey olduğunu gösterilebileceğim bir hikaye de vermeliyiz. Ama bazı konularda var ki onları asla işleyemezsin bana göre. Çünkü çok hassas konulardır bunlar. Özellikle pedofili ya da buna benzer şeyler asla işlenmemesi gereken konular. Çünkü bunu işlemeden de bunu kötü olduğunu gösterebilirsin.”

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin beşinci alt teması olan yaş değerlendirme sistemi olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I10, A7) katılımcı A7 oyunların içeriklerinin yaş sınırlamalarına uygun şekilde düzenlenmesi gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Oyunu oynayana karşı genel olarak PEGI’nin değerlendirdiği bir statü var. Yani bu statüde işte 13+ yaş olsun, 15+ yaş olsun, 18+ yaş olsun ve adult kategorisine giren kategori olsun bunlar değişiyor. Oyunun içerisindeki vahşet unsurları, kan olup olmaması, cinsellik olup olmaması gibi bazı etik kurallar oyuncuya karşı da gösterilmesi gereken değerler tabi ki çok önemli bir yer arz ediyor.”

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin altıncı alt teması olan kitlenin uymanı gerektirdiği kadar var olduğunu

söyleyen katılımcı A1 hedef kitlenin özelliklerine göre etik kuralların olabileceğini ve özellikle çocuklar ve dezavantajlı gruplar için daha sıkı bir etik yaklaşımın gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Kitle özelinde olabilir. Kime hitap ettiğine bağlı. Çocuklara hitap ediyorsan uyman gereken etik kurallar çok fazla ya da dezavantajlı gruba ifade hitap ediyorsan uyman gereken birtakım yazılı olmayan kurallar var ama genele hitap ediyorsan yine tabii ki toplum kültürlerini, dünyanın kültürünü, toplumun etik kurallarını, onları uygulamak zorunda değilsin ama uygulaman gerekir gibi.”

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin yedinci alt teması olan yanlış fiyatlandırma politikası yapılmamalı olduğunu belirten katılımcı A5 geliştirilen dijital oyunun oyunu oynayanlara karşı gerçekçi ve adil bir fiyat ile sunmasının etik bir unsur olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

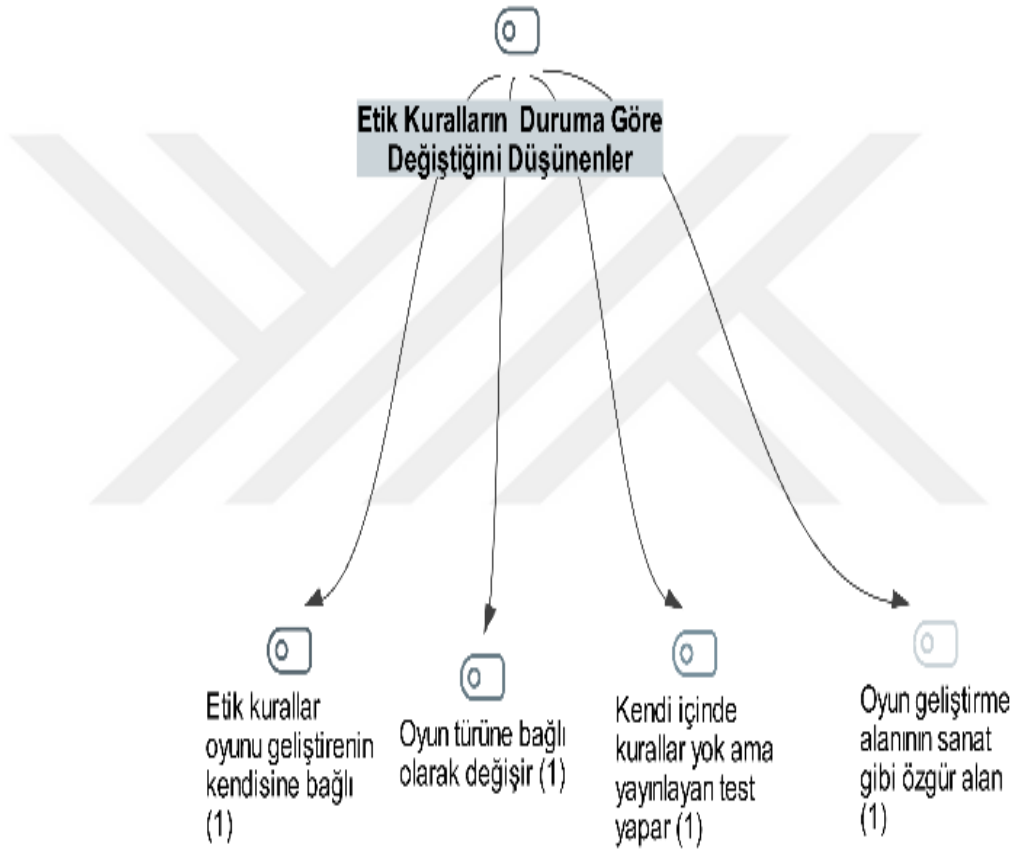
“Oyunu oynayanlara karşı etik kurallar şu şekilde yani yanlışlı fiyatlandırma politikası. Oyunun normalde 5 -10 dolarken işte sırf beni 20 dolar kurtarır deyip 20 dolardan yayına koyma gibi. Bu oyunu oynayanlara karşı bir etik ihlaldir.”

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ilki olan etik kuralların olduğunu düşünenlerin sekizinci ve son alt teması olan milli unsurların farklı amaçlarla kullanılmamasını söyleyen katılımcı A5 milli duyguları ticari kazanç amacıyla kullanmanın etik olmadığını ve bu tür stratejilerin oyun kalitesiyle ilişkilendirilmemesi gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ben Türk unsurları içeren bir oyun yapıyorum ama hiçbir yerde çıkıp da biz Türk oyun yapıyoruz, Türk oğlu Türk’üz, Türk şöyle böyle diye bir pazarlama stratejisi yapmadık. Çünkü bunu çok etik bulmuyorum. Bazı milli unsurları kullanarak insanların

o bam teline basarak satışı dikte etmeyi çok uygun bulmuyorum. Bunu yapan bazı firmalar var. Bazı işte oyun stüdyoları var. Bu da bence etik olmayan bir şey. Çünkü siz bu kişinin o milli damarı veya işte başka bir konudaki hassasiyetinden faydalanarak satış yapıyorsunuz ki genelde oyunlar da iyi olmuyor.”

Etik Kuralların Duruma Göre Değiştiğini Düşünenler



Şekil 21: Etik Kuralların Duruma Göre Değiştiğini Düşünenler

Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan temalardan ikincisi olan etik kuralların duruma göre değiştiğini düşünen temasında ise; etik kurallar oyunu geliştirenin kendisine bağlı, oyun türüne bağlı olarak değişir, kendi içinde kurallar yok ama yayınlayan test yapar ve oyun geliştirme alanının sanat gibi özgür alan olması olmak üzere 4 alt temaya ulaşılmıştır. Bunlardan ilki olan etik kurallar oyunu geliştirenin kendisine bağlı olduğunu söyleyen katılımcı I9 etik sınırların kişisel bir tercih olduğunu ve oyun geliştiricisinin yaratıcı

özgürlüğünü kullanırken toplumun tepkilerini ve etik değerleri dikkate alıp almama isteğine göre hareket edebileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Etik konuda sınır aslında insanın kendisine kalmış diyorum ben. Çok farklı alanlarda çok farklı oyunlar da gördüm. Creative özgürlük sende olduğu için aklına gelen her şeyi oyunlaştırabiliyorsun ama her şeyden kastım gerçekten her şey bu da aslında sınırı sana veriyor ve bu ne kadar iyi olsa da kişinin kendi düşünce yapısına bağlı. Okul işte Amerika'daki problemlerden biri olan school shooting okula gidip işte 15-16 yaşındaki çocukların lise arkadaşlarını silahla taramasını da oyun yapabilirsin, ne kadar etik olur işte sana kalmış. Yayınlayacak nereyi bulursun yani internet üzerinde farklı yerler var. İnsanlar değişik değişik şeyler yayınlayabiliyor. Bir şekilde fikirlerini aslında yayınlayabilirsin. Bu bağlamda herkese ulaşmazsın ama zaten ulaşmak istediğin kesim senin istediğin yerlerde takılıyordur. Ulaşmak istediğin kesime ulaşırsın bir şekilde. Bu da bir yerde sana kalmış. Yani etik sınırlar sensin. Aynı zamanda şey sınırlaması da var bence işin sonunda bu bir satılacak bir ürün olarak da bakıp buna işte insanlar benden nefret eder mi, Bunu koyarsam oyuna laf ederler mi ve linçler mi diye bunları düşünüp buna göre de hareket edebilirsin. Bunları hiç düşünmeyip kaybın yoksa istediğin şekilde de ilerleyebilirsin. Bu biraz daha yine dediğim gibi en son kişisel sınırlara kalıyor.”

Dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan temalardan ikincisi olan etik kuralların duruma göre değiştiğini düşünen temasının ikinci alt teması olan oyun türüne bağlı olarak değiştiğini belirten katılımcı I5 oyunun türüne ve hangi gelişim aşamasında olduğuna bağlı olarak etik sorumlulukların var olup olmama durumunun değişebileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bu oyunun türüne bağlı. Tabii bir oyun erken gelişim aşamasındaysa elbette var. Çünkü oyun geliştirici ve oyuncu o süreçte iletişim halinde oluyor. Oyun geliştirici o aşamada oyununu servis etmek zorunda ve oyuncudan aldığı feedbacklerle oyunu geliştirip ilerletmek görevi oluyor. Onun dışında bir kere yayınlanıp bırakılan oyunlar var. Tek seferde çıkan oyunlarda böyle bir değişim yapamıyor.”

Dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan temalardan ikincisi olan etik kuralların duruma göre değiştiğini düşünen temasının üçüncü alt teması olan kendi içinde kurallar yok ama yayınlayan test yapar olduğunu söyleyen katılımcı A2 etik kuralların standart uygulama olarak oyun geliştiricilere şart koşulmadığı ama yayınlandıktan sonra çeşitli kontroller yapılabilirdiğini şöyle ifade etmektedir:

“Aslında etik kurallar açısından genel bir kural yok ama oyunlar yayınlandıktan sonra bir teste sokuluyor. Oyunu hangi kullanıcı kitlesi oynayabilir, ne kadar içerisine şiddet unsurları var gibi. 18 yaş üstü oynayabilir ve aşırı şiddet var gibi. Aşırı şu var aşırı bu var diye uyarı var. Bunlar oyununuzu buna göre kullanıcılara satıyor ama belki onun içerisinde ırkçılık ve benzeri şeyler olduğu zaman zaten direkt ırkçılığı okuyup kendi içerisinde yasaklıyor.”

Dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan temalardan ikincisi olan etik kuralların duruma göre değiştiğini düşünen temasının dördüncü alt teması olan oyun geliştirme alanının sanat gibi özgür alan olan yanının olması olduğunu söyleyen katılımcı I4 bir sanat dalı olarak gördüğü oyun geliştirme alanında etik kuralların sanatın doğası gereği esnek olabileceğini ancak her toplumun kendine özgü kırmızı çizgilerine saygı duyulması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yani biraz aslında çelişkili ve çok daha tartışılması gereken bir konu. Çünkü bir nokta da bu bir sanat türü da aynı zamanda eğlence olduğu kadar ve bir yönetmene çıkıp sen niye filminde

bunu yaptın gibi bir şeyi kolayca diyemeyiz. Fakat eminim yani her toplumun kırmızı çizgileri vardır. Genelde de toplumun kırmızı çizgilerinin geçilmemesi gerektiğini fakat onun dışındakilerle sonuçta sanat olacağı için yoruma açık bir şekilde bırakılması gerektiğini düşünüyorum.”

Etik Kuralların Olmadığını Düşünenler

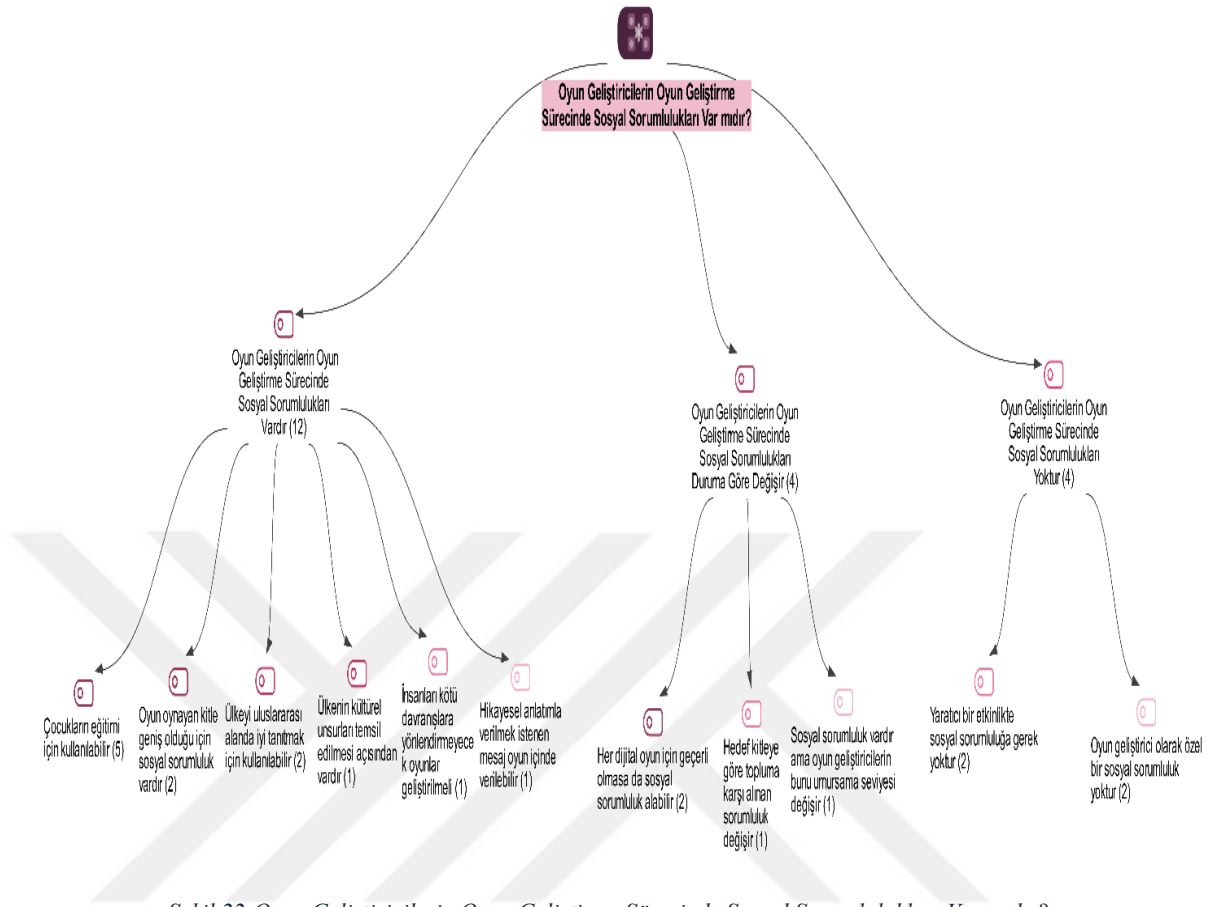
Katılımcılara bir dijital oyunun geliştirme sürecinde etik kuralların olup olmasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan temalardan üçüncüsü olan etik kuralların olmadığını düşünen temasında ise beğenmediği zaman kapatabileceği için gerek yok alt temasına ulaşılmıştır. Beğenmediği zaman kapatılabileceği için gerek yok olarak belirten katılımcı A6 oyunu oynamanın ya da oynamamanın oyunu oynayanın tercihinine kaldığı için oyun geliştiricilerin bir etik sorumluluk taşımadığını “*Etik bir sorumluluğumuz yok. Yani kapatabiliyor ya oyunu günün sonunda. Ben zorla oynatmıyorum.*” sözleriyle ifade etmektedir.

5.4. OYUN GELİŞTİRME SÜRECİNDE SOSYAL SORUMLULUK

Bu kısımda çalışmada yer alan katılımcıların oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğu var olup olmadığı ve bağımsız oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluğunun olmalı veya olmamalı görüşlerinden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

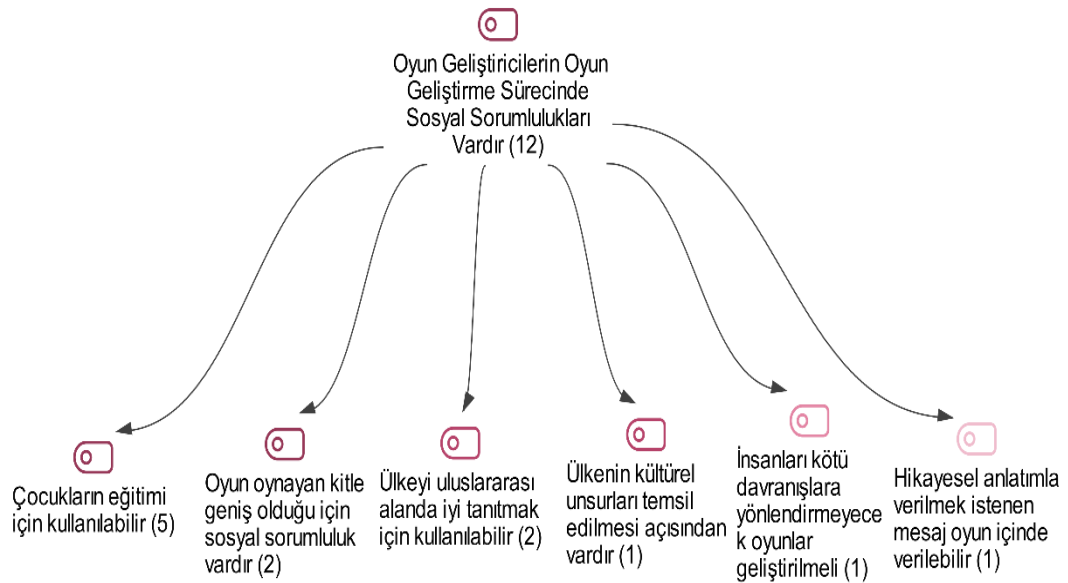
Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Var mıdır?

Bu başlıkta doğrudan oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde bir sorumluluğa sahip olup olmadıkları sorulup bu kapsamda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.



Şekil 22: Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Var mıdır?

Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumluluklarının Var Olduğunu Düşünenler



Şekil 23: Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Vardır

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olduğunu belirtenlerden 6 ana temaya ulaşılmıştır. Bunlar; çocukların eğitimi için kullanılabilir, oyun oynayan kitle geniş olduğu için sosyal sorumluluk vardır, ülkeyi uluslararası alanda iyi tanıtmak için kullanılabilir, ülkenin kültürel unsurları temsil edilmesi açısından vardır, insanları kötü davranışlara yönlendirmeyecek oyunlar geliştirilmeli ve hikayesel anlatımla verilmek istenen mesaj oyun içinde verilebilir şeklindedir. Bunlardan ilki olan çocukların eğitimi için kullanılabilir olduğunu ifade eden 5 katılımcıdan(I1, I7, I8, A7, A8) katılımcı I8 bağımsız oyun geliştiricilerin dijital oyunları eğitim için kullandığı alanlarda çocukların gelişim süreçlerine katkı sağlama sorumluluğu taşıyabileceklerini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yani çocukların gelişme sürecinde aslında öğretilmesi gereken şeyleri daha zevkli bir şekilde öğretebilmek için dijital oyunlar kullanılabilir veyahut da aile ilişkilerinde de bunu görebiliriz. Yani oyunlar istenildiği takdirde eğitici de olabilir. Günümüz teknolojisinde aslında özellikle küçük yaştaki çocuklara eğitim verebilmenin en iyi yolu da dijital oyunlar olduğunu düşünüyorum. Dolayısıyla burada oyun geliştiricilere de sorumluluk gerektiriyor.”

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olduğunu belirtenlerden ulaşılan 6 temadan ikincisi olan oyun oynayan kitle geniş olduğu için sosyal sorumluluk vardır olduğunu belirten 2 katılımcıdan (I9, A9) katılımcı I9 dijital oyunların toplumsal değişim ve bireyler üzerindeki etkisi göz ardı edilemeyeceğini ve bu durum oyun geliştiricilere sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etme gerekliliğini doğurduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Tabii ki yani yüzde yüz. Şu anki teknoloji seviyesi ile aslında herkesin elinde bir telefon, tablet, bilgisayar erişimi var artık yani yediden yetmişe var bir de bu. Eskiden mesela telefonlar

akıllı hale gelmeden önce ailelerimiz mesela çok böyle işte Facebook, Instagram tarzı şeyleri zor kullanırlardı şimdi büyük nesil de yani işte 60 yaş üstü de şu anda aslında çocuklar gibi 10 yaş altı gibi onlarda Facebook'a bağımlı. Küçük kesim eline tablet verince nasıl oyunlarda kayboluyorsa büyük kesimde işte kedi videolarında kayboluyor. Bu 10 sene öncesine kadar böyle değildi. Böyle bir şey yoktu. Ya bu zaten gözle görülür bir değişim, bu da oyunların etkisi tabii ki var ve küçük nesilde özellikle bizden sonra gelen, mesela kardeşim var 12 yaşında. Arkadaşlarıyla oyun oynadığı yer sokak değil çünkü tabii burada şimdi toplumsal değişimin bir diğer kısmı olan sokağı salamama şeyi de var. Şimdi insanlar korkuyor dışarıya göndermeye, kız kardeşimi ben sokağa göndermeye tedirgin oluyorum açıkçası. Belki haberlere etkileşimimizin daha çok olmasıyla alakalı olabilir. Bilmiyorum ama bir şekilde oyunların etkisi var. Etkilememesi söz konusu değil.”

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olduğunu belirtenlerden ulaşılan 6 temadan üçüncüsü olan ülkeyi uluslararası alanda iyi tanıtmak için kullanılabilir olduğunu belirten(I2, A5) katılımcı I2 dijital oyunların sadece eğlence aracı değil aynı zamanda kültürel bir temsil aracı olduğuna dikkat çekerek ülkenin imajını olumlu bir şekilde yansıtmak için indie oyun geliştiricilerin global oyun pazarında Türkiye'yi daha iyi tanıtmaya sorumluluğu taşıdığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Evet, tabii ki var. Türkiye'de yaşıyoruz ve oyun geliştiriyoruz. Oyun sektöründe olan aslında birçok insan var. Sektörde değil de oyun oynayan birçok insanımız var. Türkiye'nin diğer ülkeleri güzel bir şekilde tanıtılmasını istiyorlar normal olarak. Çıkan değişik değişik bazen Türk oyunlar olabiliyor ve bunlar ülkemiz gerçekten çok yanlış tanıtıyor oyun sektöründe ve insanlar da normal olarak ülkemizin güzel tanıtılmasını istiyorlar. Bu

sektörde bizim de o yüzden bizim oyuncu kitlemize karşı bir sorumluluğumuz tabi ki var. Ülkemiz olabildiğince diğer ülkelere oyun sektöründe güzel göstermemiz gerekiyor diye düşünüyorum.”

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olduğunu belirtenlerden ulaşılan 6 temadan dördüncüsü olan ülkenin kültürel unsurları temsil edilmesi açısından var olduğunu belirten katılımcı A4 dijital oyunların toplumsal değişim yaratma ve ortak kültür oluşturmada sahip olduğu gücü kabul ederek oyun geliştiricilerinin tarih, kültür ve mevcut sistem eleştirileri gibi konularda sorumluluk sahibi olması gerektiğini şu ifadelerle açıklamaktadır:

“Mesela en basitinden bizim tarihimizle alakalı oyunlar çıkıyor. Bunlar çok etkilenebiliyor. Aynı şekilde şu anki sistemi eleştiren ya da eleştirebilen oyunlar çıkabilir. Bunlar toplumsal değişimi sağlayabilir. Kültür alanlarda da etkileri olabilir. Zaten dijital oyunların etkisiyle yavaş yavaş dünyada herkes aynı şeyleri sevmeye aynı şeylere bakmaya çok ortak kültüre sahip olmaya başladı. Bence o yüzden kesinlikle sosyal sorumlulukları olmalı.”

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olduğunu belirtenlerden ulaşılan 6 temadan beşincisi olan İnsanları kötü davranışlara yönlendirmeyecek oyunlar geliştirilmeli olduğunu belirten katılımcı I4 indie oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluğunun, oyun içeriklerinin insanları yanlış yönlendirmemesi ve toplumsal değerlerle uyumlu olması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

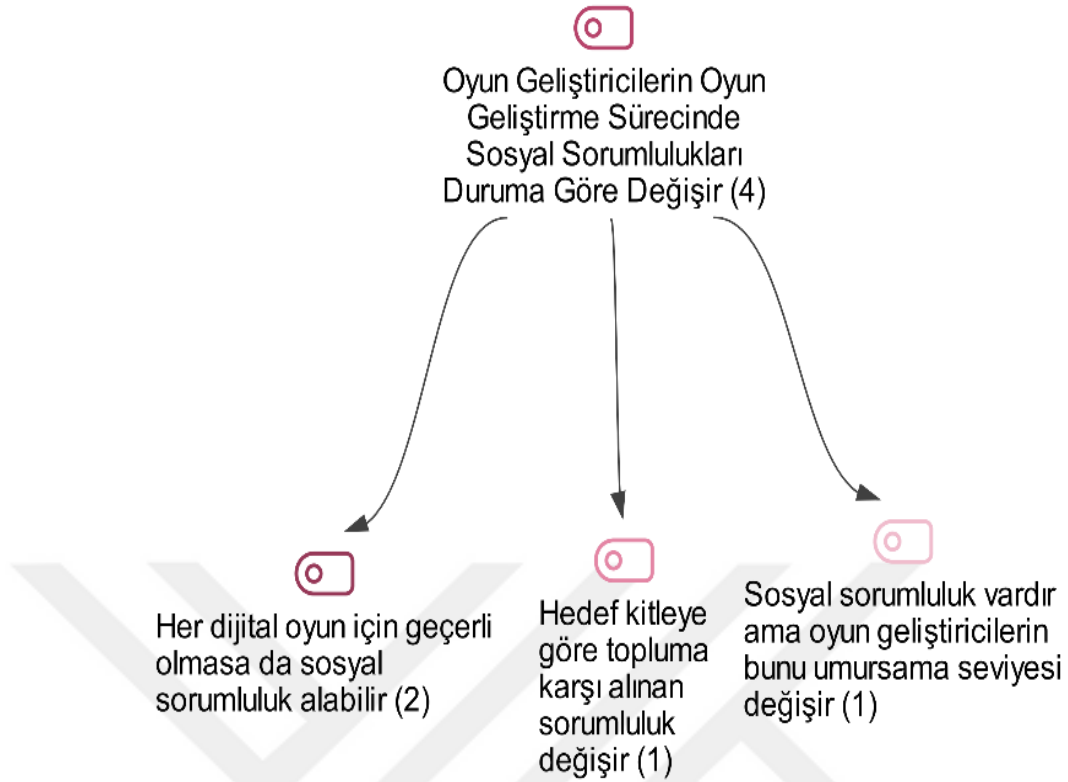
“Dizilerde örneğin çukur dizisi birçok insanı çok kötü etkiledi. Davranış anlamında neden? Çünkü aslında gerçek bir dünya içinde absürt olaylar yaşıyordu. Bu aslında insanları gerçekten etkiliyor. Bu tip şeyler oyunlarda da çok mümkün.”

Eğer biz çok gerçekçi bir dünya kurduysak ve içine absürt olaylar koymaya başlarsak ve bu olaylar şiddete veya daha kötü suçu hareketlere yönlendiren şeylerse insanları çok daha büyük etkileyebilir bence. Asıl oyun geliştiricilerinin sorumluluğu burada topluma karşı buna dikkat etmek ve insanlara kötü etkilemeyecek şekilde sanatları icra etmelerine dikkat etmektir.”

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olduğunu belirtenlerden ulaşılan 6 temadan altıncısı ve sonuncusu olan hikayesel anlatımla verilmek istenen mesaj oyun içinde verilebilir olduğunu belirten katılımcı A1 dijital oyunların sadece eğlendirmekle kalmayıp aynı zamanda oyunu oynayanlara olumlu alışkanlıklar kazandırmak için de bir araç olarak kullanılarak toplumsal sorumluluklara dikkat çekebileceğini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Mesela toplumun ya da hedef kitlenin edinilmesi gereken, istedikleri birtakım alışkanlıklar varsa bunlar oyun içinde oyunlaştırma şeklinde verilebilir bana kalırsa. Mesela bir zamanlar oyunlar çıkmıştı. Yürüyüş yaptıkça işte coin kazanıyorsun sonra oyun oyunun içinde birtakım skinler falan satın alıyordun, karakterini güçlendiriyordun. Bu kullanıcıya dıştan bir etkiyle alışkanlık kazandırıyorsun. Düşünsene yani günde 10 kilometre olsaydı yürüyen bir kullanıcı bir süre sonra zaten hani 5 kilometre yürümekten yorulmaz. Böyle bir alışkanlık elde edinmiş olur. Bu şekilde tricklerle belki de kişilere sağlanabilir. Bunun dışında çok aklıma ekstrem bir gelmedi.”

Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumluluklarının Duruma Göre Değiştiğini Düşünenler



Şekil 24:Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Duruma Göre Değişir

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerinin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının duruma göre değiştiğini ifade edenlerden 3 ana temaya ulaşılmıştır. Bunlar; her dijital oyun için geçerli olmasa da sosyal sorumluluk alabilir, sorumlu tüketim ve sosyal sorumluluk vardır ama oyun geliştiricilerin bunu umursama seviyesi değişir şeklindedir. Bunlardan ilki olan her dijital oyun için geçerli olmasa da sosyal sorumluluk alabilir olarak belirten 2 katılımcıdan(A6, A10) katılımcı A6 her ne kadar oyunların temel amacı eğlence olsa da özellikle kişisel ve çocuk gelişimi gibi öğrenme süreçlerini destekleyen dijital oyunlar oyun geliştiricilere sosyal sorumluluk bilinciyle dijital oyun geliştirebileceğini şu ifadelerle ifade etmiştir:

“Oyun genel anlamıyla sadece iyi zaman geçirmeye yönelik bir aktivite olduğu için çoğunlukla sosyal sorumluluk hitap etmez ama buna hitap eden oyunlar da vardır. Kişisel gelişim, çocuk gelişimi veya herhangi bir öğrenim sürecini destekleyecek oyunlar sosyal sorumluluk taşıyabilir.”

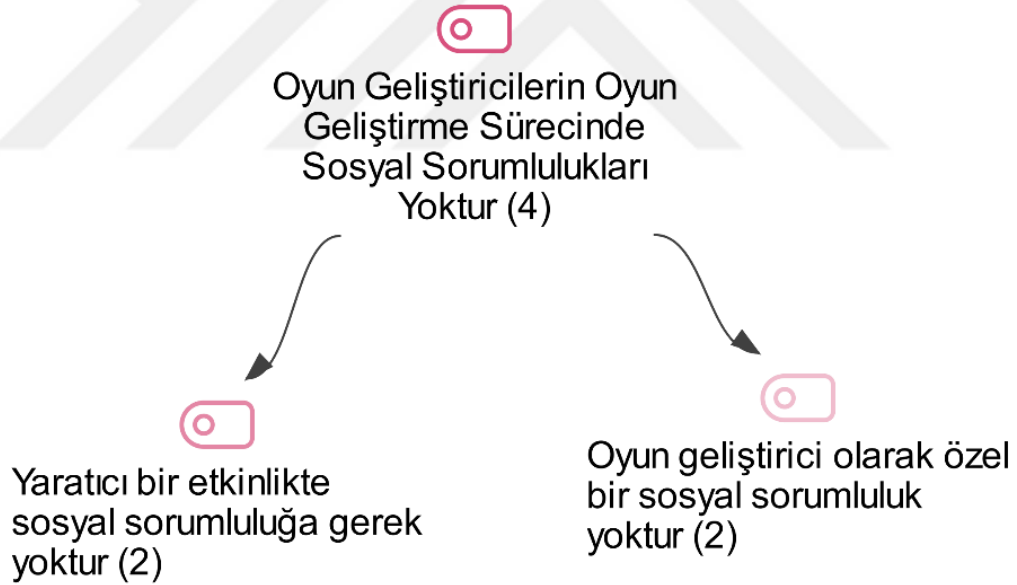
Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerinin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının duruma göre değiştiğini ifade edenlerden ulaşılan 3 temadan ikincisi olan hedef kitleye göre topluma karşı alınan sorumluluk değişir olduğunu belirten katılımcı A1 dijital oyunların birincil amacı eğlence sağlamak olsa da her oyunda geçerli olmamakla beraber oyun geliştiriciler hedef kitlelerinin özelliklerini göz önünde bulundurarak topluma zarar vermemeye özen göstermesi ve etik kaygılar doğrultusunda sorumluluk alarak bunu oyun geliştirme sürecinde göz ardı edileceğini şu ifadelerle belirtmiştir:

“Düşünüyorum. Tabi bu en nihayetinde en başa geri dönerek hedef kitlene bağlı bir şey. Senin hedeflediğin kitle senin ürününden çok fazla etkilenecek bir kitleyse oradaki alınması gereken aksiyon farklı ama zaten yetişkin ve kendi kararları doğrultusunda kendi sorumluluğu alabilecek bir kitleye hitap ediyorsan mesela uyduruyorum şu anda 23 yaş üstüne hitap ediyorsan senin sorumlulukların nispeten daha düşüyordur ama etik zorunlu değil ama tabi etik kaygıları göz önünde tutarak topluma faydalı da oyunlar çıkarılabilir ya da yapılan, var olan oyunlar topluma zarar vermeyecek şekilde tasarlanabilir. Ama illaki topluma fayda sağlaması gerekiyor mu? Onu da öyle olduğunu çok düşünmüyorum açıkçası. Çünkü en nihayetinde tüm oyunların amacı kullanıcı eğlendirmektir, eğlencedir yani. Dolayısıyla eğer eğlenceyi bir fayda olarak sağlıyorsa hepsini eğlendirmesi gerekiyor. İlla bir kahkaha atmak değil de dediğim gibi o an işte oyunun içine çekmiş olması gerekiyor. Ya da kullanıcı ne amaçlı oyun oynuyorsa mesela o an kafa dağıtmak istiyorsa kafasını dağıtması gerekiyor gerçekten düşüncelerini uzaklaştırması gerekiyor. Ama her oyunun sosyal fayda sağlaması gerektiğini düşünmüyorum ama oyunlarında toplumun etki kaygılarına ya da topluma fayda sağlama

durumunda birtakım sorumluluklar alması gerektiğini düşünüyorum.”

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerinin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının duruma göre değiştiğini ifade edenlerden ulaşılan 3 temadan üçüncü ve sonuncu tema olan sosyal sorumluluk vardır ama oyun geliştiricilerin bunu umursama seviyesi değişir olarak belirten katılımcı A2 oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluk konusundaki tutumlarının kişisel yaklaşımlarına ve önceliklerine bağlı olarak değişebileceğini “*Sosyal sorumluluk tarzında şeyler kesinlikle önemlidir. Önemli ama oyun geliştiriciler bunu ne kadar kafasına takar ona bir şey diyemem.*” sözleriyle ifade etmektedir.

Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumluluklarının Var Olmadığını Düşünenler



Şekil 25:Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Yoktur

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerinin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerinin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olmadığını belirtenlerden 2 ana temaya ulaşılmıştır. Bunlar; yaratıcı bir etkinlikte sosyal sorumluluğa gerek yoktur ve oyun geliştirici olarak özel bir sosyal sorumluluk yoktur şeklindedir. Bunlardan ilki olan yaratıcı bir etkinlikte sosyal sorumluluğa gerek yoktur olarak belirten 2 katılımcıdan(I10 ve I3) katılımcı I3

bağımsız oyun geliştiricilerin yaratıcılık özgürlüğünün sınırlandırılmaması gerektiği ve içerik sorumluluğunun nihai olarak tüketiciye ait olduğu görüşünü şu sözlerle ifade etmektedir:

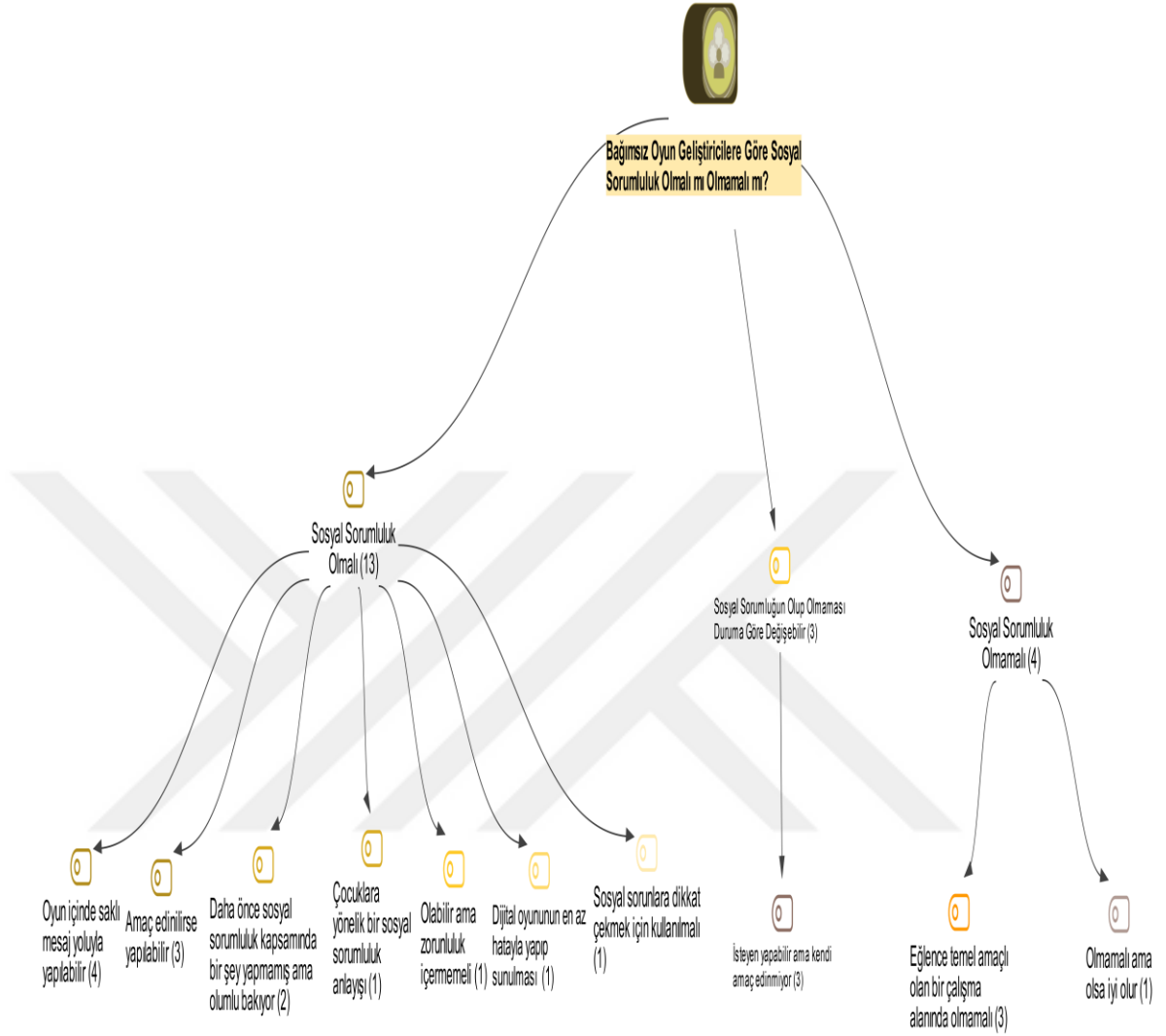
“Düşünmüyorum çünkü yani özünde dediğim gibi bu bir yaratıcılık meselesi. Yaratılan, üretilen her şeyde olduğu gibi bunun konusu her şey olabilir yani şiddet de olur, cinsellik de olur. Hani tırnak içinde kötü şeyler de olur. Yani bunların tüketip tüketmemenin sorumluluğu tüketicidedir. O açıdan orada çizgiler çekilmeye başlanırsa sonunun kötü olacağını düşünüyorum. Bir şeyi beğenmeyen insan bakmak zorunda değil diye düşünüyorum.”

Çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştiricilerinin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olup olmadığı sorulduğunda oyun geliştiricilerinin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının olmadığını belirtenlerden ulaşılan 2 temadan ikincisi olan oyun geliştirici olarak özel bir sosyal sorumluluk yoktur olduğunu belirten 2 katılımcıdan (I5, A3) katılımcı I5 bağımsız oyun geliştiricilerin bireysel sorumluluklarının ötesinde mesleki anlamda toplumla etkileşim gerektiren bir sosyal sorumluluk üstlenmeleri gerekmediğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Oyun geliştiricilerin toplumla çok etkileşimleri olmuyor. İnsanların birey olarak aldıkları sorumluluk dışında oyun geliştiricilerin özel olarak bir sorumluluğa sahip olduklarını düşünmüyorum.”

Bağımsız Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Olmalı mı Olmamalı mı?

Burada bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumlulukları olmalı mı yoksa olmamalı, sosyal sorumluluk kullanılırsa hangi alanlarda kullanılabilir gibi katılımcıların düşüncelerinden elde edilen bulgular yorumlanmıştır.



Şekil 26: Bağımsız Oyun Geliştiricilerin Oyun Geliştirme Sürecinde Sosyal Sorumlulukları Olmalı mı Olmamalı mı?

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda elde edilen bilgiler ışığında 3 ana temaya ulaşılmıştır. Bunlar; sosyal sorumluluk olmalı, sosyal sorumluluğun olup olmaması duruma göre değişebilir ve sosyal sorumluluk olmamalı şeklindedir. Bunlardan ilki olan sosyal sorumluluk olmalı temasının ise; oyun içinde saklı mesaj yoluyla yapılabilir, amaç edinilirse yapılabilir, daha önce sosyal sorumluluk kapsamında bir şey yapmamış ama olumlu bakan, çocuklara yönelik bir sosyal sorumluluk anlayışı, olabilir ama zorunluluk içermemeli, dijital oyununun en az hatayla yapıp sunulması ve sosyal sorunlara dikkat çekmek için kullanılmalı olarak 7 alt teması vardır. Bunlardan ilki olan oyun içinde saklı mesaj yoluyla yapılabilir olduğunu belirten 4 katılımcıdan(A9, I1, I3, I4) katılımcı I1

oyunlarda doğrudan olmasa da dolaylı yoldan sosyal mesajlar vermeye yönelik denemelerde bulunduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Olabilir. Daha önce doğrudan kullanmadım ama bazı kullandığımız elementlerdeki böyle gizli mesaj vererek hani insanlarda bir şeyi değiştirebilir miyiz diye ekiple ya da önceki birlikte çalıştığım ya da önceki baktığım projelerde buna değinmeye çalıştım. Ama hani ne kadar ulaşmıştır, kaç kişi buna fark etmiştir ya da kaç kişi fark edecektir onu bilemem.”

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan sosyal sorumluluk olmalı temasının ikinci alt teması olan amaç edinilirse yapılabilir olarak belirten 3 katılımcıdan(A5, A6, A8) katılımcı A5 oyun geliştirme sürecinde kültür aktarımı gibi belirli bir amacı olan projelerde kullanılabilir olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bu yola ne tür oyun yapmak için çıktığınıza bağlı. Amaç edinen yapabilir. Mesela benimde amaç edindiğim tarzı oyunlar oldu. İşte bir kere Türk tarihini anlatan bir oyun yapmıştım işte bir müzede işte heykeller kırıp dökük işte her heykele dokunduğunuzda o ana giden bir asker, yani işte mesela Kürşat ve 40 atlısı orada gidip direk oynuyorsunuz işte eğer başarılı tamamlarsanız döndüğünüzde heykel tamir oluyor gibi. Bu tarz bir girişim oldu ama çok fazla görsel desteğe ihtiyaç olduğu için devam ettiremedim. Hani bu tarz bir girişimlerim olduğu ve ileride de yapmayı düşünüyorum. Türk unsurlarına önem vermemde bu yüzden.”

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan sosyal sorumluluk olmalı temasının üçüncü alt teması olan daha önce sosyal sorumluluk kapsamında bir şey yapmamış ama olumlu bakan olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I8, I9) katılımcı I8 oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun önemli olduğunu düşünmekle birlikte bu konuyu doğrudan öncelik haline getirmediğini şu sözlerle ifade etmektedir:

"Olmalı ama ben kendim şu ana kadar bunu düşünerek iş yapmadım. Hani etik kurallara dikkat etsem dahi yahut geliştirdiğim oyunlarda özel bireylerin daha rahat oyun oynayabilmeleri için ekstra özelliklerde eklemeye çalışıyorum ancak bunun yanında daha görünür kullanmıyorum."

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan sosyal sorumluluk olmalı temasının dördüncü alt teması olan çocuklara yönelik bir sosyal sorumluluk anlayışı olduğunu belirten katılımcı A3 üniversitede eğitim gördüğü çocuk gelişimi bölünü oyun geliştirirken bir araç olarak kullanıp özellikle çocukların mahremiyetine ve duygusal gelişimine zarar vermemeyi öncelikli bir ilke olarak benimsediğini şu sözlerle ifade etmektedir:

"Tabii ki olmalı. Çünkü oyun geliştirirken asıl mesleğimi uygulayacağım yani çocukların mahremiyetinin, çocukların vicdanlarına, onların temiz hak duygularına zarar vermeden yapacağım çünkü onların geleceğimiz olduğunu biliyorum."

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan sosyal sorumluluk olmalı temasının beşinci alt teması olan olabilir ama zorunluluk içermemeli olarak belirten katılımcı A4 sosyal sorumluluğun zorunluluk olmadan olması gerektiğini *"Bence olabilir ama zorunluluk olmamalı."* Olarak ifade etmiştir.

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan sosyal sorumluluk olmalı temasının altıncı alt teması olan dijital oyununun en az hatayla yapıp sunulması olduğunu belirten katılımcı I2 dijital oyunlara sosyal sorumluluğun doğrudan dahil edilemeyeceğini ancak kaliteli ve eksiksiz bir oyun sunmanın hem geliştiriciyi hem de ülkeyi doğru bir şekilde temsil etme açısından bir sosyal sorumluluk olduğunu şöyle ifade etmektedir:

"Aslında oyun gelişme sürecine dahil edilebilecek bir şey değil ama bu konuda sadece iyi oyun yapıp, sağlam bir proje çıkarabilir ve oyunda bir eksik olmayabilir. Tamamen kesinleştireceksin. Eğer oyunda bir eksik yoksa

yayımlayacaksın. Ancak eğer oyun içerisinde çok fazla eksik var ve oyun hala ortada yokken eğer oyunu yayınlamaya çalışıyorsan bu bizi çok çok yanlış tanıtır ki bunun ülkemizi çok fazla örneği de var.”

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan sosyal sorumluluk olmalı temasının yedinci alt teması olan sosyal sorunlara dikkat çekmek için kullanılmalı olarak belirten katılımcı A3 oyun geliştirmede sosyal sorumluluğun özellikle çeşitli sosyal sorunlara yönelik gerçekleşmeden önlem almak gibi çeşitli açılardan araç olarak yer tutması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Olmalı. Hatta göz ardı edilen bir şey olduğunu düşünüyorum. Daha revaçta olması gereken bir şey olduğunu düşünüyorum. Mesela deprem gibi konularda simüle ederek deprem hakkında bilgi verilebilir ve dikkat çekebilir. Kullanıcılar buna oynar ise daha dikkatli olurlar, daha çok ses getirir. Sadece bir örnektir.”

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan ikinci ana tema olan sosyal sorumluluğun olup olmaması duruma göre değişebilir temasının alt teması olan isteyen yapabilir ama kendi amaç edinmiyor olarak belirten 3 katılımcıdan(A1, A2, I5) oyun geliştirme sürecinde önceliklerinin farklı olmasına rağmen sosyal sorumluluğunda kullanılabilir olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Şimdiye kadar öyle bir amacım olmadı. Şurada bunu göstereyim burada bunu yapayım tarzına bir amacım olmadı. İleride böyle bir amacım olur mu olmaz mı onun için kesin bir şey diyemiyorum ama neden olmasın. Şimdiye kadar yaptığım oyunlar çünkü hep tarafı yönelik gösterebileceğin kalitede veya o tarafa gösterebileceğin bir şeyde işler değildi. Daha çok kendimi geliştirmek için yaptığım işler olduğu için o alandan bir düşüncem olmadı.”

Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan üçüncü ana tema olan sosyal sorumluluğun olmaması temasının eğlence temel amaçlı olan bir çalışma alanında olmamalı ve olmamalı ama olsa iyi olur olmak üzere iki alt teması saptanmıştır. Bunlardan ilki olan eğlence temel amaçlı olan bir çalışma alanında olmamalı olarak belirten 3 katılımcıdan(A7, I7, I10) katılımcı I10 bireysel isteklerin daha önde olduğu bir alanda iş yaptığını belirterek sosyal sorumluluğun kullanılmasına gerek olmadığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Olmamalı benim çalıştığım alan eğlencenin önceliklendirildiği bir alan. Eğlencenin içinde bu gereklilik olan bir şey olduğunu düşünmüyorum. Ben eğlence için oyun yapıyorum. Eğlence ürünü bir şey yaparken sosyal sorumluluğu neden düşüneyim ki? Bireylerin istekleri daha önemli böyle bir alanda iş yaparken bence.”

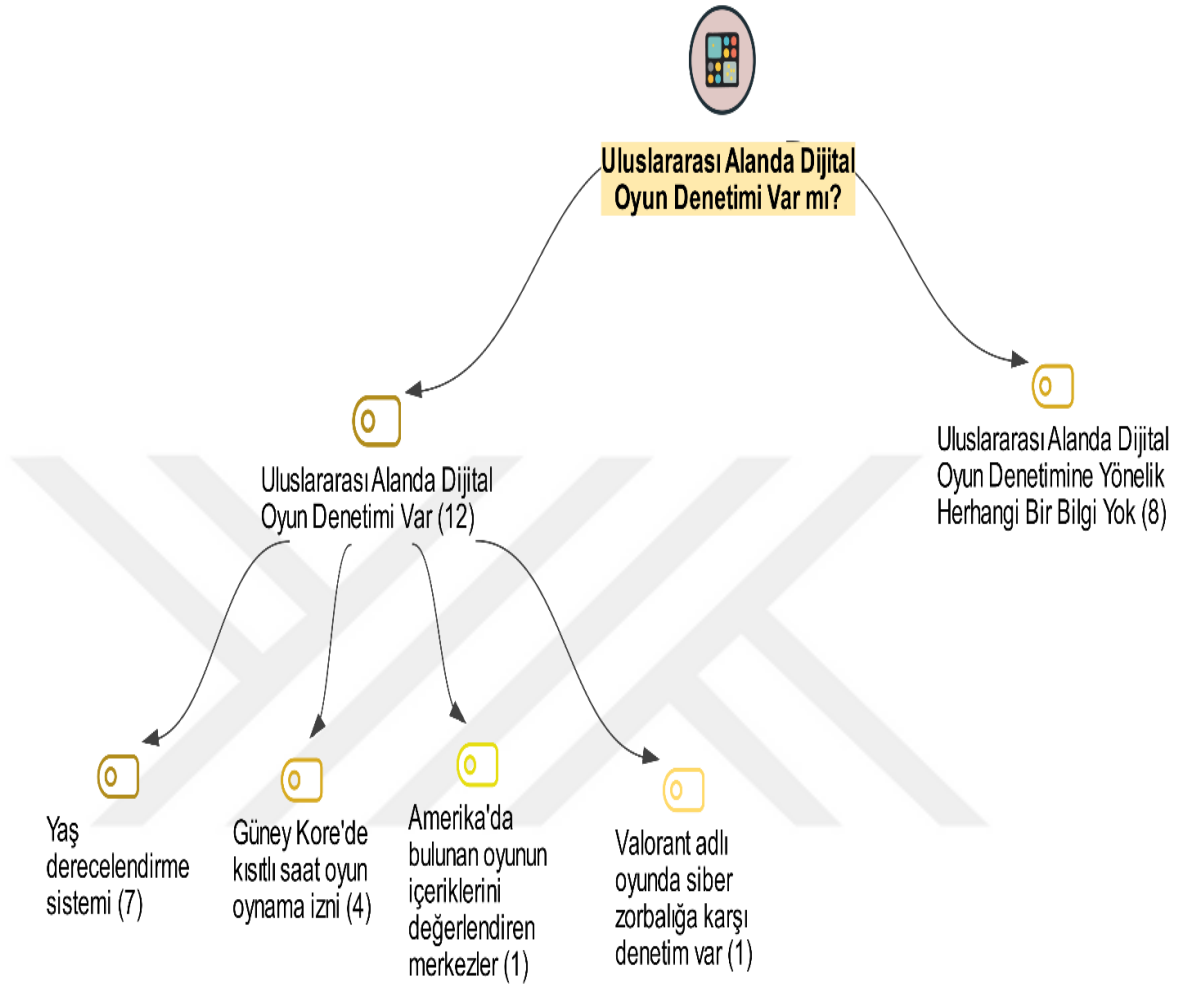
Çalışmada yer alan katılımcılara sosyal sorumluluk olmalı mı olmamalı mı sorusu sorulduğunda ulaşılan üçüncü ana tema olan sosyal sorumluluğun olmaması temasının ikinci alt teması olan olmamalı ama olsa iyi olur olarak belirten katılımcı I6 oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun olmaması gerektiğini şöyle ifade etmiştir:

“Bence olmamalı ama sosyal olarak insanlara bir şey anlatmak derdinde olunabilir diye düşünüyorum. Öyle bir borcumuz yok ama oyun içinde kullanılsa daha iyi olabilir diye düşünüyorum.”

5.5.DİJİTAL OYUNLARIN DENETİMİ

Bu kısımda oyun geliştirme sürecinde öncelikle uluslararası alanda ve Türkiye’de denetimin olup olmadığına dair ulaşılan bulgular ele alınmıştır. Daha sonrasında çalışmada yer alan katılımcılara oyun geliştirme sürecinde denetimin ne olduğu sorulmuş ve elde edilen bulgular burada yorumlanmıştır.

Uluslararası Alanda Dijital Oyunların Denetimi



Şekil 27:Uluslararası Alanda Dijital Oyun Denetimi Var mı?

Çalışmalarda yer katılımcılara dijital oyuna yönelik uluslararası alanda denetimin olup olmadığı sorulduğunda 2 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; uluslararası alanda dijital oyun denetimi var ve uluslararası alanda dijital oyun denetimine yönelik bir bilgi yok şeklindedir. İlk tema olan uluslararası alanda dijital oyun denetimi var temasının yaş derecelendirme sistemi, Güney Kore'de kısıtlı saat oyun oynama izni, Amerika'da bulunan oyunun içeriklerini değerlendiren merkezler ve Valorant adlı oyunda siber zorbalığa karşı denetim var olmak üzere 4 alt temaya ulaşılmıştır. Bunlardan ilki olan yaş derecelendirme sistemi olduğunu belirten 7 katılımcıdan(I1, I6, A1, A3, A4, A6, A8) katılımcı I1 dijital oyunların PEGI yaş derecelendirme sistemi ile denetlendiğini şöyle ifade etmektedir:

“Yani mesela bir oyun yapıyorsan PEGI denen bir sistem var. Oyunun kaç yaş üstü oynayacağıyla alakalı yaptığın bir anket. Senin oyunun 9 yaş üstü çıktığında bu şu demektir; 9 yaşındaki bir insanda oynayabilir. Anketi doldurdun 9 çıktığı ama içeriği sen 12 yaş üstü öğeler girdin senin bu kendi girdiğin, oluşturduğun anketten insanların bakarak oynamak istediği veya ailelerin gönül rahatlığıyla bu 9 yaş üstü deyip oynattığı oyunlarda senin o kurallara kesin uyman gerekiyor.”

Çalışmalarda yer katılımcılara dijital oyuna yönelik uluslararası alanda denetimin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ilki olan uluslararası alanda dijital oyun denetimi var temasının ikinci alt teması olan Güney Kore'de kısıtlı saat oyun oynama izni olduğunu belirten 4 katılımcıdan(I10, I9, A2, A7) katılımcı I10 Güney Kore'de uygulanan sistemin bu tür bir denetim örneği olduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

“Reşit olmayan için bağımlılık yapan bu tarz şeyleri kontrol altında tutabilmek için Güney Kore bir uygulamayı yapıyor ve 1 saat aralıksız oynayan bütün oyuncularını ara vermesi için uyararak bir sistemleri var.”

Çalışmalarda yer katılımcılara dijital oyuna yönelik uluslararası alanda denetimin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ilki olan uluslararası alanda dijital oyun denetimi var temasının üçüncü alt teması olan Amerika'da bulunan oyunun içeriklerini değerlendiren merkezler olduğunu belirten katılımcı A2 Amerika'daki kurumlar ve platformlar aracılığıyla bu denetimlerin yapıldığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Test yapan Amerika'da bir kurum var ismini şu an tam olarak hatırlayamıyorum. O kurumda genel olarak mesela Amerika'da bir oyun çıkarttınız bunu değerlendiriliyor veya Steam'a oyun yüklüyorsunuz oyunu değerlendiriyor.”

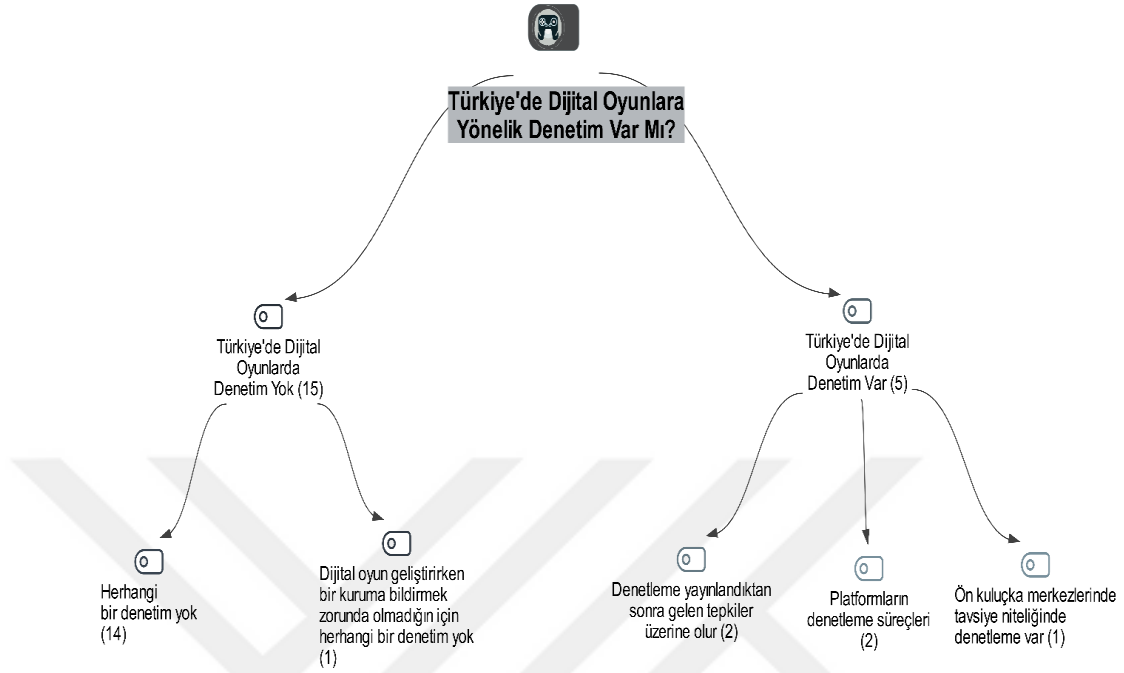
Çalışmalarda yer katılımcılara dijital oyuna yönelik uluslararası alanda denetimin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ilki olan uluslararası alanda dijital oyun denetimi var temasının dördüncü alt teması olan Valorant adlı oyunda siber zorbalığa karşı denetim var olduğunu belirten katılımcı A9 anonimliği ortadan kaldıran bu tür

denetimlerin siber zorbalık gibi ciddi sorunları önlemek adına önemli girişimleri içerdiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Burada Valorant örneğinden gideceğim. Oyunlar içerisinde sibel zorbalık olabilen bir şey. Bu sadece oyunlarla geçerli değil. Gerçek hayatta da var. Hani zorbalık her yerde var aslında. Ama oyun içerisinde bunu denetleme ve aslında onu anonimlikten çıkartmaya yönelik girişimler var. Valorant örneğinde şöyle; hangi ülke olduğunu hatırlamıyorum ama kayıt olurken kimlik numaranı, ismini, soy ismini, işte adres bilgini gibi hepsine kaybediyorsun. Bu o devlete de kayıt oluyor, oyunda da kaydoluyor ve kişi oyun içerisinde bir zorbalığa uğradığı zaman bunu raporluyor ve hani o kişiyi bulabiliyorlar. Onun artık anonimliği yok. Öyle olduğu için oyun içerisindeki toksiklik seviyesi de azalıyor.”

Çalışmalarda yer katılımcılara dijital oyuna yönelik uluslararası alanda denetimin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan dijital oyun denetime yönelik bir bilgi yok olarak belirten 8 katılımcı(A5, A10, I2, I3,I4,I5,I7,I8) uluslararası alanda dijital oyunların denetimine yönelik bilgilerinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Türkiye’de Dijital Oyunların Denetimi



Şekil 28: Türkiye’de Dijital Oyunlara Yönelik Denetim Var Mı?

Çalışmada yer alan katılımcılara Türkiye’de dijital oyun denetiminin olup olmadığı sorulduğunda Türkiye’de dijital oyunlarda denetim yok ve Türkiye’de dijital oyunlarda denetim var şeklinde iki ana teması vardır. Bu ilk temanın herhangi bir denetim yok ve dijital oyun geliştirirken bir kuruma bildirmek zorunda olmadığın için herhangi bir denetim yok olmak üzere iki alt teması vardır. Bunlardan ilki olan herhangi bir denetim yok olduğunu belirten 14 katılımcıdan katılımcı A6 Türkiye’de dijital oyun geliştiricilerinin herhangi bir meslek olarak dahi algılanmasında henüz bir ortak paydanın olmadığını ve bu kapsamda belirli bir denetim ve düzenleme çerçevesinin olmadığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Ülkede zaten oyun geliştiriciliği meslek dalı neredeyse daha yeni oldu denilebilir. Daha önceden oyun geliştirici olarak tanınmıyordu. Oyunun test aşamasında ya da geliştirme aşamasında uyulması gerekenler kurallar vesaire diye bir kavramlar yok.”

Çalışmada yer alan katılımcılara Türkiye’de dijital oyun denetiminin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan Türkiye’de dijital oyunlarda denetim yok temasının

ikinci alt teması olan dijital oyun geliştirirken bir kuruma bildirmek zorunda olmadığını için herhangi bir denetim yok olduğunu belirten katılımcı A2 dijital oyun sektöründe çalışma düzeninde henüz bir düzen ve denetim mekanizmasının yerleşmediğini ve bu nedenle oyun geliştiricilerinin faaliyetlerini denetleyen bir otoritenin bulunmadığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Hayır yok. Çünkü bu şöyle işliyor. Kişisel bir şirket kurduğun zaman ya da büyük şirketlerin şirket kurduğunuz zaman hani bir oyun yapıyorsunuz mesela arkada bir ekibiniz oluyor. Kişi şirket olarak orada çalışıyorsunuz diye gösteriliyor. Bu şirkete tutup bir denetmen gelmez. Ben oyun yapıyorum diye bir bildirim yapmak zorunda da değilsiniz. O yüzden hani burada bir denetmeniniz olmuyor başınız da. Şunu şöyle mi yapıyorsunuz, bunu böyle mi yapıyorsunuz gibi. Bunun hem artısı hem eksisi de var bir yandan orası da ayrı bir şey ama şu anda bir denetleme olmuyor.”

Çalışmada yer alan katılımcılara Türkiye’de dijital oyun denetiminin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan Türkiye’de dijital oyunlarda denetim var temasının denetleme yayınlandıktan sonra gelen tepkiler üzerine olur, platformların denetleme süreçleri ve ön kuluçka merkezlerinde tavsiye niteliğinde denetleme var olmak üçere 3 alt teması vardır. Bunlardan ilki olan denetleme yayınlandıktan sonra gelen tepkiler üzerine olur olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I6, A8) katılımcı I6 dijital oyun sektöründe belirgin bir denetim mekanizmasının eksikliğine dikkat çekerken bu durumun genel olarak ülkenin düzen anlayışıyla bağlantılı olduğu görüşünü şu sözlerle dile getirmektedir:

“Siz bir şey yaparsınız ondan sonra yasaklanır. Türkiye’de genelde sistem böyle ilerliyor. Mesela bir yolda bir sıkıntı var o yolda kaza olmadan sıkıntı üzerine bir şey yapılmıyor. Türkiye’de biraz öyle bence yani erotik oyunlar yasak onu biliyorum ama onun dışında kesin bir şeyler yasaktır. Yani yapınca onun farkına varırsınız.”

Çalışmada yer alan katılımcılara Türkiye’de dijital oyun denetiminin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan Türkiye’de dijital oyunlarda denetim var temasının ikinci alt teması olan platformların denetleme süreçleri olduğunu ifade eden 2 katılımcıdan(A4, I5) katılımcı A4 dijital oyunların denetim eksikliğine dikkat çekerken, bu boşluğun dijital oyunların yayınlandığı platformlar tarafından kısmen doldurulduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

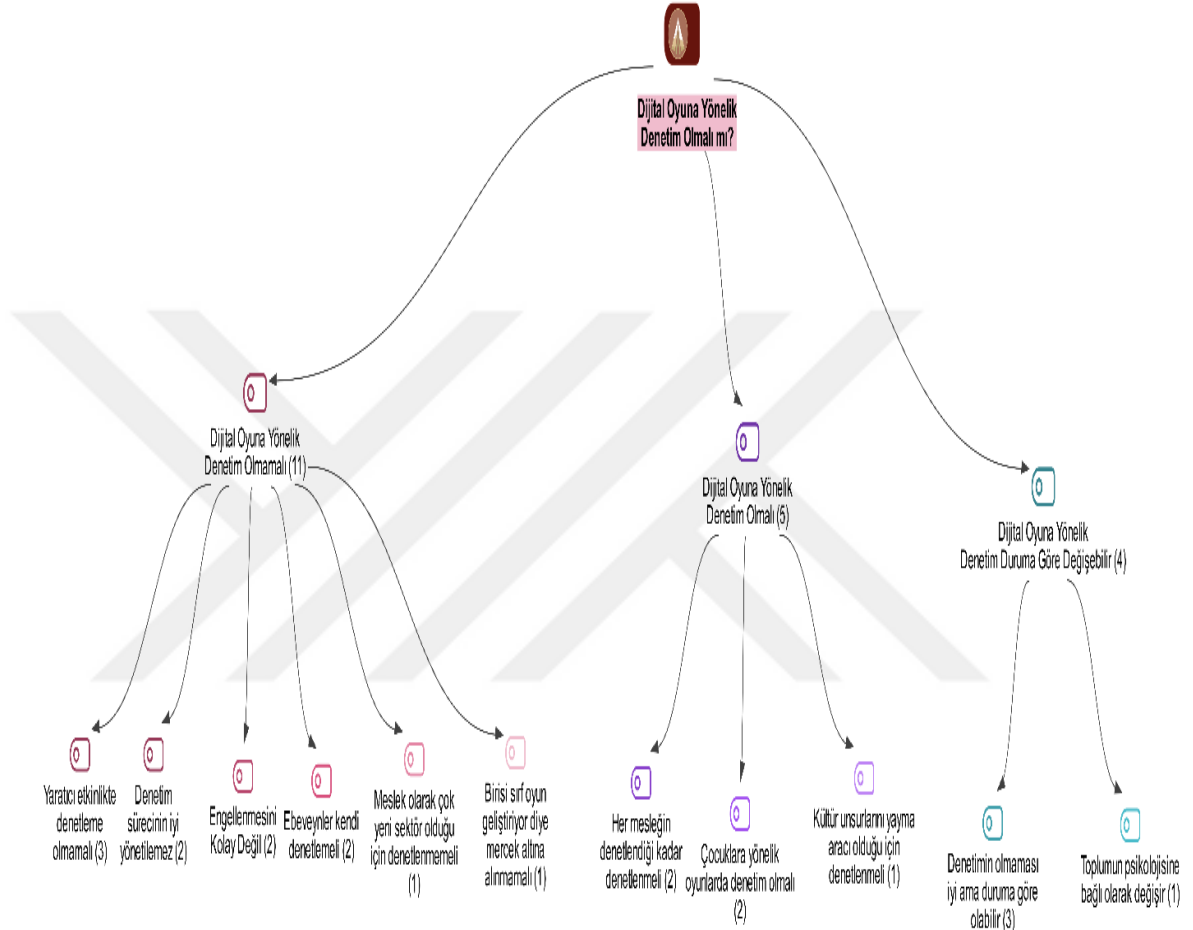
“Yüklediğimiz platformların kendi mevzuatları oluyor. En basitinden Steam yapay zeka oyunlarına izin veriyordu şu an engelliyor mesela. Devletten ayrı olarak platformlarda bunlar var. Biz bilgisayar olanında konuşuyoruz ama Nintendo Switch kendi içinde bir daha denetlemeye gidiyor. Yapacağınız oyunun ‘How To Play’ ekranına kadar denetliyor. Playstation içinde geçerli bu.”

Çalışmada yer alan katılımcılara Türkiye’de dijital oyun denetiminin olup olmadığı sorulduğunda ulaşılan ikinci tema olan Türkiye’de dijital oyunlarda denetim var temasının üçüncü alt teması olan ön kuluçka merkezlerinde tavsiye niteliğinde denetleme var olduğunu belirten katılımcı A5 oyun geliştirme sürecinin başlangıcında özellikle üniversite ve teknokentlerdeki ön kuluçka programlarıyla denetimlerin ve sınırlamaların devreye girdiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bir üniversitenin veya teknokentin altına ön kuluçkaya girmediğimiz sürece herhangi bir denetleme açısı çok olmuyor. Ön kuluçkaya girdiğinizde de cinsel içerikli gibi bu tarz bazı konularda hani sözleşmede bu tarz içerikler yapılamayacağını veya o sınırlar içerisinde bunları yapamayacağınıza dair sözleşme imzalıyorsunuz yani. Onlar yasakladığı için doğal olarak sen oyununa yansıtamıyorsun. Ama bu direkt oyununda cinsel, dini, siyasi bir unsur koyma diye değil sadece bu sınırdaki buna ait bir davranış yapamayacağını belirtiyor. Bazen bu ön kuluçka programlarında falan bazen bu Pubgin Mat gibi Game Circle gibi işte farklı ön kuluçka şeylerinde de eğer yanlış bilmiyorsam şunu şunu yaparsanız daha iyi olur, bunu bunu

yaparsanız daha iyi olur gibi biraz zorlamayla belki biraz da işte tavsiyeyle bu şekilde yönlendirmeler oluyor.”

Dijital Oyunlara Yönelik Denetim Olmalı mı?



Şekil 29: Dijital Oyunlara Yönelik Denetim Olmalı mı?

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda dijital oyuna yönelik denetim olmamalı, dijital oyuna yönelik denetim olmalı ve dijital oyuna yönelik denetim duruma göre değişebilir olmak üzere 3 ana temaya rastlanmıştır. Bunlardan ilki olan dijital oyuna yönelik denetim olmamalı temasının yaratıcı etkinlikte denetleme olmamalı, denetim süreci iyi yönetilemez, engellemesi kolay değil, ebeveynler kendi denetlemeli, meslek olarak çok geniş sektör olduğu için denetlenmemeli ve birisi sırf oyun geliştiriyor diye mercek altına alınmamalı olmak üzere 6 alt temaya ulaşılmıştır. Bu alt temalardan ilki olan yaratıcı etkinlikte denetleme olmamalı olduğunu belirten 3 katılımcıdan (I7, I9, I10) katılımcı I9

dijital oyun geliştirme sürecinde denetim ve kısıtlamaların, bireysel özgürlüklerin ve yaratıcı fikirlerin önünde bir engel olmaması gerektiğini düşündüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bence olmamalı. Yani ben açıkçası insanların kendi fikirlerini özgür şekilde kitlelere ulaştırabilmesini savunuyorum. Çin gibi işte kendi halkını kısıtlayan ülkelerin yapıları biraz daha şey nasıl diyeyim yani devletin her alanda herkesi kısıtlaması çok mantıklı bir hareket gibi gelmiyor bana. Aynı zamanda şu da var bizim ülkemizdeki en son dertlerden biri bence game developerların bir kısıtlamaya uğraması onun öncesinde çok daha büyük dertlerimiz var. Önce onlar çözülürse sonra belki bunlar düşünülebilir.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan dijital oyuna yönelik denetim olmamalı temasının ikinci alt teması olan denetim sürecinin iyi yönetilemez olduğunda ifade eden 2 katılımcıdan(I2, A2) katılımcı A2 dijital oyunlara denetim getirilirse denetmenin kişisel bakış açıları ve önyargıların oyunların içeriğini şekillendirme üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Başınıza gelen denetmenin bakış açısı durumları görmesi gibi şeyler olabilir. Mesela bir denetmenin eşcinselliğe karşı farklı bir tutumu olabilir; birisinin ırkçılara karşı farklı bir tutum olabilir ya da diğerinin farklı bir tutumu olabilir. Yaptığımız oyun üzerinde etkileri olacak. Siz istediğiniz işi yapamayacaksınız. İsteddiğiniz tarzda şeyleri koyamayacaksınız. Özellikle Türkiye’de bu biraz daha bana sıkıntılı gelen bir taraf çünkü kimin ne yapacağı belli olmuyor bu alanda. Eksileri bu tarafta olabilir. Çünkü gene bir baskı altında olacaksınız.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan dijital oyuna yönelik denetim olmamalı temasının üçüncü alt teması olan engellemesi kolay değil olarak belirten 2 katılımcıdan(A4, I1) A4 dijital oyunların içeriklerinin engellenmesinin oldukça zor bir

süreç olduğunu ve sayılamayan birçok oyunun bu tür etkiler yaratabileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Engellenmesini hiç kolay bir şey değil. Zaten başarılabilir bir şey olduğunu zannetmiyorum. Kim bilir kaç tane böyle oyun vardır haberimizin olmadığı. Buna sayısal olarak ulaşmak zor olduğu için hepsi engellenemez. Ama bir ihtimal bu kullanıcıları yorumlardan faydalanıp sonrasında kendisini intihara sürükleyen kullanıcıları iyileştirmek için bir şeyler yapılmaya çalışılsa da bu tür oyunların geliştirilmesi engellenemez. Buna herkesin uymasını bekleyemeyiz sonuçta.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan dijital oyuna yönelik denetim olmamalı temasının dördüncü alt teması olan ebeveynler kendi denetlemeli olduğunu belirten 2 katılımcı(I5, I6) katılımcı I5 çocukların korunması için ebeveyn denetiminin önemli olduğunu ve ağır bir denetim yerine kişisel sorumluluğun ön planda olması gerektiğini şöyle ifade etmektedir:

“Mavi Balina dijital oyun kategorisinde çok uç bir örneğe girer. Kişiyi intihara sürüklüyorsa bir oyun ya da dijital sosyal medya bunda kişide de ciddi bir şey vardır. Çocukları da etkiliyorsa burada +18 gibi etiketler vardır. Ebeveynlerin kendileri denetlemeli burada. Yetişkinlerde zaten kendileri düşünüp karar verecek durumdadır. O yüzden ağır bir denetime gerek yok.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan dijital oyuna yönelik denetim olmamalı temasının beşinci alt teması olan meslek olarak çok geniş sektör olduğu için denetlenmemeli olduğunu belirten katılımcı A5 Türkiye’de oyunların henüz yeterince ciddiye alınmadığını ve sektöre yönelik algının yeni gelişmeye başladığını ve bu nedenle denetlenmemesi gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Türkiye’de zaten oyun ciddi karşılanmayan bir şey olduğu için işte boş iş, sadece çocuklar oyun oynar bilmem ne tarzı bir şey olduğu için Türkiye’de oyun yeni yeni insanlar hem hazmediyor hem de ya evet oyun sektörü var, burada işte bir şeyler var ya da bunlarda normal bir sektör gibi kavramlar yeni yeni oluşmaya başladı. Onun için yani bir denetim olmamalı.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan ilk tema olan dijital oyuna yönelik denetim olmamalı temasının altıncı alt teması olan sırf oyun geliştiriyor diye mercek altına alınmamalı olduğunu olarak belirten katılımcı I3 dijital içeriklerin denetiminin sektörel bir mekanizma aracılığıyla yapılmasının gereksiz olduğunu ve oyun geliştiricilerin yalnızca oyun geliştirmeleri nedeniyle denetim altına alınmamaları gerektiğini şöyle ifade etmektedir:

“Bunun sektörel bir denetim mekanizmasına girmesi gerektiğini düşünmüyorum. Ya mesela ben bir atıyorum makale yazdım. Bunu yayınladım. İnternette yayılıyor mesela bu makale intihara teşvik ediyorsa hakkında nasıl bir yaptırım yapılacaksa bu da o şekilde ilerlemeli diye düşünüyorum. Sırf birisi oyun yapıyor diye mercek altına girmesi gerektiğini düşünmüyorum.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ikincisi olan dijital oyuna yönelik denetim olmalı temasının her mesleğin denetlendiği kadar denetlenmeli, çocuklara yönelik oyunlarda denetim olmalı ve kültür unsurlarını yayma aracı olduğu için denetlenmeli olmak üzere 3 alt teması vardır. Bunlardan ilki olan her mesleğin denetlendiği kadar denetlenmeli olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A6, A8) katılımcı A6 her meslek ne kadar denetleniyorsa onu aşamaması gerektiğini *“Oyun geliştiricileri her meslekte olduğu kadar denetlenmeli.”* Olarak ifade edilmiştir.

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ikincisi olan dijital oyuna yönelik denetim olmalı temasının ikinci alt teması olan çocuklara yönelik oyunlarda denetim olması gerektiğini söyleyen 2 katılımcıdan(A1,A3) oyun platformlarının özellikle

çocuklar olmakla birlikte kullanıcı güvenliği konusunda sorumluluklarının artırılmasına yönelik önemli bir ihtiyaç olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Buna filtreleme getirilmesi gerekiyor ama getirmedigine göre bence oyun şirketinde bir şeylik var. Sınırlarını bilmesi gerekiyor. Dijital zorbalık çok ve bunun önüne geçmeleri gerekiyor. Ayrıca çocuklar olunca bu durum taciz ya da istismar falan dönüşebiliyor. Hani oradan haber iletişime geçiyor. Bir seninle buluşalım mı gibi falan koskoca adam düşünsene bir çocukla iletişime geçiyor oyun üzerinden ya da Instagram’den falan fotoğraflarını istiyor. Çocuk kendini kötü hissediyor. Bunların hepsini bir önlem alınması gerekiyor.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan ikincisi olan dijital oyuna yönelik denetim olmalı temasının üçüncü alt teması olan kültür unsurlarını yayma aracı olduğu için denetlenmeli olduğunu belirten 18 dijital oyunların kültürel etkileri göz önünde bulundurularak denetlenmesi gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yapılabilir ve yapılması da gerekiyor bence çünkü o kadar fazla oyun çıkabilir ki ve bunları siz takip edemezseniz eğer. Popülerlik kazandığı aşamada toplumsal olarak yani toplumun bir kesiminde dahi olsa bir kötü etki ya da bir mali zarar bırakabilir. Dolayısıyla bunların denetlenmesi gerekiyor. Denetlenmesi de aslında çok basit bir anlamda yapılabilir. Bugün dizi ve sinema ve hatta tiyatro oyunları bağlı olduğu kurumlar tarafından denetlenebiliyor. İşte RTÜK, Radyo ve Televizyon Kurumu ya da Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi aslında oyunlarında Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde kurulacak bir kurumla birlikte denetlenebilmesi veyahut oyunlar bağlı oldukları ülkenin kültürlerini de yayabilmek için iyi bir araç olduğu için kimi zaman desteklenmesi de gerektiğini düşünüyorum.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan üçüncüsü olan dijital oyuna yönelik denetim duruma göre değişebilir temasının denetimin olmaması iyi ama duruma göre olabilir ve toplumun psikolojisine bağlı olarak değişir olmak üzere 2 alt teması vardır. Bunlardan ilki olan denetimin olmaması iyi ama duruma göre olabilir olduğunu ifade eden 3 katılımcıdan(I4, A9, A10) katılımcı I4 dijital oyunlara yönelik bir müdahalenin gerekliliğinin duruma bağlı olarak değişebileceğini ve mevcut şartlarda müdahale edilmemenin avantajlı görüldüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

“Mevzuat eksikliğinden oyun tarafına bir kısıtlama gelmesi gerekir mi, gerekmez mi bilmiyorum. Global kuruluşlar var. Oyunlar yayınlandığı zaman isterlerse oyunlarını buraya verebiliyorlarsa o değerlendirmek için az önce bahsettiğim gibi puanlama sisteminde filan. Yani o tarzı kurmak o oyunları kısıtlıyorlar ama devletin bu tarafta bir şey yapması lazım mı konusunda bir şey diyemiyorum. Şu anlık bir sıkıntı çıkmadı. Ama sıkıntı çıkmadı diye çıkmayacağı anlamına gelmiyor. Ama şu anlık dokunmamaları işimize geliyor açıkçası.”

Çalışmada yer alan katılımcılara, dijital oyunlara yönelik denetimin olup olmamasına dair fikirleri sorulduğunda ulaşılan 3 temadan üçüncüsü olan dijital oyuna yönelik denetim duruma göre değişebilir temasının ikinci alt teması olan toplumun psikolojisine bağlı olarak değişir olduğunu belirten A7 dijital oyunun denetleme gerekliliğinin toplumların yapısına göre değişeceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

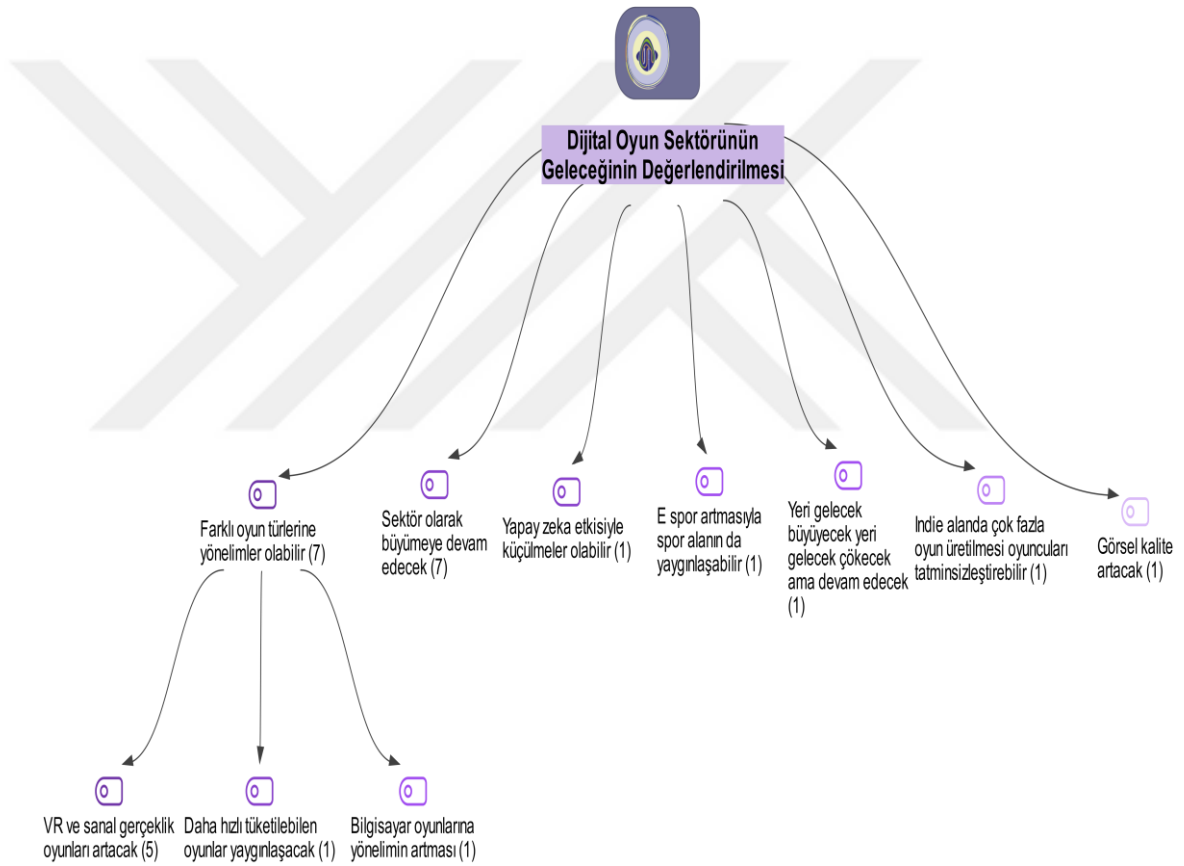
“Bu tamamen aslında toplumun psikolojisini daha doğrusu değiştirmemek adına yapılmış bir şey ama ben bunu gereksiz olduğunu düşünüyorum. Çünkü sonuçta oyunda bir savaş oyunu olsun, farklı bir vahşet içeren oyun olsun oyunda o an onu oynadı diye onu yapacak değil. Bu tamamen aslında eğitimle alakalı bir durum. Yani eğer kişi yanlış eğitilmişse evet vahşet içeren bir oyun oynayıp bunu gerçek hayatta da yapmaya çalışabilir ama kişiye doğru düzgün eğitilmişse bunun bir oyun

olduğunun ve gerçek olmadığını zaten farkında olacaktır diye düşünüyorum.”

5.6. DİJİTAL OYUN SEKTÖRÜNÜN VE BAĞIMSIZ OYUN GELİŞTİRİCİLERİN GELECEĞİ

Bu bölümde bağımsız oyun geliştiricilerin anlam dünyası üzerinden dijital oyun sektörünün geleceğine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Dijital Oyun Sektörünün Geleceğinin Değerlendirilmesi



Şekil 30: Dijital Oyun Sektörünün Geleceğinin Değerlendirilmesi

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda 7 temaya ulaşılmıştır. Bunlar; farklı oyun türlerine yönelimler olabilir, sektör olarak büyümeye devam edecek, yapay zeka etkisiyle küçülmeler olabilir, e spor artmasıyla spor alanının da yaygınlaşabilir, yeri gelecek büyüyecek yeri gelecek çökecek ama devam edecek, indie alanda çok fazla oyun üretilmesi oyuncuları tatminsizleştirebilir ve görsel kalite artacak şeklindedir. İlk tema olan farklı oyun türlerine yönelimler olabilir temasının VR ve

sanal gerçeklik oyunları artacak, daha hızlı tüketilebilen oyunlar yaygınlaşacak ve bilgisayar oyunlarına yönelimin artması olmak üzere 3 alt teması vardır. Bu alt temalardan ilki olan VR ve sanal gerçeklik oyunları artacak olduğunu belirten 5 katılımcıdan(I6, A2, A6, A7, A9) katılımcı A6 dijital oyunların geleceğinde duysal deneyimlerin önem kazanacağına ancak bu gelişimin önündeki teknolojik ve fizyolojik engellerin aşılması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Oyunlar birçok farklı duyularla insanları içine çektiği için görsel, işitsel gibi bunun için duysal şeyler eklenip kullanılabilir. VR gibi görselliği farklı boyuta çeken. Bunun içine insanların diğer duyularını eklendiği farklı konular yer alıyor oyunlar artık. Ama hala kompakt olmadığı için ve çoğu insan da kaldıramadığı için, Türkçesini hatırlamıyorum motion sickness diye bir durum var ve onun üstesinden gelinebilmiş değil. Bu durum çözülürse duyuların öne çıktığı oyunlar geliştirilebilir.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan ilki olan farklı oyun türlerine yönelimler olabilir temasının ikinci alt teması olan daha hızlı tüketilebilen oyunlar yaygınlaşacak olduğunu belirten katılımcı I8 dijital oyunların geleceğinde hızlı tüketim alışkanlıklarının etkili olacağını ve özellikle mobil oyunlar gibi kısa süreli deneyim sunan formatların daha popüler hale gelebileceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Açıkçası insanlar artık oyunlara daha az vakit ayırıyorlar ve daha hızlı bir şekilde tüketiyorlar ki biz bunun mobil oyunlarda da gördük. Daha hızlı tüketilebilen oyunların daha yaygınlaşacağını düşünüyorum.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan ilki olan farklı oyun türlerine yönelimler olabilir temasının üçüncü alt teması olan bilgisayar oyunlarına yönelimin artması olduğunu belirten katılımcı A10 gelecekte bilgisayar oyunlarının yeniden ön plana çıkacağına ve bağımsız oyun geliştiricilerinin bu platforma yönelik çalışmalara daha fazla ağırlık vereceğini şöyle ifade etmektedir:

“Önümüzdeki yıllarda mobil oyunlardan çok bilgisayar oyunlarının daha revaçta olduğu ve indie game developerlarında bilgisayar oyunları yapmaya daha istekli olacağını tahmin ediyorum.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan ikincisi olan sektör olarak büyümeye devam edecek olduğunu belirten 7 katılımcıdan(I1, I2, I5, I7, A1, A3, A4) katılımcı A1 ileride dev, indie gibi seviyeler fark etmeksizin hepsinin üst seviyelere ulaşip gelişme potansiyeline sahip olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

“Genel ölçekte çok böyle Triple-A dediğimiz çok kaliteli işler çıkaran şirketler daha da büyümeye devam edecektir diye düşünüyorum herhangi bir sürpriz olmazsa. Yani daha da büyüyecekler. Birkaç tane orta ölçekli şirket belki o seviyede büyük şirketlerin seviyesine belki gelebilir. Sürpriz birkaç tane indie ya da solo developer çok büyük başarılarla mutlaka elde edecektir ve kuvvetle muhtemel biz onları konuşuyor olacağız. Şey falan diyeceğiz ‘abi 4 kişi yapmışlar oyunu’ falan diyeceğiz diye düşünüyorum. Bu kesin konuşacağımız şeyler.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan üçüncüsü olan yapay zeka etkisiyle küçülmeler olabilir olduğunu belirten katılımcı A5 yapay zekanın oyun sektöründe hızla önem kazanmasına rağmen tamamen hakim bir konuma gelmesinin zaman alacağını ve iş gücünün yapay zekayı etkin şekilde kullanma becerisine yönelerek sektörde bazı yapısal değişimlere yol açabileceğini şöyle ifade etmektedir:

“Yani yapay zekanın bir anda bu şekilde patlaması ve bazı işleri kolaylaştırması oyun sektöründe 10-15 senelik süreç içerisinde yapay zekanın direkt olarak her şeyi ele geçireceğini düşünmüyorum ama işte yavaş yavaş insanlar şeye evrilecek yapay zeka kullanmayı bilen çalışan ve belki 2 çalışan almak üzerine bir çalışan alıp geride yapay zeka gibi kullanmaya

başlayacaktır. Bazı küçülmelere doğru gideceğini düşünüyorum.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan dördüncüsü olan e spor artmasıyla spor alanın da yaygınlaşabilir olduğunu belirten katılımcı A10 dijital oyun sektörünün eğlence sektöründeki liderliğini pekiştirip e-sporun olimpiyat gibi organizasyonlarda yer almasıyla spor sektöründe de etkisini artırabileceği düşüncesini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Dijital oyun sektörü zaten bütün eğlence sektörünü solumuşken bir de buna ek olarak E-spor ile olimpiyat gibi yarışmalara kabul edilirse spor sektörünü de yavaşça ele geçireceğini düşünüyorum.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan beşincisi olan yeri gelecek büyüyecek yeri gelecek çökecek ama devam edecek olduğunu belirten katılımcı I3 dijital oyun sektörünün zamanla dalgalanmalar yaşayarak büyüme ve düşüş döngülerine gireceğini ancak sektörün varlığını sürdüreceği konusunda bir kesinlik taşıdığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Her zaman olduğu gibi hareketlerinin aynen devam edeceğini düşünüyorum. Yeri gelecek büyüyecek yeri gelecek çökecek. Yani oyun sektörü çöktü olacak, oyun sektörü patladı olacak. Yine büyüme anlamında patladı olacak yani. Güneş döngüsü misali bu şekilde devam edeceğini düşünüyorum. Sonuçta bu bitecek bir şey değil sadece ondan eminim.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan altıncısı olan indie alanda çok fazla oyun üretilmesi oyuncuları tatminsizleştirebilir olduğunu belirten katılımcı A5 dijital oyunların geliştirilmesinin yayılmasıyla oyun platformlarında kalite sorunlarının ve oyuncu tatminsizliğinin gündeme gelebileceği ancak bu durumun platformların alacağı önlemlerle şekilleneceğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Mesela Steam şu an yapay zekayla yapılmış ürün yani bir görsel veya ses efektine falan izin vermiyor. Çünkü siz bu telif

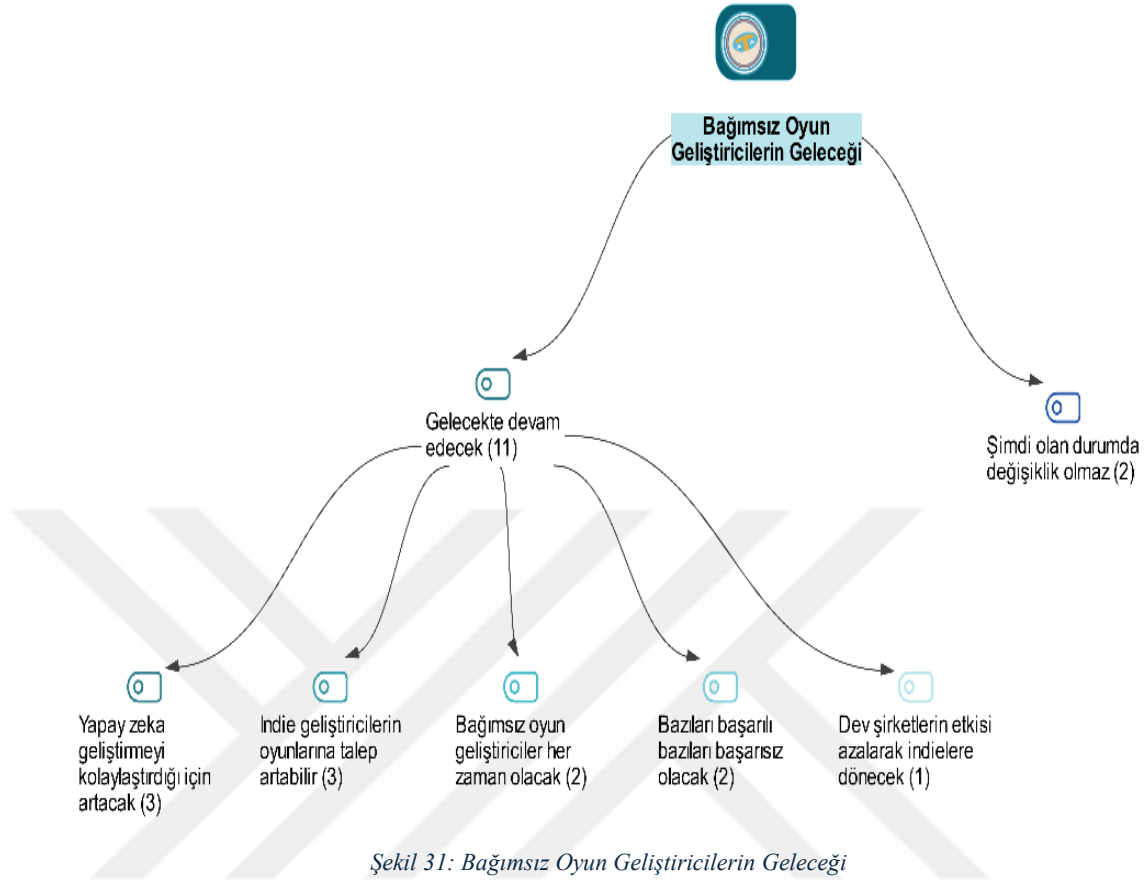
sorunları nedeniyle kendisi uğraşmak istemiyor. Ama ilerleyen zamanlarda böyle bahsettiğim gibi büyük bir çöplük oluştuğunda Steam büyük bir önlem alır mı almaz mı bunu da çok kestiremiyorum ama yani yavaş yavaş bazı şeyler çöplüğe doğru dönecek ve oyuncular iyice tatminsizleşecekler. Çünkü çok fazla oyunun etkisiyle çok fazla seçeneği olduğu için tatmin duygusunun azalacağını düşünüyorum.”

Katılımcılara dijital oyunların geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 7 temadan yedincisi olan görsel kalite artacak olduğunu belirten katılımcı A6 dijital oyun sektöründe yakın gelecekte en büyük gelişmelerin görsel kalite alanında yaşanacağını şöyle ifade etmektedir:

“Yakın bir zamanda en fazla değişiklik görsel anlamda olacaktır. Daha gerçekçi oyunlar görmek isteyecektir insanlar. Sürekli görsel kalite arttığı için beklenti bu yönde geliyor. Tabii ki biraz daha oyunları derinlemesine ele alan ve bu alanı hobi olarak görenler daha çok oyunun işleyişi ve oyunun sunduğu hikaye olsun, hissiyat olsun buna odaklanıyor. Ama teknolojiye baktığımızda gelişen şey görsellik olacaktır.”

Oyun Geliştiricilere Göre Indie Oyun Geliştiricilerin Geleceğinin Değerlendirilmesi

Burada çalışmada yer alan katılımcıların dijital oyun sektöründe bağımsız oyun geliştiricilerin gelecekteki yerine dair değerlendirmelerinden elde edilen bulgular açıklanmıştır.



Katılımcılara dijital oyun sektörü içerisinde bağımsız oyun geliştiricilerin geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda gelecekte devam edecek ve şimdi olan durumda değişiklik olmaz olarak 2 temaya ulaşılmıştır. İlk tema olan gelecekte devam edecek temasının yapay zeka geliştirmeyi kolaylaştırdığı için artacak, bağımsız geliştiricilerin oyunlarına talep artabilir, bağımsız oyun geliştiriciler her zaman olacak, bazıları başarılı bazıları başarısız olacak ve dev şirketlerin etkisi azalarak indielere dönecek olmak üzere 5 temaya ulaşılmıştır. İlk alt tema olan yapay zeka geliştirmeyi kolaylaştırdığı için artacak olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I7, I10, A7) katılımcı I10 yapay zekanın sağladığı kolaylıklarla bağımsız oyun geliştiricilerin daha özgün eserler üreterek oyun sektöründeki baskılardan kurtulabileceği ve bu tür oyunlara olan talebin artacağı düşüncesini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bağımsız oyun geliştiriciler, yapay zekanın da desteğini alarak artık üstlerindeki yükün de azalıp oyun sektörünün

baskılarından kurtulmuş daha özgün oyunların geliştirilmesine talep artıp değerlendirileceğini düşünüyorum.”

Katılımcılara dijital oyun sektörü içerisinde bağımsız oyun geliştiricilerin geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ilki olan gelecekte devam edecek temasının ikinci alt teması olan bağımsız geliştiricilerin oyunlarına talep artabilir olduğunu belirten 3 katılımcıdan(I1, I2, A4) katılımcı I2 çeşitli oyun geliştirme araçların çeşitlenmesiyle daha fazla bağımsız geliştiricinin sektöre katılacağını şöyle ifade etmektedir:

“Muhtemelen şu anda olduğu gibi bağımsız oyun geliştiricileri yavaş yavaş artar. Geliştirici motorları ileride de çok fazla artacak çünkü artık bir ekibe veya şirkete ihtiyaç duyulmamaya başlanacak. Bunun da sebebi artık Asetler günümüzde çok fazla çeşitlendi ve oyun yapım süreçleri daha da kolaylaştırıldı. Konuşmamızın ilk kısmında söylediğim gibi muhtemelen indier de çok fazla çoğalma olacak diye düşünüyorum.”

Katılımcılara dijital oyun sektörü içerisinde bağımsız oyun geliştiricilerin geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ilki olan gelecekte devam edecek temasının üçüncü alt teması olan bağımsız oyun geliştiriciler her zaman olacak olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I6, I8) katılımcı I6 bağımsız oyun geliştiricilerin her koşulda sektörde varlık göstereceğini ve bu alandaki belirsizliklere rağmen bağımsız oyunların gelecekte de kendine bir yer bulacağını düşündüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

“Bağımsız oyun geliştiriciler her zaman olacak bence. Yani dünyanın sonuna kadar gibi geliyor. Benim içinde gelecekteki yerleri soru işareti biraz. Çünkü günümüz insanları böyle çok standarta, Mainstream dediğimiz şeylere daha çok ilgi gösteriyorlar. İleride nasıl bir şey olur indie noktasında bilmiyorum. Belki de insanlar Mainstream'den sıkılacak ve indieye daha çok dönecekler. O da olabilir bilmiyorum ama indie hep kalacak bence bu sektörde. Bağımsız bir şekilde her zaman kendine bir yer bulacak gibi geliyor bana. Yani sektör

patlasa da yok olsa da çünkü ilk çıktığı zamanlarda da mesela bu oyun muhabbetleri indie olmak zorundalardı. Publiser gibi şeyler yoktu. Adamlar mesela disketlerle kendi oyunlarını dağıtmışlar insanlara. Indie de bence gelecekte işler çok kötü gitse de bir şekilde yolunu bulacak gibi geliyor bana. Hep var olacak gibi geliyor yani.”

Katılımcılara dijital oyun sektörü içerisinde bağımsız oyun geliştiricilerin geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ilki olan gelecekte devam edecek temasının dördüncü alt teması olan bazıları başarılı bazıları başarısız olacak olduğunu belirten 2 katılımcıdan(I3, A1) katılımcı A1 bağımsız oyun geliştiricilerin bazı zorluklarla karşılaşacaklarını ancak bağımsız olgusunun varlığını sürdüreceğini ve zamanla yeni ekiplerin ortaya çıkacağını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Birçok indienin vazgeçeceğini düşünüyorum. Bazı indielere başarıya ulaşacağını düşünmüyorum ama indie olgusunun her türlü var olacağına inanıyorum. Birileri gidecek birileri gelecek en başta dediğim gibi kaliteli işler ortaya koyabilmek için zaten çokluğun olması gerekiyor. Indie ekipler de bunu sağlıyor. Çok fazla yeni indie ekip olacak, var olan indie ekipler büyük şirketlere dönüşecek ya da vazgeçecekler yapmaktan ama varlıklar devam edecektir diye söyleyebilirim sadece.”

Katılımcılara dijital oyun sektörü içerisinde bağımsız oyun geliştiricilerin geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ilki olan gelecekte devam edecek temasının beşinci alt teması olan dev şirketlerin etkisi azalarak indielere dönecek olduğunu belirten katılımcı I9 bağımsız ekiplerin daha özgün ve duygu odaklı oyunlarının başarısını fark ederek kendi üretim süreçlerinde de daha küçük hızlı ve keyifli projelere yönelmeye başlayacaklarını düşündüğünü şu sözlerle ifade etmektedir:

“Büyük firmaların geriye dönmeye başlayacaklarını düşünüyorum. Şu konuda geriye dönmekten kastım şu; Indie ekiplerin yaptığı oyunlar artık daha fazla insan tarafından seviliyor, beğeniliyor ve aslında daha çok para da kazandırıyor. Bunun da asıl sebepleri bence büyük firmaların yaptıkları

oyunlara bir ürün gibi bakması bir hani satılan bir mal gibi bakması ama indie ekiplerin yaptıkları daha kalpten gelen daha insanları hareketlendirip daha deneyim sağlamaya çalışan şeyler olduğu için daha fazla tutuyor. Bu gelecekte muhtemelen büyük firmalar da artık yeteri para kazanamadıkları için biraz da kendi ekiplerini daraltıp biraz da indie tarzında daha hızlı üretilen, kapsamı daha düşük ama büyük oyunlardan daha keyifli şeyler iyi yaratmaya başlayacaklar diyorum.”

Katılımcılara dijital oyun sektörü içerisinde bağımsız oyun geliştiricilerin geleceğinin nasıl olacağı sorulduğunda ulaşılan 2 temadan ikincisi olan şimdi olan durumda değişiklik olmaz olduğunu belirten 2 katılımcıdan(A2, A6) katılımcı A6 bağımsız oyun geliştiricilerinin genellikle ya başarısız olup projelerini sonlandıracaklarını ya da başarılı olup kendi şirketlerini büyüterek sektörde ilerleyeceklerini düşündüğünü ve bu dinamiğin gelecekte de değişmeyeceğini düşündüğünü şöyle ifade etmektedir:

“Bağımsız oyun geliştiriciler için iki tane yol oluyor. Ya bir tane iş deniyorlar, yapmaya çalışıyorlar ve başarılı olamadan batıyorlar ya da bu yaptıkları iş gerçekten tutuyor. Kendi şirketlerin büyütüp daha ileri gidiyorlar. Indie oyun geliştiricileri için hep bu iki yoldan biri oluyor. O yüzden bunun çok değişeceğini düşünmüyorum.”

SONUÇ VE TARTIŞMA

Sanayi devrimiyle birlikte değişen toplumsal yaşam dijitalleşme ekseninde de ciddi değişimler yaşamıştır. Bu kapsamda birçok platform dijital alanlara taşınmıştır. Bunlardan biri de oyunlardır. Günümüzde dijital oyunlar hem çocuklar hem gençler hem de yetişkin bireyler arasında yaygın şekilde oynanmaktadır. Yaygınlaşma hızı gün geçtikçe artan dijital oyunların, herhangi bir sosyal sorumluluk dikkate alınarak geliştirilip geliştirilmediği konusu ise önemlidir. Çünkü dijital oyunlar her yaş grubundan birçok kişiye doğrudan temas etmektedir. Temel odağı bağımsız dijital oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluk taşıyıp taşımadıkları olan bu çalışmada ele edilen sonuçlar şu şekilde özetlenebilir.

Bağımsız dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirme alanlarına ilgi duymaya başlama süreçlerine bakıldığında çoğunlukla katılımcıların bireysel deneyimler ve sosyal etkileşimlerin bir sonucu olarak oyun geliştirmeye ilgi duydukları görülmüştür. Bu etkileşimler sonucu oyun geliştirmeye olan ilgi akademik veya uygulamalı projeler yoluyla kazanılan deneyimlerle desteklenmiştir. Dijital oyun geliştirme alanına yakın olduğu düşünülen mühendislik gibi teknik bölümlerde eğitim gören ya da görmüş olan katılımcıların bazılarının, üniversite dönemlerinde aldıkları dersler veya katıldıkları projelerin oyun geliştirme alanına dair ilgilerini artırdığı görülmüştür. Literatüre bakıldığında bu bulguyu destekleyen çalışmalardan biri olan Deterding ve diğerleri'nin(2011) çalışmasında akademik ve uygulamalı projelerin oyun geliştirmeye olan ilgiyi pekiştirmedeki rolünü vurgulamaktadır. Dersler veya ders dışı etkinlikler yoluyla oyun mekaniği ve geliştirme ilkelerine maruz kalmanın öğrencilerin bu alana yönelik heveslerini artırmaktadır.

Bunun yanında, oynanan oyunlardan etkilenecek bu oyunlara benzer eserler yaratma arzusu, çoğu katılımcıda oyun geliştirme sürecine ilgi duymada temel bir motivasyon kaynağı olmuştur. Ulaşılan bu bulgu literatür çalışmalarıyla da desteklenmektedir. Juul (2010)'un çalışmasında dijital oyunu oynama deneyimlerinin dijital oyun geliştirme motivasyonu üzerindeki etkisi araştırılmış ve sonucunda birçok oyun geliştiricisinin mevcut dijital oyunlara yönelik bir beğeniden hareketle benzer ya da farklı dijital oyun geliştirme arzusuyla dijital oyun geliştirme alanına yöneldiği görülmüştür.

Çalışmada yer alan katılımcılardan biri oynadıkları oyunlarda kendi kültürlerini temsil eden unsurların varlığından etkilenerek, oyun geliştirmede bunları ön plana çıkarma motivasyonu nedeni ile oyun geliştirme sürecine ilgi duymaya başlamıştır. Buradan hareketle, bu katılımcının oyun geliştirmeyi sadece bir meslek olarak benimsemekle kalmayıp aynı zamanda oyun geliştirme alanını kültürel bir ifade alanı olarak değerlendirdiği söylenebilir.

Çalışmada yer alan katılımcıların dijital oyun geliştirmeye nasıl bir süreçte başladıkları da merak edilmiştir. Katılımcılar oyun geliştirmeye genellikle bireysel bir hobi veya ilgi alanı olarak başlamış ve bu zamanla meslekleşen bir uğraşa dönüşmüştür. Bu süreçte katılımcıların çoğu, çocukluklarından itibaren dijital oyunlara duydukları ilginin yazılım ve tasarım alanlarıyla buluşması sonucunda ortaya çıkan yaratıcı ürünün tatmin ediciliğine vurgu yapmıştır. Özellikle hayal edilen konseptleri somut ve etkileşimli bir biçimde gerçekleştirme arzusu bu sürecin merkezinde yer almıştır. Bu doğrultuda katılımcıların birçoğu oyun geliştirme sürecini teknik becerilerini uygulamalı bir biçimde geliştirebilecekleri ve kendi yaratıcılıklarını ifade edebilecekleri bir alan olarak görmektedir. Bu süreçte, kendi kurgularını dijital ortamda hayata geçirme ve bunları deneyimlenebilir bir biçime dönüştürme becerisi, çoğu katılımcı için çok değerli bir motivasyon unsuru olmuştur. Literatüre bakıldığında, Westecott (2013) bağımsız oyun geliştiricilerinin sanatsal ifadeyi teknik uzmanlıkla harmanlayarak çalışmalarında nasıl anlam bulduklarını araştırmıştır. Bu çalışmada bağımsız oyun geliştiricilerin sanatsal yaratıcılığı teknik becerilerle bütünleştirerek işlerinden derin bir kişisel ve mesleki anlam çıkardıkları sonuçlardan biridir (Westecott, 2013). Bu, oyun geliştirmenin yalnızca teknik bir uğraş değil aynı zamanda tatmin sağlayan yaratıcı bir ifade biçimi olduğunu göstermektedir. Westecott'un çalışmasında ulaşılan bu sonuç, oyun geliştiricilerinin kendi hayal ettikleri fikirleri sürükleyici ve etkileşimli deneyimlere dönüştürme becerisiyle motive oldukları bulgusunu desteklemektedir.

Diğer yandan bazı katılımcılar dijital oyun geliştirmedeki bu yaratıcı sürecin onlar için bir nevi kendilerine karşı bir meydan okuma alanı oluşturduğunu ve ortaya çıkan sonucun tatmin edici olmasının kendi yeteneklerine olan güvenlerini artırdığını belirtmiştir. Katılımcıların oyun geliştirmeye başlama süreçlerinde, hem akademide

eğitim almamış bağımsız oyun geliştiricilerin hem de akademide eğitim almış bağımsız oyun geliştiricilerin benzer düşündüğü görülmüştür.

Çalışmada yer alan katılımcılara göre dijital oyun, sadece bir eğlence aracı olmayıp, bunun ötesinde bireylerin yaratıcılıklarını sergileyebilecekleri bir alan ve bazılarına göre hikâye anlatımı yoluyla mesajlarını iletebilecekleri bir platformdur. Dijital oyun geliştirici kavramının ise bir dijital oyun konseptinin oluşturulması, oyunun tasarımı, programlaması ve yayınlanması gibi oyun geliştirme sürecine katkı sağlayan herkesi kapsadığı görülmüştür. Diğer yandan, katılımcılardan bazıları oyun geliştirici kavramının, zihinlerinde tasarlayıp hayal ettiklerini bir oyun motoru aracılığıyla gerçeğe dönüştüren bireyleri temsil ettiğini belirtmişlerdir. Çalışmada yer alan katılımcılardan bazıları ise dijital ortamda birden fazla beceriyi entegre ederek somut bir ürün geliştiren bireyler olduğunu ifade etmişlerdir. Bu kapsamda oyun geliştirici kavramı katılımcılar açısından çok boyutlu bir anlam taşımaktadır. Katılımcıların görüşleri oyun geliştirme sürecinin yalnızca teknik becerilere değil aynı zamanda duygusal ve yaratıcı unsurlara da dayalı bir yapı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, oyun geliştirmenin disiplinler arası ve kapsamı geniş bir faaliyet alanı olduğunu bir kez daha teyit etmektedir.

Katılımcılara göre bağımsız oyun geliştirici ise genellikle bireysel olarak ya da küçük ekiplerle projelerini hayata geçiren kişilerdir. Bu geliştiriciler, sınırlı kaynaklarla çalışırken tasarım ve yazılım dâhil olmak üzere oyun geliştirmenin birçok alanında aktif rol oynamaktadır. Katılımcılardan bazılarına göre ise bağımsız dijital oyun geliştiriciler, büyük ekiplerde çalışan geliştiricilere kıyasla daha yaratıcı ve yenilikçi projeler ortaya koyabilme esnekliğine sahiptir. Bağımsız dijital oyun geliştiricilerle ve diğer şirketleşmiş yerlerde çalışan diğer oyun geliştiricilere dair literatüre bakıldığında çeşitli farklılıkları olduğu görülmüştür. Bağımsız oyun geliştiricilerin ayırt edici özelliklerinden biri oyun geliştirme sürecinde kimseye bağlı olmadıkları için istediklerini yapabildikleri yaratıcı süreçlere sahip olmalarıdır.

Bağımsız dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirici olma isteğinin arkasındaki motivasyonun ne olduğuna yönelik fikirleri de araştırmaya dahil edilmiştir. Bu kapsamda şu sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada yer alan bağımsız dijital oyun geliştiricilerin birçoğu dijital oyunları oynayan olmanın ötesine geçerek oyun geliştirme

sürecinde aktif bir üretici olma arzusunu vurgulamıştır. Bu bulgu, O'Donnell'un bağımsız oyun geliştirmenin arkasındaki temel itici güç olarak oyun oyunculuğundan aktif bir yaratıcıya geçişi vurguladığı çalışmasıyla örtüşmektedir. O'Donnell (2014)'ün çalışmasına göre birçok dijital oyun geliştirici, dijital oyun geliştirme tutkusunu üretken bir çabaya dönüştürme niyetiyle sektöre girmiş ve pasif tüketimden aktif yaratıma geçiş sağlamışlardır.

Diğer yandan çalışmada yer alan bazı katılımcılar ise oyun geliştirici olma motivasyonlarını hayal ettikleri fikirleri dijital bir ortamda somutlaştırabilme ve bu süreçte kendi yaratıcılıklarını test etme fırsatı bulduklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar arasında ise toplumsal fayda yaratma isteği bağımsız oyun geliştiricilerin önem verdiği bir diğer husus olarak ortaya çıkmıştır. Bu amacı benimseyen katılımcılar genellikle çocukların teknoloji ve hızlı tüketim kültürünün olumsuz etkilerinden uzaklaşmasına yardımcı olacak oyunlar geliştirme fikrine özellikle odaklanmıştır. Toplumsal fayda yaratma arzusu literatürdeki çeşitli çalışmalarla da desteklenmektedir. Bu çalışmaların biri olan Isbister ve Schaffer (2008), eğitsel oyunların oyuncular arasında empati ve prososyal davranışların artmasına yol açtığı araştırmalarına atıfta bulunarak, oyunların davranışları olumlu yönde etkileme potansiyeline sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Bu çalışma bazı bağımsız dijital oyun geliştiricilerin teknoloji ve tüketim kültürünün çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmayı amaçlama yönündeki bulgularla örtüşmektedir. Alvarez ve Michaud'un (2008) araştırmaları gibi çalışmalar da ciddi dijital oyun olarak bilinen eğitim ve toplumsal refahı teşvik etmek için geliştirilen dijital oyunların, oyunu oynayanlar arasında öğrenme çıktılarına ve bilişsel becerilerde ölçülebilir gelişmeler olduğunu göstermektedir.

Genel olarak bağımsız dijital oyun geliştiricilerin çeşitli amaçlarla bu alana yöneldikleri ve her birinin oyun geliştirme sürecini kendi hayat deneyimleri ve beklentileri doğrultusunda şekillendirdiği görülmüştür. Bu bulgular oyun geliştirme alanındaki çok boyutluluğu ve bireysel yaratıcılığın önemini vurgulamaktadır.

Elde edilen bulgular ışığında, çalışmada yer alan bağımsız dijital oyun geliştiricilerin oldukça karmaşık ve çok katmanlı hedeflere yöneldiğini göstermektedir. Bazı katılımcılar için dijital oyun geliştirme süreci oyunu oynayanların hayatlarına dokunacak duygusal ve anlamlı bir deneyim yaratmak için bir araçtır. Bu bağlamda

dijital oyunların yalnızca bir eğlence aracı olarak değil aynı zamanda oyunu oynayanlarla bir iletişim kurma ve herhangi bir alana dair empati kazandırma alanı olarak değerlendirilmesi dikkat çekicidir.

Diğer yandan bu tutumun aksine bazı katılımcılar finansal kazancı öncelikli hedef olarak belirleyerek oyun geliştirme projelerinin devamlılığını sağlayabilmek için gelir elde etmenin zorunlu olduğunu ifade etmişlerdir. Fakat finansal kazancı önceleyen katılımcılardan bazıları kaliteli iş çıkarma ve oyuncu memnuniyetini sağlama hedefi kapsamında oyunu oynayanlara tatmin edici bir deneyim sunma motivasyonları olduğunu belirtmişlerdir. Bu hedef oyunu oynayanlarla kurulan etkileşim ile dijital oyun geliştirme sürecinde hem duygusal hem de ticari başarıyı bir arada sağlamanın mümkün olduğunu gösterdiği söylenebilir. Yani bağımsız dijital oyun geliştiricilerinin amaçları bireysel farklılıklar göstermekle birlikte genel olarak oyuncu odaklı bir yaklaşım ile ekonomik sürdürülebilirlik hedeflerini birleştirmeye yönelik bir çaba sergiledikleri gözlemlenmektedir. Bu bağlamda duygusal ve ticari hedefler arasındaki dengenin sağlanması bağımsız dijital geliştiriciler için hem yaratıcı hem de ticari başarıyı mümkün kılacak kritik bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada dijital oyun geliştirme sürecinin ekip veya bireysel olarak nasıl ilerlediği de araştırılmıştır. Bu kapsamda dijital oyun geliştirme sürecini ekip olarak gerçekleştirenlerin ekip içerisindeki rollerinin dağılımı belirgin olsa da dijital oyun geliştirme sürecinde ekip üyelerinin birbirlerine yardımcı olduğu esnek bir ekip yapısının olduğu görülmüştür. Fakat dijital oyun geliştirme sürecini bireysel yani tek başına sürdüren bağımsız dijital oyun geliştirici katılımcıların hepsi dijital oyun geliştirme sürecinin bütün aşamalarını gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir.

Diğer yandan oyun geliştirme sürecini bir ekiple sürdüren bağımsız dijital oyun geliştirici katılımcıların çoğu standart bir mesai kavramının olmadığını ve görev aldıkları çoğu ekiplerde ofis ortamının dahi olmadığı bir esnek yapının bulunduğu saptanmıştır.

Ekip çalışmasının esnek bir yapıda gerçekleştirilmesine dair literatüre bakıldığında esnek çalışma ortamının çeşitli avantaj ve dezavantajları barındırdığı görülmüştür. Öncelikle avantajlarına bakılacak olursa ilk avantajın esnek çalışma düzenlemeleri bağımsız dijital oyun geliştiricilerine oyun geliştirme süreçlerin ve proje hedeflerini

belirleme yetkisi vermesi olduğu söylenebilir. Bu özerklik, geliştiricileri büyük stüdyoların bürokratik sınırlamalarından kurtararak inovasyonu kolaylaştırır ve daha yaratıcılığın fazla olduğu dijital oyunlar ortaya çıkar (Jones ve diğerleri, 2019, s.68). Diğer bir avantaj örgütsel bir perspektiften bakıldığında esnek çalışma neoliberal verimlilik ile uyumludur. Harvey, bu kapsamda gerçekleştirilen uygulamaların firmaların işgücü maliyetlerini optimize etmelerine, piyasa dalgalanmalarına uyum sağlamalarına ve operasyonel kapasitelerini genişletmelerine olanak tanıdığını öne sürmektedir (Harvey, 2005). Bu kapsamda değerlendirilebilecek bir uygulama olan uzaktan çalışma zaten kısıtlı maddi imkanlarla dijital oyun geliştirmeye çalışan bağımsız oyun geliştirici ekipler için hem mekânsal kısıtlamaları ortadan kaldırması hem de ofis, yemek gibi ek maliyetlerin olmaması açısından avantajlı olabilir. Bununla birlikte esnek çalışmanın faydaları olduğu kadar kayda değer dezavantajları da vardır.

Bu çalışmada yer alan katılımcıların birçoğuna göre esneklik ve yaratıcı çalışma ortamı nedeniyle bu alanda çalışmak cazip gelmektedir. Kısıtlamalardan uzak şekilde kendi tutkularını hayata geçirebilme, çeşitli alanlarda beceri geliştirme fırsatı yakalama, esnek çalışma saatleri ve istediğini yapabilme imkânının iş tatminini artırdığı görülmüştür. Esnek çalışma imkânının bu avantajlarının yanı sıra dezavantaj boyutu da çalışmada ulaşılan sonuçlar arasındadır. Bağımsız oyun geliştirici olma ve esnek çalışmanın getirdiği düzensiz gelir, iş güvenliğinin olmaması ve sektördeki yoğun rekabetin getirdiği belirsizlik, yoğun iş yükü ve sosyal yaşamdan fedakârlık yapma zorunluluğu ise beraberinde getirdiği olumsuz durumlar arasında yer almaktadır. Esnek çalışmanın bir diğer dezavantajlı yanıysa esnek çalışma düzenlemeleri profesyonel ve kişisel yaşam arasındaki çizgileri bulanıklaştırarak aşırı çalışma saatlerine yol açabilmesidir. Bu sorun özellikle uzun saatler boyunca çalışmayı içeren crunch kültürünün hakim olduğu bağımsız dijital oyun geliştiricileri arasında daha da belirgindir. Gregg, esnekliğin özgürlük vermekten ziyade çalışma saatlerini uzatmak için bir araç haline geldiği dijital teknolojiler tarafından teşvik edilen her zaman açık kültürü ile sürekli iletişimde olmayı ya da bilgi akışını kesintisiz sürdürmeye değinmektedir (Gregg, 2011). Neoliberal politikalar içinde esnek çalışmayı çalışanları güçlendirmenin bir yolu olarak görenler olsa da Peck'in de belirttiği gibi bu tür bir çerçeveleme daha derin eşitsizlikleri gizleyebilmektedir (Peck, 2010). Esnek çalışma düzenlemeler bağımsız oyun

geliştiriciler için her ne kadar ek maliyetler kaçınma anlamında fayda sağlasa da finansal güvencesizlik ve istikrarsız koşullarda çalışmak zorunda da bırakmaktadır.

Diğer yandan çalışmada yer alan bazı katılımcılara göre bağımsız dijital oyun geliştirici olmanın dezavantajlardan biri herhangi dijital oyun firmasına bağlı olmadıkları için düzenli bir gelirlerinin olmamasından dolayı finansal güvencesizliktir. Bank ve Cunninham (2016, s.136)'a göre bu istikrarsızlık nedeniyle son derece rekabetçi alanda yer alan bağımsız dijital oyun geliştiricilerinin ticari kaygı ile dijital oyun alanında oyunu oynayanların sürekli ilgi gösterdiği oyun türlerine yönelik dijital oyun geliştirme baskısı yaşamalarına neden olmakta ve bu durum istedikleri dijital oyunu geliştirme özgürlüğünden feragat etmelerine neden olabilmektedir.

Çalışmanın temel konusu olan oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğa dair düşünceleri konusunda ise şu sonuçlara ulaşılmıştır. Oyun geliştirme sürecinde oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluğunun olup olmadığı konusunda katılımcılar arasında farklı görüşler bulunsa da çoğunluk, oyun geliştirme sürecinde geliştiricilerin çeşitli alanlarda sorumluluk taşıdığını düşünmektedir. Bazı katılımcılar, bu sorumluluğun duruma bağlı olduğunu ve her dijital oyunun sosyal bir amaca hizmet etmesi gerektiğini ifade etmiştir. Az sayıda katılımcı ise yaratıcılık özgürlüğünün sınırlanmaması gerektiğini savunarak oyun geliştiricilerin dijital oyun geliştirme sürecinde özel bir sosyal sorumluluğa sahip olmadığını dile getirmiştir. Ancak, bağımsız oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluğa sahip olması gerektiğini reddeden katılımcılar dahi, sosyal sorumluluk unsurlarının oyunlara dâhil edilmesinin, eğlence odaklı geliştirilen dijital oyunun önceliklerine zarar vermemesi koşuluyla faydalı olabileceğini kabul etmiştir. Yani, bağımsız oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluk taşıyıp taşıması gerektiği konusu, dijital oyun geliştiricilerin bireysel tercihlerine ve geliştirecekleri dijital oyunun önceliklerine göre değişiklik göstermekle birlikte, büyük kısmı sosyal sorumluluk alınırsa toplumsal katkı sağlanacağını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın temel amaçlarından olan oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumlulukları olup olmaması konusunda ulaşılan bu sonuçlar üzerinden bir model geliştirilmiştir ve modele ilişkin açıklamalar üzerinden çalışmanın sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Bağımsız oyun geliştiricilerin oyun sektörünün denetlenmesi konusunda ulaşılan sonuçlar şu şekildedir. Çoğu katılımcı, bireysel özgürlüklerin ve yaratıcılığın korunmasının önemli olduğunu ve denetimin yanı sıra yetersiz olabileceğini savunmuş ve denetimin ek maliyetler yaratabileceğine dikkat çekmiştir. Bazı katılımcılar ise çocukların korunmasının ebeveynlerin sorumluluğu olduğunu belirtmiştir. Denetimin olması gerektiğini düşünen katılımcılar ise sosyal sorumluluk, etik ilkeler ve eğitici oyunların yaygınlaştırılması açısından denetimin gerekliliğine vurgu yapmıştır. Diğer yandan katılımcılardan birçoğu geliştirdikleri dijital oyunları yayınlama sürecinde yayınladıkları platformların yaş derecelendirme sistemine göre yayınlanma şartının Türkiye’de pratikte işe yarar bir uygulama olmadığını ve oyunu oynayanların yaşının yetmediği oyunları da isterlerse oynayabildiğini vurgulamışlardır. Yakın zamanlarda, sosyal medya denetimine yönelik olarak Türkiye’de 16 yaş altına bir sınırlama getirilmesi Ulaştırma ve Altyapı Bakanı ve diğer kurumlar tarafından ele alınan bir konu haline geldi. Fakat literatüre bakıldığında diğer ülkelerde getirilen bu sınırlama ve/veya yasakların ne kadar geçerli olduğu hakkında çeşitli eleştiriler bulunmaktadır. Güney Kore’de daha önceki bölümlerde de bahsedilen Cindirella Yasası ile 16 yaşından küçükler gece yarısı ile sabah 6 arasında oyun oynama yasağı getirilmiş ve ayrıca oyun içi satın alımlar denetime tabii olmuştur. Fakat bu denetimlerin kişisel özgürlükleri ihlal ettiği ve oyun bağımlılığının temel nedenlerini ele almakta başarısız olduğuna dair görüşler bulunmaktadır. Denetimlerle genç oyuncular sınırlandırılmaya çalışılsa da alternatif hesaplar veya özel sunucular aracılığıyla kuralları atlatanların olduğu ve bunların engellenemediği bir durum vardır (Jang ve diğerleri, 2017, s.219). Sınırlamalar da oyunu oynayanların değişen özdenetim düzeyleri ve oyun alışkanlıkları gibi bireysel farklılıkları göz ardı etmektedir. Yani sınırlamalar altta yatan davranışsal sorunlar ele almadan yapıldığı için genç oyuncuların farklı yollar deneyerek ya da başka platformlara kayarak sınırlamaları atlatmaktadırlar. Bunun nedenine bakıldığında psikoloji alanında yapılan çalışmalar insanların belirli bir duygu ya da isteğe erişimlerinin kısıtlandığı durumlarda bu duyguların ve isteklerin daha çok dikkat çektiğini ve bireyler üzerinde daha yoğun bir etki bıraktığını ortaya koymuştur. Yasak olan ya da engellenenin daha çok dikkat çektiğine yönelik bir kavram olan Yasak Meyve Etkisi (Forbidden Fruit Effect)’e göre insanların erişime izin verilmeyen şeylere olan ilgisi artmaktadır (FitzGibbon ve diğerleri, 2020, s.3). Bu etki, insanların yasaklı

seçeneklere karşı duyduğu merakın bu seçeneklerin yasaklı olmasından kaynaklandığını ne sürer. Bu nedenle sosyal medya ya da oyunlara yönelik olarak getirilen ya da getirilecek olan sınırlamaların oyunu oynayan gençlerin daha çok ilgisinin çekebileceğine ve bunu sınırlamaları aşmak için çeşitli yollar deneyebileceği söylenebilir. Bu zıt görüşler bağımsız oyun geliştiricilerin sosyal sorumlulukları ve yaratıcı özgürlükleri arasında bir denge kurma ihtiyaını ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular ışığında oyun geliştirme sürecinde oyun geliştiricilerine yönelik denetim mekanizmalarının etkili şekilde uygulanabilmesi için; bağımsız bir denetim kurulu oluşturularak sektörel şeffaflık sağlanabilir ve böylece oyun geliştiricilerin denetim sürecine yönelik güvenleri kazanılabilir, bağımsız geliştiriciler için denetim süreçlerinde çıkabilecek ek maliyetlere yönelik destek fonları oluşturulabilir ve denetim süreçlerini gerçekleştirecek denetmenlerin oyun geliştiricilerin yaratıcılığını sınırlamaması için önyargılardan olabildiğince sıyrılmasına yardımcı olan çeşitli n eğitimler sunulabilir. Ayrıca, dijital oyun geliştiricilerine yönelik denetim mekanizmalarının oluşturulmasında sivil toplum kuruluşlarına önemli görevler düşmektedir. Bu sivil toplum kuruluşları, etik standartların belirlenmesi, denetim süreçlerinin adil ve şeffaf yürütülmesi ve bağımsız geliştiricilere destek sağlanması gibi konularda aktif rol alabilir. Sivil toplum kuruluşları, oyun geliştiricileri ile denetim mekanizmaları arasında bir köprü görevi üstlenerek sürecin daha kapsayıcı ve güvenilir olmasına katkı sağlayabilir.

Dijital oyun geliştirme sürecinde dijital oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluğa bakışları ele alınan bu çalışmada tüm katılımcılar temel amaçlarının kr elde etmek olduğunu ifade etmiştir. Bunu ifade edenlerin oyun geliştirme süreçlerinde bağımsız oyun geliştiricilere yönelik denetim olmalı mı yoksa olmamalı mı diye bakıldığında oyun geliştirme sürecinden bağımsız oyun geliştiricilere yönelik denetim olmamalı diyenler denetim olmalı diyenlere göre daha fazla olduğu görülmüştür. Oyun geliştirme süreçlerinde bağımsız oyun geliştiricilere yönelik denetimin olması gerektiğini düşünenlerin çoğu sosyal sorumluluğu bağımsız oyun geliştiricilerin geliştirdikleri oyunlarda geliştirme sürecinin bir parçası olarak görmektedir. Oyun geliştirme süreçlerinde bağımsız oyun geliştiricilere yönelik denetimin olması gerektiğini düşünenlerin ufak bir kısmı ise bağımsız oyun geliştiricilerin geliştirdikleri oyunlarda

geliştirme sürecinin bir parçası olmadığını düşünmektedir. Oyun geliştirme süreçlerinde bağımsız oyun geliştiricilere yönelik denetimin olmaması gerektiğini düşünenlerin büyük bir kısmı sosyal sorumluluğu bağımsız oyun geliştiricilerin geliştirdikleri oyunlarda geliştirme sürecinin bir parçası olarak görürken çok ufak bir kısmı bağımsız oyun geliştiricilerin geliştirdikleri oyunlarda geliştirme sürecinin bir parçası olmadığını düşünmektedir.

Oyun geliştirme süreçlerinde bağımsız oyun geliştiricilere yönelik denetimin olması gerektiğini düşünenlerin bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumlulukları var olup olmamasına dair düşünceleri ele alındığında çok büyük bir fark olmamakla beraber bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumlulukların var olduğu düşüncesinin öne çıktığı görülmektedir.

Diğer yandan oyun geliştirme süreçlerinde bağımsız oyun geliştiricilere yönelik denetimin olmaması gerektiğini düşünenlerin bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumlulukları var olup olmamasına dair düşünceleri ele alındığında çok büyük bir kısmının bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluklarının var olduğu düşündüğü görülmektedir.

Temel amaçlarının kâr elde etmek olduğunu belirten tüm katılımcıların sosyal sorumluluğun dijital oyun geliştirme sürecinde bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinin bir parçası olup olmadığına dair düşüncelerine bakıldığında çok büyük bir kısmının sosyal sorumluluk bağımsız oyun geliştirici tarafından geliştirilen oyunlarda oyun geliştirme sürecinin bir parçası olduğunu düşündükleri sonucuna ulaşmıştır. Katılımcıların büyük kısmı sosyal sorumluluğun dijital oyun geliştirme sürecinde bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinin bir parçası olduğunu belirtirken bazıları bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumlulukları yoktur ama amaç edinmek isteyen amaç edinebilir şeklinde düşünmektedir.

Sosyal sorumluluğun bağımsız oyun geliştiricilerin dijital oyun geliştirme sürecinin bir parçası olduğunu ifade edenlerin, sosyal sorumluluğun kullanım alanlarına dair birçok alan ifade ettiği görülmektedir. Bu alanlar içerisinde çocuklara oyunlaştırarak eğitim verme, yaş derecelendirme sistemine uyumlu dijital oyun geliştirme ve milli unsurların öne çıkmaktadır.

Dijital oyunların eğitimde kullanımında özellikle son yıllarda bu kullanımın arttığını gösteren çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Dijital oyunların eğitim alanında hem olumlu hem de olumsuz etkileri vardır. Öncelikle, eğitimde dijital oyunlar kullanılarak çocukların konuya olan ilgisi ve motivasyonu artırılabilir ve öğrenme deneyimleri zenginleştirilebilir. Örneğin çocukların en çok zorlandığı derslerden biri olan matematik için geliştirilen dijital oyunlar, soyut bilgiyi somut bir bağlama oturtarak öğrencilerin konuya olan ilgisini artırabilir (Kebritchi ve diğerleri, 2010). Dijital oyunların en önemli olumlu yönlerinden biri, öğrenme sürecini eğlenceli hale getirme potansiyelidir. Yaptığımız çalışmada sosyal sorumluluk alanı olarak çocukların eğitimini gösteren katılımcıların görüşleri de Kebritchi'nin bulgularına benzer şeklidedir.

Bununla birlikte dijital oyunların eğitimde kullanımının olumsuz tarafı ise aşırı kullanımın dikkat dağınıklığına ve bağımlılığa yol açabileceği endişesidir (Griffiths, 2005). Özellikle çocukların, eğitim amaçlı bile olsa dijital oyunlara fazla zaman ayırması, bağımlılık gibi önüne geçilemeyecek sorunlara neden olabilir. Çalışmamız kapsamında dijital oyunların bu yönüne ilişkin katılımcılar tarafından bir vurgu yapılmamıştır.

Bağımsız dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirme bu oyunların toplumsal dönüşümlere katkı sağlamak ve toplumsal sorunlara dikkat çekmek için etkili bir araç olarak kullanılmasını sosyal sorumluluk alanı olarak gören katılımcılar da vardır. Özellikle bazı katılımcılar doğal afetler, toplumsal eşitsizlik, sağlık problemleri gibi konularda farkındalık yaratma amacıyla, simülasyonların dijital oyunları geliştirerek bu konularda daha iyi empati kurulmasına katkı sağlayacağı yönünde düşünmektedirler.

Bu bağlamda dijital oyunlar, gerçeklik algısını yeniden tanımlayan bir çerçeve sunar. Hipergerçeklik kavramı, oyun geliştiricilere alternatif dünyalar yaratırken sosyal sorunlara yönelik mesajları etkili bir biçimde iletme olanağı da sağlar. Hipergerçeklik kavramı bağlamında Baudrillard, Disneyland'ı fiziksel gerçekliğin bir simülasyonu olarak tartışır. Ona göre Disneyland yalnızca bir eğlence parkı değil, aynı zamanda çevresindeki gerçekliğin sahte olduğunu gizlemek için inşa edilmiş bir hipergerçeklik örneğidir (Baudrillard, 2011, s. 29). Disneyland'ın sunduğu yapay gerçeklik, fiziksel dünyanın yerini alarak bireylere daha gerçek bir dünya algısı sunar (Baudrillard, 2011, s. 29). Bu bağlamda sanal gerçeklik teknolojileri ile oluşturulan simüle edilmiş evrenler,

benzer şekilde gerçeklik algısını yeniden şekillendirir. Fiziksel dünya ile sanal dünya arasındaki sınırları bulanıklaştırarak dijital ortamların fiziksel dünyadan daha inandırıcı hale gelmesini sağlar. Örneğin sanal gerçeklik teknolojileri kullanılarak iklim değişikliği sorunu simüle edilebilir. Oyunu oynayanlar, küresel iklim değişikliğinin etkilerini duysal olarak deneyimleyebilirler. Bu tür bir deneyim, yalnızca bir haber izlemek ya da rapor okumaktan çok daha etkileyici olabilir ve bireylerde iklim değişikliğine karşı güçlü bir farkındalık yaratabilir.

Baudrillard'ın Disneyland örneğinde olduğu gibi, bu hipergerçeklik deneyimi fiziksel dünyadan daha etkileyici bir gerçeklik sunarak bireyleri çevresel sorunlarla ilgili harekete geçmeye teşvik edebilir. Çalışma sonucunda ulaşılan modelde de görüldüğü gibi gerçekçi simülasyonlarla farkındalık yaratma vurgusu, bu aracın kullanılabilirliğine dair somut bir örnek sunmaktadır. Bu yöntem, çevresel sorunlardan toplumsal adalet temalarına kadar geniş bir yelpazede farkındalık yaratma potansiyeli taşımaktadır.

Bazı katılımcılara göre sosyal sorumluluğun dijital oyunlarda bir diğer kullanım alanı dijital oyunların doğrudan bir mesaj vermeden çeşitli farkındalıklar yaratabilecek içeriklerden oluşmasıdır. Bu kapsamda literatüre bakıldığında da dijital oyunların sosyal sorunlar hakkında farkındalık yaratma ve oyunu oynayanları harekete geçirme gücü bulunduğu görülmüştür (Dhiman, 2023, s.2). Sosyal sorunların harekete geçirici potansiyelinden yararlanıldığı bir oyun türü olan simülasyon oyunları ile oyunu oynayanlara gerçekçi bir deneyim sunarak diğerleriyle empati kurması sağlanabilmektedir (Dhiman, 2023, s.3).

Dijital oyunların farkındalık yaratmasına dair literatüre dayalı örneklerle bakıldığında bir dijital oyunun amacının tam olarak oyunu oynayanları bilinçlendirmek olmasa bile çeşitli açılardan farkındalık ya da alışkanlık kazandıran çeşitli dijital oyunların olduğu görülmüştür. Bunlardan birisi olan ve yayınlandığında uluslararası alanda oyun oynayanların çok fazla ilgi gösterdiği “Pokemon Go!” oyunu örnek verilebilir. Bu oyun da, oyunu oynayanlar sanal karakterleri gerçek dünyada yakalayabilmeleri için yürümelerini, koşmalarını veya belirli mesafeleri katetmelerini gerektiren bir yapıya sahiptir (Althoff ve diğerleri, 2016). Althoff ve diğerlerinin yapmış olduğu bir çalışmada “Pokemon Go!” oynayan oyuncuların günlük adım sayılarında anlamlı bir artış gözlemlenmiştir. Araştırmada oyunun ilk haftalarında katılımcıların günlük

ortalama adım sayılarının %25 oranında arttığı ve bu artışın 2-3 hafta boyunca devam ettiği belirtilmiştir. Bu kapsamda aslında dijital oyunların toplumu dönüştürücü etkilerinin de olduğu söylenebilir.

Bağımsız oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumlulukları var olduğunu düşünen katılımcılar arasında biri ise milli unsurların dijital oyunlar aracılığıyla temsil edilmesi, kültürel kimliklerin korunması ve uluslararası alanda tanıtılması açısından önemli bir sosyal sorumluluk alanı olarak belirtmiştir. Dijital oyunların sosyal ortamdaki artan önemi, eğitimsel ve kültürel bağlamların öne çıktığı bu alanların çift yönlü etkilerinin derinlemesine değerlendirilmesini gerektirmektedir. Bu geçirgenlik, dijital oyunların kültürel yayılım araçları olarak üretimini ve kullanımını çevreleyen kültürel yönlerin incelenmesine olanak tanımaktadır (Pizarro, 2023, s. 2). Bu bağlamda, oyunların Türkiye'nin kültürel değerlerini, tarihini ve sanatını yansıtarak hem yerel hem de küresel oyuncu kitlelerine ulaşabileceği bir katılımcı tarafından düşünülmektedir.

Çalışmada yer alan katılımcıların bir kısmı, dijital oyunların geliştirilmesine yönelik teknolojik ilerlemelerle paralel olarak toplumsal sorunların çözümüne entegre edilebileceğini ifade etmiştir. Bu teknolojik gelişmeleri değerlendirirken katılımcıların birçoğu, dijital oyunların gelişen sanal gerçeklik teknolojileri aracılığıyla oyuncuların duyuşsal olarak hissedebilecekleri simülasyon evrenleri oluşturarak toplumsal sorunların çözümünde kullanılabileceğini düşünmektedir.

Ancak kültür ve yaratıcı endüstrisi perspektifinden bakıldığında ticari kaygılar dijital oyun geliştiricileri, hipergerçekliğin ürünlerini sadece pazarlama stratejisi olarak kullanmaya itebilmektedir. Çalışmada yer alan bazı bağımsız oyun geliştiriciler, dijital oyunların esasen eğlence amaçlı olması gerektiğini ve hipergerçekçi deneyimlerin ticari başarı açısından risk taşıdığını düşünmektedir. Bu noktada kültür ve yaratıcı endüstriler içinde rol alan bağımsız dijital oyun geliştiricilerin kültürel ve yaratıcı üretim ile ticari sürdürülebilirlik arasında bir denge kurmaya çalıştığı söylenebilir. Özetle bu çalışmada sosyal sorumluluk bakışı, dijital oyun geliştiriciler ve bunun sektörel temsilcileri tarafından benimsenirse, dijital oyunların toplumsal katkı sağlama ihtimalinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Dijital oyun sektörünün geleceği konusunda ise teknolojinin hızla geliştiği ve oyun endüstrisinin büyümeye devam ettiği bir ortamda oyun geliştiricilerin yaratıcılığını ortaya koyabileceği yeni alanların ortaya çıkacağı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca bağımsız oyun geliştiricilerin; gelecekte sektöre büyük olarak sınıflandırılan dijital oyun geliştirme şirketlerinin gerek bağımsız dijital oyun geliştirme sürecinin daha az masraflı olması, gerekse daha yaratıcı ürünlerin bağımsız dijital ekiplerden çıkması nedeniyle daha çok bağımsız dijital oyun geliştirici ekipleriyle çalışabileceğini düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Özetle, dijital oyun geliştirme sürecinde sosyal sorumluluğun bağımsız dijital oyun geliştiriciler tarafından kullanılmasına yönelik fikirlerin çok çeşitli değerlendirildiği görülmekle birlikte bağımsız dijital oyun geliştiriciler ile akademi eğitimi almış oyun bağımsız oyun geliştiriciler arasındaki değerlendirmeler birbirine paralellik gösterdiği ve büyük kısmının sosyal sorumluluk perspektifinin dijital oyun geliştirme sürecinde dikkate alınması ile önemli toplumsal katkıları olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan bu çalışma ile dijital oyun geliştirme süreçlerinde denetim mekanizmalarının eksikliği ve mevcut uygulamaların yetersizliği ortaya konmuştur. Oyun geliştiricilerin sosyal sorumluluğu oyun geliştirme sürecinde dahil etmesi ve/veya en azından dijital oyunları topluma yararlı olarak geliştirmeleri için neler yapılması gerektiği ve nasıl bir yol izleneceği gibi konularda araştırmaların yapılması elzemdir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: İGİAD.
- Alptekin, Z. M. (2021, Mayıs). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarında Sürdürülebilir İletişim Yaratılmasında Dijital Mecraların Rolü. *Doktora Tezi*. İstanbul: T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi Ve İnternet Enstitüsü.
- Anderson, C., Ihori, N., Bushman, B., Rothstein, H., Shibuya, A., Swing, E., . . . Saleem, M. (2010). Violent Video Game Effects on Aggression, Empathy, and Prosocial Behavior in Eastern and Western Countries: A Meta-Analytic Review. *136(2)*, 151-173. American Psychological Association.
- Anthropy, A. (2012). *Rise of the Videogame Zinesters: How Freaks*. Seven Stories Press.
- Arca, M. (2021). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çerçeveleme Kuramı İlişkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Banks, J., & Cunningham, S. (2016). Creative destruction in the Australian videogames industry. *160(1)*, 127-139. Media International Australia.
- Banks, M. (2007). *The politics of cultural work*. Palgrave Macmillan.
- Bänsch, J. (2019). PEGI, the European System of Harmonised Age Ratings for Video. J. Bänsch, W. Elmenreich, R. R. Schalleger, F. Schniz, S. Gabriel, G. Pölsterl, & W. B. Ruge (Dü) içinde, *Savegame: Agency, Design, Engineering* (s. 289-295). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu*. (H. Deliceçaylı , & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Beal, B. (2014). *Corporate Social Responsibility: Definition, Core Issues and Recent Developments*. London: Sage.
- Bennett, A. (2008). Process tracing: A Bayesian perspective. J. Box-Steffensmeier, H. Brady, & D. Collier (Dü) içinde, *The Oxford Handbook of Political Methodology* (s. 703-721). Oxford Academic.
- Bogost, I. (2015). *How to Talk about Videogames*. University of Minnesota Press.
- Bolter, J., & Grusin, R. (1999). *Remediation: understanding new media*. MIT Press.

- Bowen, F., Newenham-Kahindi, A., & Herremans, I. (2010). When suits meet roots: The antecedents and consequences of community engagement strategy. *Journal of Business Ethics*, 115(3), s. 297-318.
- Buck, A. (2017). Gendered Negotiations of Consent, Labor Process and Exit among Digital Game Developers. *Doktora Tezi*. Kuzey Carolina, Amerika: Kuzey Carolina Eyalet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Fakültesi.
- Burri, M., & Schär, R. (2016). The Reform of the EU Data Protection Framework: Outlining Key Changes and Assessing Their Fitness for a Data-Driven Economy. 6(2016), 479-511. *Journal of Information Policy*.
- Büyükyılmaz, O., & Fidan, Y. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kavramsal Bir Bakış. *Business & Management Studies: An International Journal*, 3(2), s. 364-381.
- Carroll, A. (1991, July). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), s. 39-48. doi:10.1016/0007-6813(91)90005-G
- Carroll, A., & Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. (12), 85-105. *International Journal of Management Reviews*. doi:https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x
- Cerezo-Pizarro, M., Domínguez, R., Guerra-Antequera, J., & Melo-Sánchez, J. (2023). The Cultural Impact of Video Games: A Systematic Review of the Literature. 13(1116), 1-21. *Education Sciences*. doi:https://doi.org/10.3390/educsci1311111
- CERO. (2023). Rating System. Mayıs 6, 2023 tarihinde <https://www.cero.gr.jp/en/publics/index/17/> adresinden alındı
- Cole, H., & Griffiths, M. (2007). Social interactions in massively multiplayer online role-playing gamers. 10(4), 575-583. *CyberPsychology & Behavior*.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (2nd b.). SAGE Publications.
- Cote, A., & Harris, B. (2023). The cruel optimism of “good crunch”: How game industry discourses perpetuate unsustainable labor practices. 25(3), 609-627.
- Craig A., A., Akiko, S., & Nobuko Ihori, E. L. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: a meta-analytic review. 136(2), 151-173. *Psychological Bulletin*.
- Creswell, J. (2013). *Qualitative inquiry and research design : choosing among five approaches* (3rd ed b.). SAGE Publications.
- Cunningham, S. (2002). From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications. 102(1), 54-65. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*.

- Czerska, I., & Majerska, A. (2023, Kasım). Game-dev socially responsible. Is CSR in the video game industry more than image-building activities? Analysis and discussion on the example of selected industry players. *Scientific Papers of Silesian University of Technology Organization and Management Series*, s. 35-49.
- Çımat, A., & Erdal, A. (2021). *Sürdürülebilir Gelecek İçin Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Çoşkun, S. (2022). Yöneticilerin Bireysel Değerlerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısı Üzerine Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Bursa: T.C. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Davis , K. (1973). The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16, s. 312-323.
doi:http://dx.doi.org/10.2307/255331
- De Beukelaer, C., & Spence, K.-M. (2019). *Global Cultural Economy*. Routledge.
- Değirmenci, B. (2021). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımlarının İncelenmesi. M. Ivanova, D. Nikoloski, & R. Yılmaz (Dü.), *XVI. International Balkan and Near Eastern Congress Series on Economics, Business and Management* içinde, (s. 261-265). İstanbul.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification. *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference* (s. 9-15). Envisioning Future Media Environments.
- Dhiman, B. (2023). Games as Tools for Social Change Communication: A Critical Review. *21(61)*. Global Media Journal adresinden alındı
- Dijital Oyunlar Platformu. (2024, 12 25). <https://www.guvenlioyuna.org.tr/hakkimizda> adresinden alındı
- Dovey, J., & Kennedy, H. (2006). *Game cultures: computer games as new media*. Open University Press.
- Electronic Arts. (2020). *Inclusion in gaming: Annual report 2020*.
- Entertainment Software Association (ESA). (2023). Essential facts about the computer and video game industry.
- ESRB. (2023). Ratings Guide. Mayıs 6, 2023 tarihinde <https://www.esrb.org/ratings-guide/> adresinden alındı
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. 5, 46. Urban Studies.
- Federal Trade Commission. (2020). *Children's Online Privacy Protection Rule: A six-step compliance plan for your business*. <https://www.ftc.gov/business->

guidance/resources/childrens-online-privacy-protection-rule-six-step-compliance-plan-your-business adresinden alındı

- Feng, Y., Zhai, R., Radu, S., & Carbutar, B. (2023). A Study of China's Censorship and Its Evasion Through the Lens of Online Gaming. 2599--2616. ArXiv Preprint.
- Fırat, O. Z., & Fırat, S. Ü. (2017). Endüstri 4.0 Yolculuğunda Trendler ve Robotlar. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(2), 211-223.
- Fitzgibbon, L., Ogulmus, C., Fastrich, G., Lau, J., Aslan, S., Lepore, L., & Murayama, K. (2020, Şubat 17). Understanding the forbidden fruit effect: people's desire to see what is forbidden and unavailable. doi:<https://doi.org/10.31219/osf.io/ndpwt>
- Flew, T. (2012). *The Creative Industries : Culture and Policy*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Flew, T. (2018). *Understanding Global Media*. Bloomsbury Publishing.
- Flew, T., & Cunningham, S. (2010). Creative industries after the first decade of debate. 26(2), 113-123. The Information Society. doi:10.1080/01972240903562753
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
- Freeman, G., & McNeese, N. (2019). Exploring Indie Game Development: Team Practices and Social Experiences in A Creativity-Centric Technology Community. 28, 723-748. The Journal of Collaborative Computing. doi:10.1007/s10606-019-09348-x
- Freeman, G., Bardzell, J., Bardzell, S., & McNeese, N. (2020, Mayıs). Mitigating Exploitation: Indie Game Developers' Reconfigurations of Labor in Technology. 4, 1-23. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction. doi:10.1145/3392864
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. (6-9). The New York Times Magazine.
- Gaming in Turkey. (2023). *Türkiye oyun sektörü raporu 2023*.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making. 11(1), 15-29. International Journal of Cultural Policy.
- Gee, J. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. Palgrave Macmillan.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. (2014). The benefits of playing video games. 69(1), 66-78. American Psychologist.

- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. (tarih yok). The benefits of playing video games. *69(1)*, 66-78. American Psychologist.
- Gray, K. (2014). *Race, Gender, and Deviance in Xbox Live. Theoretical Perspectives from the Virtual Margins*. Anderson Publishing.
- Gregg, M. (2011). *Work's Intimacy*. Polity Press.
- Griffiths, M., & Cole, H. (2007). Social Interactions in Massively Multiplayer Online Role-Playing Gamers. *(10)*, 575-583. Cyberpsychology & behavior : the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society. doi:10.1089/cpb.2007.9988
- Harrison, J., Freeman, R., & Sá de Abreu, M. (2020). Stakeholder theory as an ethical approach to effective management: applying the theory to multiple contexts. *22(1)*, 39-49. Review of Business Management.
- Hartle, J. (2005). *Creative Industries*. Wiley-Blackwell.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Hesmondhalgh, D. (2019). *The cultural industries* (4th ed. b.). London: SAGE Publications.
- Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği Felsefi Fragmanlar*. İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Isbister, K., & Schaffer, N. (2008). *Game Usability: Advancing the Player Experience*. CRC Press.
- Jones, P., Comfort, D., & Hillier, D. (2013, Mart 20). Playing the game: corporate social responsibility and the games industry. *Journal of Public Affairs*, *13(3)*, s. 335-344.
- Juul, J. (2012). *A casual revolution: Reinventing video games and their players*. The MIT Press.
- Juul, J. (2019). *The Art of Failure: An Essay on the Pain of Playing Video Games*. Cambridge: MIT Press.
- Kan, D. (2021). Küresel Ekonomide Dijital Oyun Endüstrisi: Dijital Oyun Geliştiricileri Örneği. *Doktora Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, O. (2023, Şubat). Kültür Endüstrisi Kapsamında Sosyal Medyanın Tüketici Karar Verme Tarzlarına Etkisi Üzerine Sektör Çalışması: E-ticaret . *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: T.C. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı .
- Kepenek, E. (2020). Türkiye Dijital Oyun Sektöründe Nitelikli İşgücü Sorunsalı: Sosyo-Ekonomik Bir Bakış. *4(2)*, 296-309. Politik Ekonomik Kuram.

- Kepenek, E. (2020, Ekim). Yeni ve Yükselen Bir Alan: Dijital Oyunlar Sosyolojisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 23(2), s. 186-213.
- Kerr, A. (2017). *Global games: Production, circulation and policy in the networked era*. Routledge.
- Kılıç, C. (2021). Lise Öğrencilerinin İnternet, Sosyal Medya ve Dijital Oyun Bağımlılıkları İle Yalnızlık, Bencillik ve Yaşam Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Yüksek Lisans Tezi*. Malatya: T.C. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- King, D., & Delfabbro, P. (2018). Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder. *113(11)*, 1967-1969. doi:10.1111/add.14286
- Kong, P. (2022). Financing Constraints, Financial Flexibility and Corporate Sustainability Innovation. *4(14)*, 1-10. Academic Journal of Business & Management. doi:10.25236/AJBM.2022.041401
- Koster, R. (2018). *A Theory of Fun for Game Design*. Massachusetts: O'Reilly Media.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kovanto, A. (2013). The Improvements for Indie Game Development. *Lisans Tezi*. Finlandiya: Karelia University.
- Kowert, R., & Quandt, T. (2014). The relationship between online video game involvement and gaming-related friendships among emotionally sensitive individuals. *17(9)*, 555-560. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. doi:10.1089/cyber.2013.0656
- Kowert, R., Domahidi, E., & Quandt, T. (2014). The Relationship Between Online Video Game Involvement and Gaming-Related Friendships Among Emotionally Sensitive Individuals. *17(7)*, 447-453. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. doi:10.1089/cyb
- Köse, H. (2012, Şubat 22). Popüler Kültür Bağlamında Frankfurt Okulu ve Kültürel Manipülasyon Tezi. *İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*(11), s. 327-334.
- Kshetri, N. (2009). The Evolution of the Chinese Online Gaming Industry. *4(2)*, 158-179. Journal of Technology Management in China. doi:10.1108/17468770910965019
- Latorre, Ó. (2016). Indie or Mainstream? Tensions and Nuances between the Alternative and the Mainstream in Indie Games. 15-30. Anàlisi. doi:10.7238/a.v0i54.2818
- Lee, C., & Kim, O. (2016). Predictors of online game addiction among Korean adolescents. *25(1)*, 58-66. Addiction Research & Theory. doi:https://doi.org/10.1080/16066359.2016.1198474

- Lipkin, N. (tarih yok). Examining Indie's Independence: The Meaning of "Indie" Games, the Politics of Production, and Mainstream Co-optation. 7(11), 8-24. The Journal of the Canadian Game Studies Association.
- López, G., & Agustín, C. (2020). GDPR and Privacy Policies: The Case of Video Games Companies and Data Protection Regulations . *Yüksek lisans tezi*. Universidad de Chile, Instituto de Estudios Internacionales.
- Merriam, S. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation* (2nd Ed. b.). Jossey-Bass.
- Michaud, L., & Alvarez, J. (2008). *Serious Games: Advergaming, Edutainment, Training, and More*. IDATE.
- Murray, J. (2016). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. MIT Press.
- Neuman, W. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Yayınodası.
- Newzoo. (2022). *Global games market report*.
- Newzoo. (2023). Newzoo's Global Games Market Report 2023.
- Oakley, K. (2009). The disappearing arts: Creativity and innovation after the creative industries. 15(4), 403-413. International Journal of Cultural Policy. doi:DOI:10.1080/10286630902856721
- O'Donnell, C. (2014). *Developer's Dilemma: The Secret World of Videogame Creators*. MIT Press.
- Özarslan, Z., & Perdahcı, B. (2023). Oyuncu Deneyimleri Üzerinden Oyun Bağımlılığı ve Motivasyonunu Tartışmak. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), s. 28-60.
- Özkan, A. (2021). Türkiye De Dijital Oyun Sektörünün Durumu Ve Ekonomiye Katkıları: Ankara Bölgesi Teknokentler Üzerinde Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: T.C. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özüpek, N. (2004). Kurum İmajında Sosyal Sorumluluk Kurumsal ve Uygulamalı Bir Çalışma. *Doktora Tezi*. Konya: T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parker, F. (2013). *Indie Game Studies Year Eleven*. Kanada: York University.
- Peck, J. (2010). *Constructions of neoliberal reason*. Oxford University Press.
- PEGI. (2023). The PEGI Code of Conduct. Mayıs 5, 2023 tarihinde <https://pegi.info/pegi-code-of-conduct> adresinden alındı
- Pratt, A. (tarih yok). Creative cities: The cultural industries and the creative class. 90(2), 107-117. *Geografiska Annaler: Series B Human Geography*. doi:DOI:10.1111/j.1468-0467.2008.00281.x

- Punch, K. (2014). *Sosyal Araştırmalara Giriş Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. SİYASAL KİTABEVİ .
- Resmî Gazete. (2006). *Fikir ve Sanat Eserlerinin Kayıt ve Tescili Hakkında Yönetmelik (2006/10654)*. Ankara: T.C. Başbakanlık.
- Riot Games. (2024). *Riot Games and Ubisoft Tackling Toxicity In Games With New Project*. <https://www.riotgames.com/en/news/riot-games-ubisoft-tackling-toxicity-in-games-with-new-project> adresinden alındı
- Russell, N. C., Reidenberg, J. R., & Moon, S. (2018). *Privacy in Gaming*. Social Science Electronic Publishing.
- Samur, Y., & Horzum, M. (2022). Dijital Oyunların Derecelendirmesi ve BTK. G. İ. Merkezi içinde, *Dijital Oyunlar 2: Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler* (s. 1-32). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Sang, Y., Park, S., & Seo , H. (2016). Mobile Game Regulation in South Korea: A Case Study of the Shutdown Law. D. Y. Jin (Dü.) içinde, *Mobile Gaming in Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies* (s. 55-72).
- Savaş, S., Güler, O., Kaya, K., Çoban, G., & Güzel, M. (2021). Eğitimde Dijital Oyunlar ve Oyun ile Öğrenme. *International Journal of Active Learning*, 6(2), s. 117-140.
- Schreier, J. (2017). *Blood, Sweat, and Pixels: The Triumphant, Turbulent Stories Behind How Video Games Are Made*. New York: Harper Paperbacks.
- Sepetçi, T. (2020). Avrupa Birliği'nde Dijital Oyunlara Yönelik Düzenlemeler Ve Türkiye'deki Mevcut Durum. 5. *International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress*. Gostivar, Makedonya: Dilkur Akademi.
- Serada, A., Sihvonen, T., & Harviainen, J. (2020). CryptoKitties and the New Ludic Economy: How Blockchain Introduces Value, Ownership, and Scarcity in Digital Gaming. *16(4)*, 1-24. Sage. doi:10.1177/1555412019898305
- Seyitoğulları, O., & Bilen, A. (2020, Kasım). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Literatür Taraması. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 3(2), s. 195-205.
- Shaw, A. (2014). *Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*. University of Minnesota Press.
- Sili Kalem, A. (2022). Gündelik Hayatın Dijitalleşmesi Karşısında Sosyoloji. *Medeniyet Ve Toplum Dergisi*, 6(2), s. 95-102.
- Stake, R. (2005). *Multiple Case Study Analysis*. Thousand Oaks.: SAGE Publications.
- Statista. (2023). *Global digital gaming market size 2022*.
- Steinkuehler, C., & Duncan, S. (2008). Scientific Habits of Mind in Virtual Worlds. *17(6)*, 530-543. *Journal of Science Education and Technology*.

- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), s. 419-426.
- Şakar, S. (2021). Dijital Oyunlarda Toplumsal Cinsiyet Kodlarının Yeniden Üretimi: League Of Legends Oyununun Dijital Etnografik Analizi. *Yüksek Lisans Tezi*. Kocaeli: T.C. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tasleem, U. (2017). Game Design As A Tool Of Moral Responsibility. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taylor, T. (2006). *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture*. The MIT Press.
- TOGED. (2022). *Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği 2022 Raporu*.
- TOGED. (2024, 12 25). <https://www.toged.org/> adresinden alındı
- Tombul, D. (2023). İstanbul-Sofya Üzerinden Dijital Oyun Bağımlılığı Değerlendirmesi: Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Karşılaştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Tor, H., & Irmak, T. Y. (2022). Dijital Oyun Fenomeninin Sosyolojisi. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(12), s. 1798-1817.
- Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2022). *2022 faaliyet raporu*.
- Ubisoft. (2024). *Play Green initiative*. <https://news.ubisoft.com/en-ca/article/6a5MCxkfp13uWmDlnuKmPU/play-green-ubisofts-commitment-to-global-carbon-neutrality> adresinden alındı
- UNCTAD. (2010). *Creative economy report 2010: A feasible development option*. United Nations.
- UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013: Widening local development pathways*. United Nations.
- USK. (2023). Graphic templates. Mayıs 6, 2023 tarihinde <https://usk.de/en/home/age-classification-for-games-and-apps/graphic-templates/> adresinden alındı
- Westecott, E. (2013). Independent game development as craft. *The Journal of the Canadian Game Studies Association*, 7(11), s. 78-91.
- Yapay Zeka ve Uygulama Akademisi. (2025, Ocak 12). <https://yapayzekaveteknolojiakademisi.com> adresinden alındı
- Yıldız, A. (2018). Endüstri 4.0 ve akıllı fabrikalar. *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2(22), 546-556.
- Yin, R. (2003). *Case study research: Design* (3rd ed. b.). Thousand Oaks.: SAGE Publications.

- Yin, R. (2014). *Case study research : design and methods* (5th ed b.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Yong Jin, D. (2010). *Korea's Online Gaming Empire*. The MIT Press.
- Zackariasson, P., & Wilson, T. (2012). *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*. Routledge.
- Zagal, J., Björk, S., & Lewis, C. (2013). Dark patterns in the design of games. 1-8. International Conference on Foundations of Digital Games.
- Zhang, X. (2012). Censorship and Digital Games Localisation in China. 57(2), 338-350. *Journal des traducteurs*. doi:10.7202/1013949ar
- Zorlu, A. (2016). *Üretim ve Tüketim Teorileri*. Ankara: Altınordu Yayınları.



EK 1. ORJİNALLİK RAPORU

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No	FRM-YL-15
	FRM-YL-15 Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
		Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev. Date	25.01.2024

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA	Tarih: 19/02/2025
--	-------------------

Tez Başlığı: Dijital Oyun Geliştiricilerin Sosyal Sorumluluklara İlişkin Düşünce ve Farkındalıkları

Tez Başlığı (Almanca/Fransızca)*:

Yukarıda başlığı verilen tezin a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 187 sayfalık kısmına ilişkin, ...20/02/2025 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 3'dır.

Uygulanan filtrelemeler*:

1. ☐ Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç
2. ☐ Kaynakça hariç
3. ☐ Alıntılar hariç
4. ☐ Alıntılar dâhil
5. ☐ 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tezin herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Ad-Soyad/İmza
Kübra ALTUN

Öğrenci Bilgileri	Ad-Soyad	Kübra ALTUN
	Öğrenci No	N21138003
	Enstitü Anabilim Dalı	Sosyoloji Anabilim Dalı
	Programı	Sosyoloji-Tezli Yüksek Lisans

DANIŞMAN ONAYI

UYG
 (Unvan, Ad-Soyad, İmza)
 Prof. Dr. Birsen ŞAHİN KUTÜK

* Tez Almanca veya Fransızca yazılıyor ise bu kısımda tez başlığı Tez Yazım Dilinde yazılmalıdır.

**Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları ikinci bölüm madde (4)/3'te de belirtildiği üzere: Kaynakça hariç, Alıntılar hariç/dâhil, 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) filtreleme yapılmalıdır.

FRM-YL-15 Rev.No/Tarih: 02/25.01.2024

1

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No	FRM-YL-15
		Yayın Tarihi Date of Pub	04.12.2023
	FRM-YL-15 Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev. Date	25.01.2024

TO HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF SOCIOLOGY

Date: 19/02/2025

Thesis Title (In English): Digital Game Developers' Thoughts and Awareness on Social Responsibilities

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 20/02/2025 for the total of ...187... pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled above, the similarity index of my thesis is ...3.....%.

Filtering options applied**:

- ☐ Approval and Declaration sections excluded
- ☐ References cited excluded
- ☐ Quotes excluded
- ☐ Quotes included
- ☐ Match size up to 5 words excluded

I hereby declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

Kindly submitted for the necessary actions.

Name-Surname/Signature
Kübra ALTUN

Student Information	Name-Surname	Kübra ALTUN
	Student Number	N21138003
	Department	Department of Sociology
	Programme	Sociology-Master With Thesis

SUPERVISOR'S APPROVAL

APPROVED
 (Title, Name and Surname, Signature)
 Prof. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK

**As mentioned in the second part (article (4)/3) of the Thesis Dissertation Originality Report's Codes of Practice of Hacettepe University Graduate School of Social Sciences, filtering should be done as following: excluding reference, quotation excluded/included, Match size up to 5 words excluded.

EK 2. ETİK KURUL İZNİ

Tarih: 25/07/2024 16:40
Sayı: E-16777842-308-00003651799



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMA ETİK KURULU

<u>TOPLANTI TARİHİ</u>	<u>TOPLANTI SAYISI</u>
23 Temmuz 2024	2024/13

İlgi : 16.07.2024 tarihli ve E-12908312-300-00003651053 sayılı yazımız.

Enstitünüz Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden Kübra ALTUN'un, Prof. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK danışmanlığında yürüteceği "*Dijital Oyun Geliştiricilerinin Kültür Endüstrisi ve Kurumsal Sosyal Sorumluluklara İlişkin Düşünce ve Farkındalıkları*" başlıklı tez çalışması Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulunun 23 Temmuz 2024 tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. İsmet KOÇ
Kurul Başkanı

EK 3. GÖRÜŞME FORMU

**“DİJİTAL OYUN GELİŞTİRİCİLERİNİN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE SOSYAL
SORUMLULUKLARA İLİŞKİN DÜŞÜNCE VE FARKINDALIKLARI”
ARAŞTIRMASI
OYUN GELİŞTİRİCİSİ KATILIMCI GÖRÜŞME FORMU**

Bu çalışma Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı’nda Prof. Dr. Birsen Şahin Kütük danışmanlığında tarafımda yürütülen “Dijital Oyun Geliştiricilerinin Kültür Endüstrisi ve Sosyal Sorumluluklara İlişkin Düşünce ve Farkındalıkları” başlıklı Yüksek Lisans Tezi kapsamında yapılmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı dijital oyun geliştiricilerin oyun geliştirme süreçleri, bu süreçte temel aldıkları faktörler ve oyun geliştirirken sosyal sorumluluk ve toplumsal katkı konularına ilişkin bir farkındalıkları olup olmadığı, varsa bu kapsamda nelere dikkate edildiğini ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında size sorulacak soruların doğru yanıtı yoktur, önemli olan sizin bu konudaki düşüncelerinizdir. Bu açıdan size sorulan sorulara lütfen ilk aklınıza gelen ve sizin düşüncelerinizi yansıtan cevapları veriniz. Bu çalışmanın amacına ulaşması için bu çok önemlidir. Çalışmaya katılmak gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bu nedenle istediğiniz zaman çalışmayı yarıda kesebilirsiniz. Şimdiden katılımınız ve katkılarınız için çok teşekkür ederiz.

Tarih	
İl	
İlçe	
Mahalle	
İşletme türü	
Görüşme başlama ve bitiş zamanı	

1. Adınız ve soyadınız nedir?
2. Cinsiyetiniz nedir?
3. Kaç yaşındasınız?
4. Eğitim durumunuz nedir?
5. Üniversitede okuduğunuz bölüm nedir?
6. Medeni Durumunuz nedir?
7. Mesleğiniz nedir?

8. Şu ana kadarki iş deneyiminiz nedir?
9. Oyun geliştirme ile ilk ne zaman ilgilenmeye başladınız?... Nasıl?
10. Oyun geliştirici olmaya nasıl karar verdiniz?
11. Sizi oyun geliştiricisi olmaya teşvik eden en önemli faktörler nelerdi?
12. Oyun geliştirici olarak hangi tür oyunlar geliştiriyorsunuz veya geliştirmek istiyorsunuz?.... Bu tercihiniz üzerindeki etkenler nelerdir?
13. Kendi deneyimleriniz ve gözlemleriniz doğrultusunda oyun geliştiricilerin bir meslek olarak kabul edilmesi gerektiğini düşünüyor musunuz? Neden?
14. Oyun geliştirmeyi kariyer yolu olarak benimsiyor musunuz?..... Bu alanın avantajları ve dezavantajları nelerdir?
15. Oyun geliştirme sürecindeki rolünüzü ve sorumluluklarınızı nasıl tanımlarsınız?
16. Oyun geliştirirken öncelikli amaçlarınız nelerdir?..... Bu amaçlarınızı belirlerken hangi kriterleri göz önünde bulunduruyorsunuz?
17. Oyun geliştirme sürecinde dikkate aldığınız değerler nelerdir?
18. Sizce oyun geliştirme sürecinde bir dijital oyunun başarılı sayılmasındaki kriterler nelerdir?
19. Sizce bir dijital oyunu yayınladıktan sonra başarılı sayılmasındaki kriterler nelerdir?
20. Sizce dijital oyun geliştirme sürecinde uymak zorunda olunan etik kurallar var mı?..... Bunlar nelerdir?
21. Sizce oyun geliştiricilerin oyun geliştirme sürecinde topluma karşı bir sosyal sorumlulukları olduğunu düşünüyor musunuz?..... Bu oyun geliştirme sürecine nasıl dahil edilebilir?
22. Sizce dijital oyunların toplumsal değişime katkı sağlayabilecek bir alan olduğunu düşünüyor musunuz?..... Nasıl?
23. Sizce bir oyun geliştirici olarak toplumsal değişime katkı sağlayabilecek alanda çalıştığınızı düşünüyor musunuz?..... Neden?
24. Bir oyun geliştirici olarak toplumsal alanda katkı sağlama rolünüzün olduğunuzu düşünüyor musunuz?..... Bunlar nelerdir? Sizce oyun geliştirme sürecinde bunun için neler yapabilirler?
25. Dijital oyunların toplumsal sorunlara dikkat çekmek veya çözümler sunmak için kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?..... Neden?..... Sizce bu nasıl yapılabilir?

26. Oyun geliştirici olarak dijital oyunların farkındalık yaratmak için etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Neden?
27. Siz bir dijital oyun geliştirirken bilinçlendirmeyi amaç ediniyor musunuz?.....
Bunu nasıl yapıyorsunuz?
28. Size göre dijital oyun nedir?
29. Sizin için oyun geliştirici kavramı ne ifade ediyor?
30. Bağımsız oyun geliştiricileri nasıl tanımlarsınız?
31. Size göre bağımsız oyun geliştirici olmanın avantajları nelerdir?
32. Size göre bağımsız oyun geliştirici olmanın dezavantajları nelerdir?
33. Dijital oyun geliştirme sizin için ne anlam ifade ediyor?
34. Dijital oyun geliştirme sürecini bir ekiple mi gerçekleştiriyorsunuz?.....Ekibiniz kaç kişiden oluşuyor?..... Ekipteki rolünüzü nasıl tanımlarsınız?
35. Dijital oyunları bireysel olarak mı geliştiriyorsunuz?.....Bu süreçteki rolünüzü nasıl tanımlarsınız?
36. Dijital oyun sektörünün önümüzdeki yıllarda nasıl bir değişim geçireceğini düşünüyorsunuz?
37. Bağımsız oyun geliştiricilerin gelecekte sektördeki yerini nasıl görüyorsunuz?
38. Oyun geliştiricileri olarak dijital oyunların toplumsal katkı sağlama potansiyelini gelecekte nasıl değerlendiriyorsunuz?

Katkılarınız için teşekkürler....