

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Sosyoloji Anabilim Dalı

**İSTANBUL-SOFYA ÜZERİNDEN DİJİTAL OYUN
BAĞIMLILIĞI DEĞERLENDİRMESİ: ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİ ARASINDA BİR KARŞILAŞTIRMA
ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Demet TOMBUL

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Özlem DERİN SAĞLAM

İstanbul – 2023

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Demet TOMBUL

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : İstanbul-Sofya Üzerinden Dijital Oyun Bağımlılığı
Değerlendirmesi: Üniversite Öğrencileri Arasında Bir
Karşılaştırma Örneği

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Sosyoloji

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 22/06/2023

Sayfa Sayısı : 150

Tez : Dr. Öğr. Üyesi Özlem DERİN SAĞLAM

Danışmanları

Dizin Terimleri : Teknoloji, internet, dijitalleşme, dijital oyun, dijital oyun bağımlılığı

Türkçe Özet : Yapılan çalışma dijital oyunların üniversite öğrencileri üzerindeki etkilerini saptamakta, olası riskleri ve risklere karşı alınabilecek önlemleri ortaya koymaktadır.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Demet TOMBUL

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Sosyoloji Anabilim Dalı

**İSTANBUL-SOFYA ÜZERİNDEN DİJİTAL OYUN
BAĞIMLILIĞI DEĞERLENDİRMESİ: ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİ ARASINDA BİR KARŞILAŞTIRMA
ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans

Demet TOMBUL

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Özlem DERİN SAĞLAM

İstanbul – 2023

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Demet TOMBUL

.../.../2023



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Demet TOMBUL'un **İstanbul-Sofya Üzerinden Dijital Oyun Bağımlılığı Değerlendirmesi: Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Karşılaştırma Örneği** adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Sosyoloji anabilim dalı, Sosyoloji bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan Dr. Öğr. Üyesi
Özlem DERİN SAĞLAM

Üye Doç. Dr. Duygu ALPTEKİN

Üye Dr. Öğr. Üyesi
Diler EZGİ TARHAN

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2023

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Teknoloji insan hayatının ayrılmaz bir parçasıdır. Geliştirilen makine ve sistemler insan hayatına dahil oldukça rutinleri, yapıları da değiştirmektedir. Toplumsal hayat üzerinde gerçekleşen bu değişim ve dönüşüm hareketi de dinamik bir araştırma alanıdır. Sosyal bilimler her dönem toplum yapısını farklı perspektifler geliştirerek irdelemektedir. Araştırma nesnesi toplum olsa da itici güç sürekli değişmektedir. Bilgisayar, internet ekseninde süregelen çalışmalar her zaman avantaj ve dezavantajları bakımından bulanık sonuçlar doğurmaktadır. Son yıllarda neredeyse her yapının, alışkanlığın dijital versiyonu ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri de "oyun oynama" davranışıdır. Araştırma konusu olan dijital oyunlar görüntüde masum bir alternatif olarak görünse de içerdiği unsurlar bakımından bir tehdit unsurudur. Dijital oyunlarda oyun içinde geçirilen süre, bu deneyimin verimliliğe etkisi bakımından bir bağımlılık tehdidi oluşturmaktadır. Bağımlılık davranışı aileden aileye, şehirden şehre dahi değişmektedir. Kapsamı genişletmek gerekirse görüntüde neredeyse aynı coğrafya üzerinde yaşayan gençler farklı oran ve etmenlerle oyun oynamaktadır. Araştırma, sınır komşusu olan ve gerek coğrafi gerek kültürel-ticari aktarımlarda bulunan Türkiye ve Bulgaristan arasındaki dijital oyun oynama davranışını bağımlılık kapsamında değerlendirmektedir. Verimlilik ve oyun oynama süresi ekseninde kullanıcılar üzerindeki etkileri irdelleyen çalışma betimleyici bir çalışmadır. Araştırmaya Türkiye'yi temsilen İstanbul Bulgaristan'ı temsilen Sofya'dan 100'er üniversite öğrencisi dahil edilmiştir. Küme örnekleme yöntemiyle oluşturulan gruplara dijital oyun oynama süreleri, oyun satın alma davranışları, oyun oynamanın sosyal ve akademik yaşam üzerine etkilerini saptayıcı anket soruları yöneltilmiştir. Doğrudan karşılaştırma yapabilmek adına katılımcı sayıları eşitlenmiştir. Teknolojinin gelişimi, dijitalleşme alanları iki ülke bakımından önce tarihsel açıdan açıklanmış veriler ışığında dijital oyun oynama davranışı sosyolojik perspektiften karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, dijitalleşme, dijital oyun, dijital oyun bağımlılığı

SUMMARY

Technology is an integral part of human life. Developed machines and systems change routines and structures as they become part of human life. This change and transformation movement on social life is also a dynamic field of research. Social sciences examine the social structure of each period by developing different perspectives. Although the research object is society, the driving force is constantly changing. The ongoing studies on the computer and internet axis always lead to fuzzy results about advantages and disadvantages. In recent years, a digital version of almost every structure and habit has emerged. One of them is the behavior of "playing games." Although digital games are the subject of research, and appear as a typical alternative in the image, they are a threat in terms of the elements they contain. The time spent in the digital games poses an addiction threat in terms of the effect of this experience on productivity. Addiction behavior varies from family to family, even from city to city. To expand the scope, young people living in almost the same geography in the image play games with different ratios and factors. The research evaluates the digital game-playing behavior between Turkey and Bulgaria, which are border neighbors and have geographical and cultural-commercial transfers within the scope of addiction. The study, which examines the effects on users in the axis of productivity and playing time, is a descriptive. Two hundred university students from Istanbul and Sofia represent the research's focus. Questionnaires were asked to determine the duration of digital game playing, game purchasing behaviors, and the effects of playing games on social and academic life. The number of participants separated equally to make direct comparisons. The development of technology and digitalization areas are compared in the light of historically explained data of two countries. Also, the behavior of playing digital games is compared from a sociological perspective.

Keywords: Technology, Digitalization, Digital Game, Digital Game Addiction

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
TABLOLAR LİSTESİ.....	iv
GRAFİKLER LİSTESİ	v
GÖRSELLER LİSTESİ	vii
ÖNSÖZ.....	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM OYUNA DAİR GENEL BAKIŞ

1.1. Oyunun Tanımı	1
1.2. Oyunun Tarihçesi.....	9
1.3. Oyunun Kuramsal Gelişimi	10
1.4. Oyunun Tarihsel Gelişimi	13
1.5. Oyunun Mekansal Değişimi	15
1.6. Türk Coğrafyasında Oyun	16

İKİNCİ BÖLÜM DİJİTALLEŞMEYE DAİR GENEL BAKIŞ

2.1. Dijitalleşme Nedir?	25
2.2. Dijital Çağın Gelişimi.....	28
2.2.1. Sosyal Medyanın Gelişimi	32
2.2.2. Dijitalleşen Yaşam	35
2.3. Dijitalleşme ve Oyun.....	45
2.4. Dünya’da ve Türkiye’de Popüler Oyunlar ile Oyunlara Erişim Alanları	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı	57
3.2. Araştırmanın Önemi	57
3.3. Araştırmanın Yöntemi	58
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları	59

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL OYUN BAĞIMLILIĞI AÇISINDAN BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

4.1. Sosyolojik Bir Bakış: Dijital Oyunlar ve Dijital Oyun Bağımlılığı	60
4.2. Bulgaristan’da Dijitalleşme	72
4.3. Türkiye ve Bulgaristan’da Erişim ve Tür Açısından Oyun	76
4.3.1. Demografik Bilgiler	76
4.3.2. Erişim Bilgileri	78
4.3.3. Tür Bilgileri	84
4.4. Türkiye ve Bulgaristan’da Sosyal Bir Davranış Olarak Dijital Oyunlar	90
TARTIŞMA	111
SONUÇLAR VE ÖNERİLER	113
KAYNAKÇA	117
GÖRSEL KAYNAKÇA.....	125
EKLER.....	127
ÖZGEÇMİŞ.....	134

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Kuramlar	12
Tablo 2. Yaş Aralığı	76
Tablo 3. Cinsiyet	77
Tablo 4. Akıllı Telefona Sahip Olma Oranı	78
Tablo 5. Kişisel Bilgisayara Sahip Olma Oranı	79
Tablo 6. Telefona Oyun İndirme Oranı	80
Tablo 7. Bilgisayara Oyun İndirme Oranı	81
Tablo 8. Online (Çevrimçi) Oyun Oynama Oranı.....	82
Tablo 9. Oyun Satın Alma Oranı	83
Tablo 10. Oynanan Oyun Türü.....	84
Tablo 11. Satın Alınan Oyun Türü.....	87
Tablo 12. Akıllı Telefonda Oyun Oynama Sıklığı	90
Tablo 13. Gün İçinde Oyun Oynama Saati	91
Tablo 14. Oyun Sebebiyle İş-Ödev Erteleme.....	92
Tablo 15. Oyun Oynama ve Verim İlişkisi	93
Tablo 16. Öğrenci Olarak Kendini Tanımlama	94
Tablo 17. Oyun Esnasında Kimlik Seçimi	95
Tablo 18. Bireysel- Takım Oyun Tercihi	96
Tablo 19. Oyun Esnasında Sohbet Etme	97
Tablo 20. Oyun Konforunu Artırıcı Materyal Satın Alma.....	98
Tablo 21. Sürekli (Aylık) Ücret Ödenerek Oyun Oynama.....	99
Tablo 22. Haftalık Oyun Oynama Süresi	100
Tablo 23. Arkadaşlarla Haftada Buluşma Aralığı	102
Tablo 24. Tercih Edilen İletişim / İlişki Türü	103
Tablo 25. Oyun Oynamaya İten Sebep	104
Tablo 26. Oyun Oynamanın Uyandırdığı Duygu	108

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Yaş Aralığı	76
Grafik 2. Cinsiyet.....	77
Grafik 3. Akıllı Telefona Sahip Olma Oranı	78
Grafik 4. Kişisel Bilgisayara Sahip Olma Oranı.....	79
Grafik 5. Telefona Oyun İndirme Oranı	80
Grafik 6. Bilgisayara Oyun İndirme Oranı	81
Grafik 7. Online (Çevrimçi) Oyun Oynama Oranı	82
Grafik 8. Oyun Satın Alma Oranı	83
Grafik 9. Oynanan Oyun Türü.....	84
Grafik 10. Satın Alınan Oyun Türü	87
Grafik 11. Akıllı Telefonda Oyun Oynama Sıklığı	90
Grafik 12. Gün İçinde Oyun Oynama Saati.....	91
Grafik 13. Oyun Sebebiyle İş-Ödev Erteleme	92
Grafik 14. Oyun Oynama ve Verim İlişkisi.....	93
Grafik 15. Öğrenci Olarak Kendini Tanımlama	94
Grafik 16. Oyun Esnasında Kimlik Seçimi	95
Grafik 17. Bireysel- Takım Oyun Tercihi.....	96
Grafik 18. Oyun Esnasında Sohbet Etme	97
Grafik 19. Oyun Konforunu Artırıcı Materyal Satın Alma	98
Grafik 20. Sürekli (Aylık) Ücret Ödenerek Oyun Oynama	99
Grafik 21. Haftalık Oyun Oynama Süresi.....	100
Grafik 22. Arkadaşlarla Haftada Buluşma Aralığı	102
Grafik 23. Tercih Edilen İletişim / İlişki Türü.....	103
Grafik 24. Oyun Oynamaya İten Sebep	104
Grafik 25. Oyun Oynamanın Uyandırdığı Duygu	108

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1. 22 July filmi	61
Görsel 2. Savaş oyunları gazete haberi (Gazete Vatan)	62
Görsel 3. Savaş oyunları haberi (Trtr Haber)	63
Görsel 4. Macera-Aksiyon oyunları gazete haberi (Milliyet)	64
Görsel 5. Macera- Aksiyon oyunları internet haberi (Onedio).....	65
Görsel 6. Hediye eşya / oyun karakterleri	65
Görsel 7. Akıl ve zeka oyunları belediye afişi	66
Görsel 8. Akıl ve zeka oyunları turnuvası Konya Milli Eğitim afişi.....	66
Görsel 9. Akıl ve Zeka Oyunları (AZOT) logo.....	67
Görsel 10. Oyuncak Firması Kategorileri	67
Görsel 11. Eğitim platformu (<i>Wordwall</i>)	68
Görsel 12. Oyun terapisi.....	68
Görsel 13. Sosyal medya kesiti / <i>Twitter</i> gönderisi	69
Görsel 14. <i>Metaverse</i> haberi / <i>Webrazzi</i>	69
Görsel 15. <i>Google Play</i> simülasyon oyunu	70
Görsel 16. Dijital forma tasarımları	70
Görsel 17. Dijital spor oyunları etkinlik afişi.....	71
Görsel 18. Oyun ve motivasyon ilişkisi haberi (Trtspor).....	71

ÖNSÖZ

Çalışma boyunca desteğini esirgemeyen, inancımı ve motivasyonumu her daim yüksek tutan kıymetli danışmanım Dr. Özlem DERİN SAĞLAM'a,

Teknolojiyle ilişkisini her zaman geliştiren ve donanımını paylaşmak konusunda çalışma boyunca cömert davranan kardeşim Meltem TOMBUL'a,

Hayatım boyunca koşullar ne olursa olsun bana inanmaktan ve beni desteklemekten vazgeçmeyen annem ve babama,

Desteklerini her an yanımda hissettiğim arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Çalışmamın sosyal bilimler alanına katkı sağlamasını temenni ederim.

GİRİŞ

Teknoloji, bulunduğumuz çağın yadsınamaz bir gerçeğidir. Teknolojiyle geçirilen zaman, her yeni alanın doğumuna, alışkanlıkların değişimine ve dönüşümüne zemin hazırlamaktadır. İnsan hayatını kolaylaştıran kısmının yanı sıra bilinçsiz kullanımı açısından teknolojik dönüşüm büyük bir tehdit unsurudur. Bu noktada, dijital yerli olarak adlandırılan yeni kuşağın alışverişi, eğitim, sosyalleşme vb. birçok alanda yeni ve yoğun bir akışa maruz kaldığı görülmektedir. Bu çalışma teknolojiyi aktif olarak kullanan üniversite öğrencilerinin dijital oyun oynama davranışına odaklanmıştır. Oyun kültürü; yaş düzeyi fark etmeksizin bireylerin deşarj olma yöntemidir ancak dijital oyun kültürü reklam, oyun alt metni, oyun oynama süresi ve sosyal yaşama etkisi açısından bir soru işaretidir. Bireyi içine çeken ve sanal bir gerçeklik sunan dijital oyunların toplumsal yaşamda izlerini sürmek araştırmanın öncelikli hedeflerindedir. Bireylerin oyun oynama davranışı; aile yapıları, eğitim süreçleri, sosyal yaşamlarındaki etkileri, tüketim davranışları vb. etkenlere göre farklılık göstermektedir. Üniversite öğrencilerinin oyun oynama davranışı ve deneyimleri, davranışın gerçekleşmesindeki birey-toplum ilişkisinin boyutları üzerinden değerlendirilmiştir. Çevresel faktörlerin oluşturduğu sebepler ağının bireyi bir kaçış yöntemi bulmaya çoğu zaman da oyun oynamaya ittiği öngörülmüş olup veriler ışığında davranışın sonuçlarının da toplum yapısı üzerindeki etkisini irdelemek hedeflenmiştir. Araştırma İstanbul ve Sofya'daki üniversite öğrencilerinin tutumlarını incelemeyi ve betimlemeyi amaçlamıştır. Türk popülasyonunun fazla oluşu, Türkiye'nin sınır komşusu olması dolayısıyla ortak yaşam alanlarının olması açısından Bulgaristan-Türkiye karşılaştırması konu ve örneklem seçimi açısından gerekli görülmüştür. Ortaya konulan sonuçlar iki farklı ülkeyi kapsasa da araştırmanın kültür farkının minimum düzeyde olduğu iki grup üzerinden yürütülmesi konusunda hassas bir tutum sergilenmiştir. İki uç noktada kültürü karşılaştırmaktan, davranışı bilişsel perspektiften incelemekten çalışma eksenini korumak açısından kaçınılmıştır. Popüler bir konu olmasına rağmen literatürde sınır komşuları, nüfus yoğunluğunun fazla olduğu iki şehir üzerinden yürütülmüş herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Dijitalleşmenin bir gereği olarak akademik çalışmaların da lokal bir çalışmanın ötesine geçmesi gerekliliğine inanılmış olup iki metropolün gençleri üzerinde yürütülecek çalışmanın ardından, dijital oyun oynama kültürünün bir bağımlılık tehdidi olup olmadığı, kişilerin "reel yaşam- sanal yaşam" dengesini kurabilme yetilerinin oranları, oyun oynama davranışının altında yatan

toplumsal gerçekleri gözler önüne serebilmek ve bu alanda yapılabilecek düzenlemelere dair öneriler sunmak araştırmanın kapsamlı hedefidir.



BİRİNCİ BÖLÜM

OYUNA DAİR GENEL BAKIŞ

1.1. Oyunun Tanımı

Oynamak insanın en önemli davranış geliştirme biçimlerinden biridir. Çocukluk oyunla inşa edilirken hem adaptasyonu hem de hayal gücünü canlı tutmaktadır. Bu noktada oyun üzerine geliştirilen fikirlerin birbirinden farklılık gösterdiği de gözlemlenmektedir. Günümüzde oyun kavramının genişlemesi ve farklı yaş grupları arasında özellikle de dijitalleşmeyle yayılması oyunu çocuksuluktan çıkaran önemli bir unsur olmuştur. Oyun yapısı itibariyle sokakta ya da akranla gerçekleştirilen bir faaliyet olarak görünse de dijitalleşme ile aşamalı bir yapıya dönüşmüştür. Bölüm atlamak, puana göre sıralama, sıralamaya göre ödüller verme gibi unsurlar oyun oynamayı daha stratejik bir görüntüye ulaştırmıştır. Bir diğer yönü de temas halinde oynanan oyunun dijitalleşme ile ciddi bir rekabete dönüşmesidir. Bilgisayara karşı oyun oynama fikri insan zekâsının yapay bir zihne karşı mücadelesine dönüşmüştür.

Oyun, Türk Dil Kurumu (TDK,2021) tarafından da “yetenek ve zekâ geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence” olarak tanımlanmıştır. Oyunun ilgi alanlarına göre çeşitlilik göstermesi TDK’nin tanımını destekler niteliktedir. Örneğin kız çocuklarının moda, el sanatları vb. alanlarda daha kabiliyetli ve bu alanlara daha eğilimli olduğu kabul edilir. Kullanıcı profilleri kabaca değerlendirildiğinde kız çocuklarının online olarak da dijital moda oyunlarını (Örn, Barbie Giydirme, Sanal Bebek Bakımı) oynadığı görülmektedir. 90lı yıllarda sokakta oyuncak bebeklerle oynanan bu oyun biçiminin 2000li yıllarda dijital platformlarda varlığını sürdürdüğünü görmek mümkündür. Bir başka oyun formu olan, bulmaca biçiminin zekâyı geliştirdiği kabul edilir. Sudoku bulmaca bunun örneklerinden biridir. Sudoku yalnızca çocukların değil yetişkinlerin de sıklıkla tercih ettiği bir oyun biçimidir. Gazete ekleriyle tanınan bu oyunun türevleri ile birlikte artık çevrimiçi oynanabildiği hatta telefonlara indirilebildiği görülmektedir. Bu anlamda oyunun sokaktan, ekrana doğru olan yolculuğu çocuktan yetişkine herkesi kapsamaktadır.

TDK, oyunu 6 farklı biçimde daha tanımlayarak farklı formları da betimleme içine sokmaktadır. Bu denli farklı ve geniş tanımlamanın sebebi bir tiyatro sahnesindeki rol

oynama biçiminden, bir spor müsabakasına; bir edebi metinden (senaryo, tiyatro oyunu), bir askeri faaliyete (nişan alma, vurma) tümünün yapısı bakımından oyunlaştırma üzerine kurulması ile doğrudan ilgilidir. Müzik, drama, spor alanında yoğunlaşan bu tanımlamalar tarihsel sürece bakıldığında daha da genişlemektedir. Müzik eğitiminin temelinde ritim ve vuruş oyunları varken spor dallarının öğretiminde yine oyunla öğretim görülmektedir. İnsanın zihinsel ve sosyal gelişimi için kritik bir noktada bulunan oyun, tarih boyunca farklı formlara bürünmüştür. Oyun bir yöntem olarak “asker yetiştirme ”de kullanıldığı gibi dijital dünyada bir pazarlama biçimine dönüşmüştür. Askerliğin temel yetilerinden olan nişan alma, organize biçimde saldırı gerçekleştirme ve savunma kabiliyetleri, stratejik oyunlaştırma ile öğretilmiştir. Dijital oyun kültüründe ise savaş- strateji oyunları, üniformalardan ve kışladan uzakta ancak aynı temeller üzerinden varlığını sürdürmektedir. Oyun, çok yönlü ve stratejik bir kavramdır. Dolayısıyla tarihsel açıdan eski görünen bu kavram aslına bakılırsa oldukça güncel bir çalışma alanı / kavramı olarak da ele alınmalıdır.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı oyun türlerini, oyunu yalnızca çocukların oynadığını kabul ederek sınıflandırmıştır. Sınıflandırmada yer alan oyunlar;

Aşık-Bilye Oyunları: *Aşık ve bilyelerle çeşitli oyunlar oynanmaktadır. Bu oyunlar bu başlıkta değerlendirilir.*

Atlama- Sıçrama-Sekme Oyunları: *Birdirbir, Seksek, Uzun Eşek, İp atlama oyunlarıdır.*

Değnek Oyunları: *Çelik-Çomak, Değnek Sektirmece gibi uzun sopalarla oynanan oyunlardır.*

Dilsiz-Şaşırtma-Şaka Oyunları: *El Kızartmaca, Sıcak-Soğuk gibi oyunlar bu başlık altında yer alır.*

Dramatik Nitelikli Oyunlar: *Bu oyunlara; evcilik, öğretmencilik gibi, oyunculara çeşitli rollerin verildiği oyunlar ile Yağmur Gelini (Çömçe Gelin, Bodi Bostan, v.b.) gibi belli zamanlarda yapılan ritüel nitelikli oyunlar da dahil edilebilir.*

Ezgili Oyunlar: *Aç Kapıyı Bezirgân Başı, Yağ Satarım Bal Satarım, Çatlak Patlak, Develer Geliyor Mardin ’den gibi şarkısı olan oyunlardır.*

Koşma-Kovalamaca-Kapma Oyunları: *Mendil Kapmaca, Esir Almaca, Ara Kestim gibi oyunlardır.*

Saklama-Saklanma Oyunları: *Saklambaç, Yağlı Kayış, Yüzük oyunu gibi kişilerin veya objelerin saklandığı oyunlar bu başlık içinde değerlendirilir.*

Taş Oyunları: *Bu başlıkta, bir taşın hedef seçilerek yine taşla atış yapılan oyunlar ile 3 Taş, 9 Taş, 12 Taş gibi bir şema üzerinde taşların ilerletilmesi ile oynanan strateji oyunları sayılabilir. Ayrıca Satranç ve Mangala gibi zekâ oyunları da taşlarla oynandığı için bu başlık altında toplanabilir.*

Top Oyunları: *Yakan Top, Dalya, Can, İstop gibi topla oynanan oyunlardır.*

Kültür Bakanlığı'nın sınıflandırma biçimi fiziki bir ortam, beden ve yüz yüze iletişim gereken geleneksel kültür aktarımına uygun bir biçimdir. Ancak bu oyunların 90lı yıllarla birlikte günlük hayata entegre olan teknoloji ile değiştiği söylenebilir. Teknoloji kullanımının yaygınlaşması, dijital bir değişimi beraberinde getirmiştir. Bu aşamalı değişimin en açık gözlenebildiği alan alışverişlerdir. Pazar, manav alışverişleri zincir market alışveriş biçimine zincir market alışverişleri ise dijital alışveriş uygulamalarına dönüşmüştür. Bu değişimi uzaktan eğitim, e-devlet uygulaması vb. ile genişletmek mümkündür. Bu dijitalleşme tablosunu oyun kavramına uyarlayarak gerekirse Kültür Bakanlığı'nın listesinde de görüldüğü gibi oyun sokakta, sınıfta özellikle akran gruplarıyla oynanan ve eğlence amaçlı kullanılan bir faaliyet olarak ele alınmaktayken, teknoloji ile tanışılan ancak henüz tamamen dijital dönüşümün görülmediği 90lı yılların sonlarına doğru oyunlar atari, konsol vb. ek parçalarla televizyon ekranına taşınmıştır. Böylelikle oyunlarda makineleşme olgusu da temellenmektedir. Dijitalleşmenin ilk adımları bu mekanik aksamlar üzerinden sezilebilmektedir. Burada yine partnerli oyunlar olsa da oyunu yan yana ve aynı cihaza bağlı oynamak gerekliliği vardır. 2000li yıllarda ise oyunlar uzaktan, farklı cihazlarla oynanmaya başlandı. Takım iletişimi gereken noktalarda ise oyun içinde *chat* kısmı ile iletişim kurma yaygınlaştı. Bu tablonun bir getirisi olarak bireyselleştirici oyun kültürü, kişiler de rekabet duygusunu da tetiklemiştir. Daha iyi, daha güncel bilgisayar ya da yeni oyun sürümü edinmek arzusu dijital oyun endüstrisinin yapı taşlarındandır. Bu yapılanma sonrasında oyun türlerini her satıcı firma kendi ürününe göre sınıflandırmıştır. Eğlence Yazılımları Birliği (*Entertainment Software Association-ESA*) 2013 verilerine göre tam bir uzlaşa sağlanamamakla birlikte dijital oyunlar taktik, yap boz, macera, aksiyon, spor, rol yapma ve simülasyon olarak yediye ayrılmıştır. Dijital oyun kavramının mutlak bir tanımı ve ayrımı mümkün görülmemekte gibidir.

2014'te oyunun kuşaklar arası değişimini inceleyen çalışmada Tuğrul ve arkadaşları oyunu çocuğun kişisel alanı olarak tanımlamıştır. Çocukları merkeze alan bu çalışma oyunu bir öğrenme dili olarak kabul etmiştir. (1 kaynak Tuğrul ve diğerleri) Tanımı genişletmek gerekirse oyun; bireyin gelişim evresine bakılmaksızın bir keşfetme faaliyetidir. Yetişkin tarafından oynanan oyunlar da benzer olarak belli mesajlar ve kurallar üzerine kurulu bir sistemin ürünüdür. Dolayısıyla bir yetişkin için de oyun hâlihazırda bir öğrenme dilidir. Örneğin satın alma davranışı dijital oyunlarda “Premium Üyelik Satın Al” şeklinde bir sloganla oyun içinde öğretilmekte ya da profesyonel düzeyde yapılan sınavlar (Milli Eğitim Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu tarafından yapılan merkezi sınavlar) için hazırlanan eğitim paketlerinde tarih, coğrafya vb. alanlar şifreleme, hikâyeleştirme gibi formlarıyla “oyunlaştırma” kullanılmaktadır. Dijitalleşmenin dönüştürdüğü pazarlama biçimi tüketicinin erişim sağladığı her alanda etkin rol oynamaktadır. Tüketicinin çift taraflı iletişim kurabildiği, ürün hakkında yorum yapabildiği etkileşime açık olan bu ticaret anlayışı alt kültür oluşumuna elverişli alanlarda daha popüler hale gelmektedir. Kullanıcıların özellikle sosyal medya, forum vb. oluşumlarda deneyimlerini paylaştıkları, yorumlayabildikleri ve tavsiye edebildikleri ürünler hem hızlıca tüketilmekte hem de firmalar için reklam maliyetini düşürmektedir. Geleneksel pazar anlayışının dönüşümünü, araştırmanın konusu olan oyun üzerinden irdelemek gerekirse; oyuncak ya da oyun materyallerinin ekranlar arasında görülerek istenmesi ve edinilmesi şeklindeki basit bir döngüde seyretmekteydi. Kupon, gazete reklamları ile popülerleşen oyuncaklar e-ticaret kapsamında telefon ve bilgisayar ekranlarından görülebilen, kalite bakımından değerlendirilmesi tam olarak yapılamayan ve hızlıca erişilebilen bir pazar ürünü haline bürünmüştür. Bunun yanı sıra ürüne erişimin seri ve şeffaf oluşu dışında, ürünü yani oyunu satın alıp oynayan kişiler arasında bir kültür alışverişi de doğmaktadır. Strateji oyunu oynayan insanların oyun satın alırken oyunun ambiyansına uygun oyun koltuğu, seri hareketleri sağlayan klavyeye ihtiyacı olması sebebiyle ayrı bir değerlendirme ölçütü varken; bilgi yarışmaları, bulmaca türü oyunlar oynayan bireylerin daha çok ekran kalitesine ihtiyacı olmaktadır. Bu durumda aynı pazar içinde bir grup tüketici klavye ve fare için para harcarken diğer grup monitöre daha fazla para harcamaktadır. Bu ayrımı ve aktarımı sağlayan, bunu yaparken de kullanıcıların serbest iletişimleri üzerinden pazarlama sistemlerini kurmalarına olanak tanıyan ise dijital pazarlama sistemidir. Bu sistemi değerlendiren çalışmasında Bulunmaz (2016) dijitalleşmenin

olanakları bakımından ölçülebilir ve yorumlanabilir olmasının iyileştirme çalışmalarını desteklediğini ve etkin bir yönetim biçimi olduğunu belirtmiştir.

Başal (2017) Türkiye’de oynanan çocuk oyunlarını incelediği çalışmada oyunu özellikle çocuklar için işlevsel ve önemli bir görev olarak değerlendirmiş ancak oyunu kendiliğinden ortaya çıkan ve hedefi olmayan bir serbest etkinlik olarak tanımlamıştır. Başal çalışmada çocuğun dış dünya ile diyalog kurmasında bir köprü görevi gördüğünü belirttiği bu çalışmada oyuna getirdiği tanımlamanın aksine, oyun daima sistemli bir ilerleyiş göstermektedir. Kendiliğinden ortaya çıkan, öncelikli olarak eğlenmeyi çağrıştıran, ancak; belirli hedeflere hizmet eden bir faaliyettir. Genellikle yetişkinler çocuk oyunlarını, çocuklarının hoşça vakit geçirmelerine yardımcı olan, eğlenceli, ancak, amacı olmayan etkinlikler olarak düşünürler. Oysa oyun, çocuğun yaşamında işlevsel olan bir olgu ve çocuğun önemli bir görevidir. Oyun, kendiliğinden ortaya çıkan, hedefi olmayan ve mutluluk getiren serbest bir etkinliktir. Oyun, çocuğun iç dünyasını dıştaki sosyal dünya ile birleştirmesine yardım etmektedir.

Aksoy ve Çiftçi (2014) ise yaptıkları çalışmada oyunun genel tanımına vurgu yapmış oyunun eğlence merkezli olmasını tanımlamasının yanıltıcı olabildiğini ifade etmişlerdir. Oyunun genelde ciddiyetten uzak ve serbest zaman doldurma amaçlı olarak görülmesinden yakınmışlar; bu görüşü oyunun somut bir olmayan, öğreticinin uzağında gerçekleşebilen bir hareketin ürünü olması özellikleriyle desteklemişlerdir. Onlara göre oyun; harekettir.

Oyun ve oyuncağın sağlık üzerine etkilerini irdelleyen çalışmalarında Bekmezci ve Özcan (2015) tıpkı Aksoy ve Çiftçi gibi oyunun genel tanımını eksik bulmuş, oyunu eğlence ekseninde tanımlamanın yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Oyun herhangi bir baskı altında kalmadan çocuğun yarattığı tüm etkinliklerdir. Çalışma; oyunun yapısının da materyal ve mekân ile sınırlı kalmasına karşı çıkarak çocuk tarafından üretilen tüm etkinlikleri oyun olarak kabul etmiştir. Oyunu çocuğun bir üretimi olarak gören bir başka çalışmada ise Özdemir ve Ramazan(2012) kendiliğinden gelişen, dünyayı öğrenmede önemli bir basamak olarak oyunun rahat bir ortamda ve oyunun kurgusuna uygun oyunlarla oynanmasında fayda olduğunu belirtmiştir.

Oyunun biliş düzeyinde etkilerinin yanı sıra fiziksel sağlığa olan etkileri de yadsınamaz ölçüdedir. Gelişim çağının getirilerinden olan *kifoz*, *skolyoz*, kanat *skapula* omurga kaynaklı duruş ve şekil bozuklukları, bilgisayar ekranında geçirilen vaktin artması doğru orantılı olarak artmaktadır. Bilgisayar kullanımı ve postür bozukluğu arasındaki ilişkiyi değerlendiren fizyoterapist Parlak Demir ve arkadaşları (2012) özellikle bel ağrısı şikayetlerinin 7-11 yaşa kadar düştüğünü saptamaktadır. Dijital oyun bağımlılığın beraberinde getirdiği uzun süreli ekrana maruz kalma davranışının duruş bozukluklarına sebep olduğunu söylemek mümkündür. Göz sağlığı üzerine yapılan çalışmalar Gümüş ve arkadaşları (2009) göz yorgunluğu, göz kuruluğu, kaşıntı gibi şikayetlerin uzun süre bilgisayar başında kalan bireylerde diğer bireylere oranla daha fazla görüldüğünü belirtmektedir. Göz yüzeyini ekranla ilintili olarak inceleyen bir başka çalışmada Büyükbaş(2011) ise göz kırpma sayısının bilgi sayar ekranından etkilenerek azaldığını ve buna bağlı olarak gözün ön yüzeyinin korunma mekanizmasının olumsuz etkilendiğini vurgulamaktadır. Dijital oyun bağımlılığı kapsamında mobil ya da bilgisayar ekranı fark etmeksizin fiziksel sağlığa olan olumsuz etkileri de örneklenen çalışmalarla desteklenmektedir.

Oyun bağımlılığı üzerine yaptığı çalışmada Horzum ve arkadaşları (2008) oyunun yalnızca çocuklukta değil yetişkinlikte de önemli bir aşama olduğunu belirtmiş oyun kavramının sınırlarını yeniden çizmektedir. Oyun tarihinin uzun bir dönemi oyunu özellikle açık alanda –oyun parkları, sokaklar- gerçekleşen bir etkinlik olarak görmekte ancak oyun modern dünyada kapalı hatta sanal mecralarda boy gösteren bir faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmaya ek olarak oyun çocukluk ve ergenlikte olduğu gibi yetişkinlerde de önemli bir aşamadır. Bağımlılık üzerinden değerlendirmek gerekirse risk oranı değişmekte hatta görece azalmakta ancak insan yaşamı boyunca var olmaya devam etmektedir.

Aytaş ve Uysal (2017) oyun kavramına en geniş tanımlardan birini getirmiş ve oyunu bir keşif faaliyeti olarak görmektedir. Bu faaliyetin öznesi çocuk, ergen ya da yetişkin değil “insanlıktır.” Oyun dinamikleri göz önüne alındığında bir eğlence ürünü olarak yanılısamaya sebebiyet verebilse de tıpkı bu çalışmada görüldüğü üzere oyun, bir zekâ ürünüdür. Bu yönüyle zihnin yönlendirilmeye en açık olduğu çocukluk dönemi oyunla özdeşleştirilmiş olsa da insanlık her an bir keşif halinde ve üretim döngüsü içerisinde. Dolayısıyla bir üretim faaliyeti olan oyunu, insanlık nezdinde

tanımlamak daha kapsayıcı ve dinamiklerine uygundur. Birey doğduğu andan itibaren çevresel faktörlerle etkileşim halindedir. Organizma büyüyüp geliştikçe onu çevreleyen kültürel ve sosyal örüntünün bir parçası haline gelmektedir. Bu sosyalleşme ya da kültürlenme biçimi irade dışında gerçekleşmektedir. Kişi süreç içerisinde bulunduğu ortamın kültürel dokusundan etkilenerek bir kimlik ve davranış inşa etmektedir. Bireyler ve toplum dış etkenlerden birlikte etkilenip birlikte kabuk değiştirmektedir. Göç, savaş, sanayileşme, teknoloji toplumu keskin dönüşümlere iten, dolayısıyla bireylerin yeni tutum ve davranış geliştirmelerine sebep olan gelişmelerdir. Teknoloji devrimi ya da ağ kültürü de bahsi geçen kültür inşalarından biridir. Oyun, öğrenme ve öğretme açısından etkili bir yöntemdir. Oyunun davranış geliştirmeye elverişli olması dijitalleşme ile birleştiğinde kendine has bir dijital oyun kültürünü inşa etmiştir. Kullanıcılar, oyunlara uygun birer kimlik yaratmış ve bu kimliklerle kültüre ait biçimde gruplaşmışlardır. Örneğin oyun hileleri yalnızca oyunun müdavimleri tarafından erişilebilecek kapalı sosyal medya hesaplarından paylaşılmakta; sosyal ortamda bu yapılanmalar “Simsçiler” “GTAcılar” gibi adlar alan küçük gruplar olarak bilinmektedir. Oyun bu açıdan hem kültürlenmeye yardımcı hem de grupların izole tavrından ötürü kültürü bölücü ve yıkıcıdır.

Oyun kavramının kültür inşası üzerindeki etkilerine eğilen çalışmasında Gülsoy (2019) oyun tanımındaki parametrelerin oldukça değişken olduğundan söz etmektedir. Oyun, bir enerji atma aracı olarak değerlendirildiğinde Gülsoy oyun oynamayı boşaltım sistemine benzetmektedir. İnsanlık tarihiyle paralel olan oyun tarihinin içerdiği kazanma kaybetme geleneği ile en ilkel haliyle “avlanma” ile ilişkilendirilebilir. Av yaşantısının sessizlikle ya da hayvan sesleri çıkararak kompleks bir biçimde kurgulanması ve topluluk halinde gerçekleştirilmesi oyun kurma kültürünün erken evrelerde kazanıldığını açıkça gösterir niteliktedir. Üstelik gündelik hayatta kurulan böyle bir stratejinin köklerinin *homo sapiens* 'e dayanması o dönemde henüz modernite ile ilgisi olmayan bu ilkel toplulukların yaşamı anlamlandırma ve devam ettirme bağlamında oyundan faydalandığını göstermektedir. Bu da oyunun çocukluktan itibaren hayal gücü ve gerçeklikle gündelik yaşama etki eden bir tavrı olduğuna işaret etmekten geri durmamaktadır. Oyunun farklı tanımlamalarının bulunması, insanlık tarihine paralel olarak yaşamın her evresinde yer almasındandır.

Bu görüşe paralel olarak Ördem ve Filiz (2018) çalışmalarında oyuna kültürel kodlarla gerçekleşen bir etkinlik gözüyle bakmışlardır.

Çalışmanın ruhuna en uygun tanımlama ise oyun kavramının endüstrileşmesini göz önüne alan bir tanımlamadır:

“Nicel ve değişken sonuçları olan, farklı sonuçlara farklı değerlerin karşılık geldiği kural bazlı sisteme oyun denmektedir. Oyuncu bir sonucu etkilemek için çaba sarf eder ve sonuca duygusal olarak bağlıdır.” (Juul, 2005:36 akt. Şekeroğlu ve Özüdoğru,2018, 2:8)

Literatürdeki farklı tanım ve kategoriler incelenip oyunun kesinlikten uzak sınıflandırma biçimleri göz önünde bulundurulduğunda oyunun istikrarsız ve dinamik bir yapısı bulunduğu görülmektedir. Oyun, bilişsel etkilerinin yanı sıra kimlik oluşturmaya ve gruplanmaya elverişli olması bakımından kültürel bir aktarım aracıdır. Aynı zamanda oyun geleneksel ya da dijital olmasına bakılmaksızın bir ticari unsurdur. Oyunlar bir reklam ve pazar ürünüdür. Oyuncu, bir tüketicidir ve oyunla inşa edilen kimlik bir tüketici kimliği, oyunla inşa edilen kültür bir alt ise kültürdür. Bu alt kültür zaman zaman ağların ağı olarak nitelendirilen internet ile gerçekliği ekarte ederek apaçık popüler kültüre dönüşmektedir.

1.2. Oyunun Tarihçesi

Oyun insanlıkla var olmuş, insanlık ile birlikte değişmiş ve gelişmiştir. Oyun bireyin dış dünyayla etkileşim biçimidir dolayısıyla toplumun geçirdiği her değişim süreci oyun kavramını da etkilemektedir. Bu etkileşim, diğer bir ifadeyle sosyalleşme, yaşam boyu sürer; dolayısıyla “oynama” davranışı ve arayışı da yaşam boyu devam eder. Materyaller, yöntemler hatta sistemler değişse de oyun her çağda yeni bir boyut kazanarak kendisine yer bulur ve var olur.

Oyun oynamak bireyin doğumdan itibaren dış dünyayla etkileşime girme, öğrenme yöntemidir. Bu öğrenme biçimi bireyin anne ile olan bağlarıyla başlayıp yaşam boyu aradığı bir pratik biçimdir. İnsan her yeni kavramı ve olguyu oyunlaştırarak öğrenir. İletiyi oyunla alır “*feedback*” yine oyun içinde verir. (Akt. İnan,2018)Bu mekanizma sosyal bir etkileşim biçimidir. Bürünülen roller içinde kişi suni bir toplumun ögesi olur. Davranış geliştirir ve sergiler. Daha sonra “mış gibi” yaptığı her rol, karşı karşıya

kaldığı durumlarda revize edilerek yeniden canlandırılır. Oyunun bir diğer örüntülenme dinamiği, kişinin bulunduğu sosyal çevredir. Her oyun kurgusu bakımından sosyal yaşamın bir yansımasıdır. Geleneksel dönemde “evcilik oyunu” kadın ve erkeğin keskin rollerde oynadığı bir oyunken “Sims” adlı dijital oyun kadının yaşamını dekore ettiği, tarzını yarattığı nispeten oyuncuya alan tanıyan bir biçimdedir.

1.3. Oyunun Kuramsal Gelişimi

Eğitim kuramcılarında Piaget ve Vygotsky farklı perspektiflerden de olsa oyun oynamanın gelişimsel etkilerinin yadsınamaz boyutta olduğunu belirtmişlerdir. Oyun bir öğrenme öğretme, gösterme biçimi olması sebebiyle var olan oyun kültürünü var olan toplumsal yapı üzerinden okumak oldukça verimli bir yöntemdir.

2020 yılında Vatandaş oyun oynama davranışının işlevsel ve anlamsal döngüsünü irdelediği çalışmada bu davranışı eğitim bilimcilerden farklı olarak fiziksel kuramlar ışığında değerlendirmiştir. Oyuna dair kuramlar açıklanırken iki ana başlık oluşturulmuştur. Bunlar; klasik ve çağdaş oyun kuramlarıdır. Klasik kuramlardan ilki evrimci sosyolog Herbert Spencer’in Fazla Enerji Kuramı’dır. Bu kuram kabaca insanın temel yaşam döngüsünden arta kalan enerjiyi atabilmenin yararlı bir yolu olarak oyun oynamayı öngörmüştür. Buradaki kritik değerlendirme ise oyun oynamanın daha çok çocuklara atfedilme sebebidir. Spencer’e göre ebeveynlerin çocukların temel ihtiyaçlarını karşılaması sebebiyle çocuklarda oluşan enerji açığının daha fazla olmasıdır. (Spencer, 1891:378)

Spencer’in bu kuramı sokak oyunları için enerji atma, sosyalleşme açısından oldukça makul sebepler dizini sunmaktadır. Ancak teknoloji ile bezenmiş bir dönemde oyunlar masa başında, telefonlarda oynanmaktadır. Bahsi geçen enerjiyi atmak bir yana hareketsiz bir yaşam tarzı popülerleşmiştir.

Klasik dönem kuramlarından diğeri eğitim bilimcilerden Herzinger’in Rahatlama Kuramı’dır. Spencer’in aksine Herzinger gündelik yaşamın insanın enerjisini tüketmesi sebebiyle kaybedilen enerjinin sosyal faaliyetlerle yerine konulduğunu ifade etmektedir. Bu kuramda bahsi geçen faaliyetler daha çok dans, spor gibi doğrudan insanlarla etkileşim kurulabilecek faaliyetlerdir. Modern yaşamda

karşılığında bakıldığında ise uygulamalar üzerinden oyun oynayan iletişime daha kapalı bir insan profili izlemek mümkündür (Pehlivan, 2005).

Diğer bir kuram ise yine evrimci görüşün temsilcilerinden psikolog Karl Groos'un Hazırlık Kuramıdır. Bu kuramın temelindeki anlayışta ise oyun oynamak toplumsal yaşama adaptasyon açısından bir ön hazırlıktır. Groos'un ifadeleri klasik döneme işaret etse de modern yaşamda da güncelliğini korumaktadır. Örneğin gençler arasında belli başlı oyunlar ve jargonlar bulunmaktadır. Gruplara dahil olmak, gruplara ait olmak ya da gruptaki bireyler tarafından onaylanmak için popüler bu dile aşina olmak oldukça önemlidir. *GTA* adlı strateji oyunu oynayan insanlar için hilelerin, kodların paylaşıldığı sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Benzeri oyun içi stratejiler için birçok forum örneği verilebilir. (Groos, 1901).

Klasik yaklaşımlardan sonuncusu da Stanley Hall adlı psikoloğun Tekrarlama Kuramıdır. Bu kuram hazırlık kuramının aksine oyun oynamanın içgüdüsel bir eylem olduğunu kabul eder. İnsan ilkel tutumlarını toplumsal yaşama entegre ederek oyun oynar bu açıdan "oyun oynamak" insanın doğasında biyolojik bir kalıntı olarak vardır. İnsanın oyunlaştırarak öğrendiğini ya da oyunlaştırarak öğrenmenin zaten insanın içinde olduğunu belirtir. Yaklaşımı dijital oyun üzerinden okumak gerekirse avcı toplayıcı insanın faaliyetleri sokakta kaçma, yakalama olarak görülmüş teknoloji çağında ise kaçma, saklanma, yakalama, vurma (avlama) gibi unsurların olduğu oyunlarla birlikte ekran üzerinden devam etmiştir. Hall'e göre oyun dinamiği öğrenilmemiş, hatırlanmıştır. (Hall, 1883).

Oyuna dair çağdaş kuramlar ise Vatandaş'ın çalışması ışığında ikiye ayrılmıştır. Bunların ilki Sigmund Freud'un Psiko-dinamik Kuramı diğeri ise Jean Piaget'in Bilişsel Kuramıdır. Freud oyunu psikolojik anlamda isteklerin doyurulması etkinliği olarak görmüştür. Kilit noktası ise bireyden başlayıp toplumsallaşan duygu ifade ediş ve aktarım biçiminin oyun içerisinde şekillendiğini dile getirmesidir. Piaget ise oyun gelişiminin birey gelişimiyle ilgili olduğunu ve tıpkı bireyin gelişimi gibi evreleri olduğunu belirtmiştir. Piaget'in yaklaşımına sosyolojik olarak bakıldığında iletişim faaliyetleri açısından gelişmiş bir toplumun bireyleri özelde oyun oynama becerilerini evreleri açısından sağlıklı geçirmiş bireylerdir(Freud, 1953 & Piaget, 1977).

Anlaşılacağı üzere oyun oynama faaliyetinin müzikten fiziğe, sosyolojiden anatomiye birçok alanla ilgisi bulunmaktadır. Oyun oynama davranışının yapıcı ve yıkıcı sonuçları her dönemde farklı bilim dallarının çalışma alanı olmuş, teorisyen bu konuda bakış açısı geliştirmiştir. Ellis'in oyun kuramları sınıflandırması, oyun kuramlarının tarihsel çerçevesini sunmaktadır.

1. Klasik Kuramlar	
Enerji Fazlası 1:	Hayatta kalmak için enerji fazlasının tüketilmesigereksinimi.
Enerji Fazlası 2:	Uzun süre tepkisizlikten doğan tepki verme eğiliminin artması.
İçgüdü:	Oyunsal etkinlik üretmek için öğrenilmemiş yeteneklerin kalıtım yoluyla iletilmesi.
Hazırlık:	Yeni tepki verme yöntemlerinin öğrenilmesi, ileriki hayata öğrenilenlerle hazır olunması.
Yeniden Özetleme:	Türlerin gelişim tarihinin özetlenmesi.
Rahatlama:	Bireyin iyileşmesi için çalışma eylemi sırasında oluşturduğu tepkilerden daha farklı tepkileroluşturması gereksinimi
2. Yakın Geçmişe Ait Kuramlar	
Genelleştirme:	Oyuncuların çalışma eylemi sırasında yapmaya değer buldukları, fayda sağladıkları eylemleri oyun deneyimlerinde kullanmaları.
Fayda Sağlama:	Oyuncuların çalışma eylemleriyle karşılayamadıkları ruhsal gereksinimlere cevap bulma ihtiyaçları.
Rahatsız Edici Duygulardan Kurtulma:	Karmaşık duyguları zararsız biçimde, toplumun onayı dahilinde ifade etme yolu olarak kullanılması.
Psikoanalitik 1:	Oyuncunun yaşadığı kötü tecrübeyi, ciddiyetini ve benzeyişini azaltarak oyunsal biçimde tekrar etmesi.
Psikoanalitik 2:	Oyuncunun yaşadığı kötü tecrübedeki rolünün edilgen olandan etken olana değiştirilerek olayıtekrar edilmesi.
Gelişimi destekleme:	Çocuğun zihinsel ve fiziksel gelişimini sağlaması.
Öğrenme:	Öğrenme eylemini oluşturan her durumun süreci.

3. Modern Kuramlar:	
Harekete Geçirici:	Bireyin ilgi duyma ve teşvik olma seviyesinin artması için kendi ve çevresiyle etkileşim yaratma gereksinimi.
Yeterlik/Etkin Olma:	Çevrede etki yaratma gereksinimi.

(Tablo 1.1, Akt. Ak,2006)

1.4. Oyunun Tarihsel Değişimi

Oyun, kültürün bir parçasıdır. Sosyal yaşamda kullanılan araç-gereçler oyunların içerisinde de kullanılır. Antik çağlarda oyun malzemesi doğa iken insanlığın atladığı her çağda oyun materyalleri gelişmiş nihayetinde teknolojiyle birlikte ekrana taşınmış, dijitalleşmiştir. Kültürden kültüre değişim gösterdiği noktalar olsa da oyun evrensel boyutta düşünüldüğüne ortak bir kültür yaratmıştır. Örneğin her kültürde sokak oyunları, kutu oyunları, dijital oyunlar vardır. Oyunlar farklılık gösterse, dijitalleşme toplumsal olarak aynı zamanda yakalanmış olmasa da oyun evrensel bir etkileşim alanıdır ve türleri biçimsel farklılıklara rağmen baş göstermiştir.

Yapılan kazılarda, Antik Çağ'a ait oyun gereçleri ve oyuncaklara rastlanmıştır. Kil, kemik, ahşap kullanılarak yapılan oyuncakların yanı sıra oyun oynamaya uygun alanlar da keşfedilmiştir. Mısır uygarlığına ait oyuncaklar tarihin ilk oyuncakları olarak kabul edilmiştir. Firavun mezarları içerisinde çıkarılan oyuncak bebekler formu bakımından günümüz oyuncaklarına oldukça yakındır. Bunlar dışında Mısır'da Orta Krallık dönemine ait eserlerde tahta üzerinde oyun oynayan insanları gösteren heykeller, el vurma oyunu oynadığı görülen kız çocuklarının resmedildiği duvar resimleri bulunmuştur. Anlamını hala yitirmemiş oyunlardan topaç, tavla, kâğıt oyunları da Yunan uygarlığına ait eserlerde gözlemlenmiştir. Bizans dönemine ait objeler üzerinde yine oyun oynayan çocuklar resmedilmiştir (Canlı & Demirarslan, 2020).

Ortaçağ'a hakim olan gelişim karşıtı tutum, oyun kurma ve sergileme etkinliğini de etkilemiştir. Oyun oynamak okullarda yasak olduğu gibi özellikle fiziki oyunlar oynamak, ritmik figürler sergilemek günah olarak görülmüştür (Akgül &

Öztürk, 2004). Ortaçağ'ın kaotik atmosferi gündelik hayatı bir savaş ortamına dönüştürmüş, oyun oynamak faydasız bir eylem olarak görülmüştür. Oyun yerine savaş pratiği yapmak oyun oynamak sayılmaktaydı. Güreş, okçuluk gibi sporlar yaygın ve askerlik ile ilintili olduğundan zorunluydu. Ancak top ile oynanan oyunlar askerlik oyunu ile ilintili görülmediğinden yararsız bir eylem olarak görülmüştür. Oyun, stres atmak dışındaki anlamlara işaret etmekteydi. Askerlik, savaş dışında oyun oynamak ekonomik sınıfı da belirleyen bir unsur olarak da görülmektedir. Üst sınıf ailelerin çocuklarına ait gösterişli oyuncaklar, orta-alt sınıfa ait basit kuklalar yapılan kazılarda dönemin sosyo-ekonomik durumuna dair fikir sunmaktadır(Onur,1992).

Yakın çağda ise oyunun materyal ihtiyacı ve bu materyallere olan rağbet fark edilmiştir. Oyuncaklara gerçekçi bir form kazandırmak temele alınarak çalışmalar yapılmış; tahta, bez, ip gibi basit malzemelerle yapılan hareketleri kısıtlı oyuncaklar hamur kalıpları kullanılarak yapılmıştır. Kuklasal özellikler gösteren oyuncaklar eklemlerin eklenmesiyle gerçekçi bir görüntü kazanmıştır. Almanya başta olmak üzere sanayi faaliyeti gösteren ülkelerde oyuncak artık bir sanayi ürünü olarak görülmüş, düzenli üretim yapılmıştır. Porselen, plastik gibi ham maddelerle oyuncak üretiminde alternatifler aranmış ve üretim yapılmıştır. Yaygınlaşan tek tip oyuncaklar hızlıca bir ortak kültür oluşturmuş bu oluşan evrensel oyun kültürü tek tipleşme olarak görülmüş ve eleştirilmiştir. Bir sanayi alanı olan oyun, bir rekabet atmosferi oluşturmuştur (B.Onur, Çeviri Ed., 1991).

Oyun, anlamını 20.yy'da genişletmiştir. Modern dünyada her olgu oyunlaşmıştır. Siyaset, politika, sanayi tümüyle stratejik oyunların hapsindedir. Oyun bu bakışla, geliştiren bir araç değil bir manipülasyon yöntemine dönüşmüştür. Her anlamda faydasız ve gereksiz bir aktivite olarak görülmüştür. "Oyun yapmak" bu noktadaki anlam kaymasını nitelendirmektedir. Oyunun kuralları, kuralların ihlalden doğan cezalar, yenilgiden doğan hırs oyunun negatif yanlarının göz önüne alındığı bir tutumdur.

Eğlence aracı olarak görülen oyun, sokaktan ekrana taşınırken deforme olmuştur. Teknolojinin şeffaf paylaşım olanağı şiddeti, aşırı cinselliği oyun içeriğine entegre etmiştir. Kültürel farklılıklar bulanıklaşmış, oyun aracılığıyla oluşan sanal kimlik inşası benzer değerler üzerinden motiflenmiştir (Gülsoy,2019).Yeni bir

gerçeklik yaratmaya elverişli bu dünya, ihtiyaçları açısından dev bir pazara dönüşmüştür. Aynı zamanda Antikçağ'da ellerini birbirine çarparak oyun oynayarak vakit geçiren çocuk yahut oyuncu, dijital oyunlar içerisinde bir kültür bombardımanına tutulan, hızlı hareket etmesi gereken, engeller yığına karşı mücadele etmesi gereken, hırslı ve agresif bir oyuncuya dönüşmüştür. Bu noktada oyun eğlenmekten çıkıp stratejik bir ortama evrilmiştir. İnsan çevresinin bir ürünüdür dolayısıyla modern insan, oyunlar içinde var olan sanal kimliklerin birer uzantısıdır.

1.5. Oyunun Mekânsal Değişimi

Çağlar boyunca değişen fiziki çevre oyun oynama kültürünü de etkilemiştir. Oyun Antikçağda geniş ve açık alanlara yayılan insan topluluklarıyla kendine mağara duvarlarında, kaya parçaları üzerinde yer bulmuştur. Bu kültürel ortamlarda oyunlar daha çok fiziki ve temas gerektiren oyunlar olarak göze çarpmaktadır. Tarihsel gelişim başlığında söz edilen kazı çalışmalarında ortaya çıkan görseller oyuncuların geniş düzlükler üzerinde oyun oynadığını desteklemektedir. Öte yandan uygarlıklar gelişip ekonomik rekabetler, politikalar geliştikçe açık alan insanları sanayileşme ile kentleşmeye, kentler kendi içinde mahalleleşmeye başlamıştır. Bu noktada yine yaşamın içinde oyun oynama sistemi devam etmiş ancak açık hava oyuncuları sokak oyuncularına dönüşmüştür. Sokak kaldırımlarında kurulan oyunlar özellikle çocukların benlik inşasında etkin rol oynamıştır.

Sokak kavramı köklü ve nostaljik görünse de değişim doğrudan sokaktan ekrana biçimde görülmemiştir. Gelişigüzel sokak oyunları güvenlik unsuru bakımından yetersiz görülmüş, sokak yerini oyun parklarına, oyun salonlarına bırakmıştır. İnsanın kısıtlanışını bu dönüşümden izlemek mümkündür. Açık havadan sokaklara konumlandırılan çocuklar yükselen kent yapıları arasında bir rahatsızlık ve tehlike geçirmiş, oyun salonlarına sığınmıştır. Bu oyun salonları, parklar tıpkı dijital oyunlarda olduğu gibi “başka bir dünya” yaratmıştır. Dijital oyunların kişiyi gerçeklikten koparıp yeni bir gerçeklik kurmaya itmesi üzerinde durulsa da bu gerçeklik inşası sokak kültürünün kendi içinde parçalanmasıyla başlamıştır. Kurallara itaat eden bir başka deyişle kuralları yalnızca eğlenmek için kullanan tekdüze oyuncular, yeni bir oluşumda yeniden itaat etmeyi reddetmiş, keşfetme süreci başlamıştır (Vatandaş,2020).

Teknoloji sosyal yaşama dahil olmaya başladığında toplum çoktan kabuk değiştirmiş, teknolojiyi bir güç simgesi olarak yaşamlarına dahil etmiştir. Teknolojinin getirdiği pratikler ekonomik durumun bir göstergesidir. Bu anlamda modern insan kentte gücün, hırsın ördüğü duvarlardan ancak daha “fazlasını” alarak tırmanabilmektedir. Teknoloji “modern insanın” yaşamına girerken onu insanla birlikte değerlendirmek gerekmektedir. İnsanın hareketsiz, gerçekten kopuk, hırslı ve rekabetçi tutumu doğrudan teknolojik araçların art niyetli inşasıyla açıklanamaz, insanın teknolojiyi kullanma biçimi bireysel bir tercihtir. Anlamı geliştirmek gerekirse popüler oyunların baş göstermesi, bir pazara dönüşmesi, ortak bir kültür oluşturması tüketicinin kullanım tercihiyle ilintilidir. Sokaktan, ekrana taşınan oyun artık masum bir eğlence aracı olmaktan çıkmış bir “güç” simgesine dönüşmüştür. Toplumların fütursuz oyun yarışı içinde oyun endüstrisi devasa bir büyüme göstermiş oyuna “iş” anlamına gelen bir tutum geliştirilmiştir. Oyuncunun sanal dünyadan ayrılmasını istemeyen oyun üreticileri oyuncuyu sistem içinde aktif tutmak için ona sınırsız imkânlar tanımış, oyun içinde kalması için stratejiler geliştirmiştir. Daha güçlü hissetmesi adına oyunculara zaman zaman basit strateji tüyoları / hileleri sunmuş, bölüm sonlarında oyuncuyu motive etmiş (Harikası devam et, usta rozeti kazandın vb.), iletişim kurabileceği chat(sohbet) odaları oluşturmuş ve gerçeğe duyduğu ihtiyacı minimum seviyeye indirmiştir. Sokaktaki ihmale açık, eğlenen ve sosyalleşen oyuncular dijital oyunlarla birlikte istedikleri denli güçlü birer kimlik inşa edebilecek yetiye sahip “yarışçılara” dönüşmüştür.

1.6. Türk Coğrafyasında Oyun

Oyun oynamak somut ve işlevsel anlamının yansırı bir kültür unsurudur. Oyunlar, kültürel aktarımlar yoluyla nesilden nesille geçer ve insanlar arasında bağlar oluşturur. Özellikle çocukluk yıllarında oynanan oyunlar döneme ait fikirler verir. Sözlü dönem ürünleri kayıt altında olmaması sebebiyle yapılan arkeolojik kazılar neticesinde elde edilen duvar çizimleri, heykeller, kabartmalar üzerinden anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Bir diğer yöntem de dini gelenekler üzerinden oyunun izleğini sürmektir. Türk coğrafyasında hakim olan konargöçerlik sebebiyle Türkler sık sık din değiştirmiş yahut din üzerine toplumsal gereklilikler üzerinden yeni formlar getirmişlerdir.

İslamiyet öncesinde Uygurlar ile tarihte ilk kez duyulan “maniheizm” Türklerin yaşam standartlarına alışık olmadıkları bir düzenleme getirmiştir. Bunun yanında Kırgızların Rus kültürü ile etkileşim içerisinde yakınlık duyduğu “Şamanizm” gelenekler üzerinde etkilerini göstermiştir. Bu etkilerden biri de oyun geleneğidir. Dini ritüeller esnasında kullanılan alana “saha” yahut “saha oyunu” denmiştir. Ritüel esnasında giyilen kıyafete ise “oyun tangasa” yani “oyun giyimi” denilmiştir. Buradaki oyun tam anlamıyla boş vakti doldurmak, içerisinde kazanmak kaybetmek üzerine kurulu bir sistemden yok bir armoniyle tanrıya yahut ataya yemin etmek diğer bir anlamıyla ibadet etmek anlamına gelmektedir. Niteliğinden ziyade kurgulanma biçimini merkeze almak gerektiğinde sahneleme, oyunlaştırma ve dile giren “oyun” kelimesi başlangıç noktasında birçok alandan olduğu gibi dini inanıştan da etkilenmiştir (Gömeç,1998).

İlk yazılı eserlerin ardından 11. Yüzyılda İslamiyet etkisindeki yazılı eserlerin hakimiyeti görülmektedir. Kavramların ve kültürel öğelerin karşılıkları açısından Türk tarihinde ilk eser Kaşgarlı Mahmut’un Divanü Lügati’t-Türk isimli sözlüğüdür. Ansiklopedik bir sözlük olan eserde oyunun anlamı, oyun esnasında uyulacak kurallar ve “oyuncak/ materyallere” dair bilgiler yer almaktadır(Serbest,2019).

Eserde yer alan tanımlardan bazıları şu şekildedir (Atalay,1985):

büdhi- : “oynamak, raks etmek”

büdhüş- : “oyunda yarışmak”

büdhüt- : “oynatmak”

büdhik- : “oyun

büdik- : “oynayış, zıplayış”

kutruş- : “oynamak, sevinmek”

oyna- : “oynamak”.

oynagu- : “oynagu yêr”

oyun- : “oyun”

tepreş- : “oynamak”

Kaşgarlı Mahmut'un eserinde Uygur Türklerinin *Münğüz Münğüz* adlı sözlü oyunlar oynadığına dair bilgiler yer almaktadır. "Çelik Çomak, Ceviz Oyunu, Aşık Oyunu, Karagünü, Bandal, Çengli Mengli" gibi çocuk oyunlarının yanında yetişkin oyun ya da yarışlarından da söz edilmektedir. Türklerin ata sporu olarak kabul edilen güreş, ok atma yarışmaları, at yarışı gibi oyunların da yaygın olduğu bilinmektedir(Türktaş,1999).

Özellikle savaşçı özellikleri göz önünde bulundurulduğunda Türklerin oyunlar aracılığıyla askerlik alanında kondisyon kuvvetlendirmek açısından oyundan faydalandıkları görülmektedir. Aynı zamanda bunların birer etkinlikten çok yarış olarak nitelendirilmesi savaşçı özelliklerini yalnızca fiziksel anlamda değil " kazanmak" duygusunu da aşılama amacı taşımaktadır. Başarının etmenlerinden motivasyon ve pratik oyunlar üzerinden gerçekleşmiştir.

Spor, fiziksel görüntüyü destekleyici bir faaliyet olarak kabul edilse de içerisinde bulunan örüntü açısından bir oyun olarak kurgulanır. Bu kurgu bir kültür ögesidir. At yahut atçılık kültürü avlanma mantığı ile başlamış, atın kullanım alanı evcilleştirme ile genişlemiştir. Ardından bu alan için alternatifler bulunmuştur, atlı sporlar toplumun çevikliğini desteklemiştir. Ancak at binmek tıpkı oyun düzeylerinin eklenen öğelerle çeşitlendirilmesi gibi çeşitlendirilmiştir, at üzerinde ok-yay atma geleneği başlamıştır. At üzerinde gösterilen bu performans bir disiplin ve koordinasyon ürünüdür. Yalnızca bir oyun olamayacak kadar stratejik öneme sahiptir ki Türkler bir savaş yöntemi olarak at üstünde ok-yay atma geleneğinde ustalaşmışlardır (Türkmen,2019).

Atçılık ya da at binme geleneği içindeki bu oyun dengesi o denli güçlüdür ki Türkler için yalnız bir oyun, eğlence ya da evcil hayvan niteliği ortadan kalmış bir ulusun kimliği niteliği taşımıştır. Kazanılan askeri zaferler sonrasında bu kültür bir emsal olarak kabul edilmiş ve Türklere ekonomik bir kapı da aralanmıştır. Orta Asya Türkleri için Batı'ya at ihraç etmek askeri namın yanında ekonomik bir avantaj da sağlamıştır (Türkmen,1996).

Bu zincire bakıldığında açıkça insanın herhangi bir materyal ile kurguladığı oyunu ne denli geliştirebileceği, geliştirdiği oyunu ne amaçlarla kullanabileceği ve bir oyunun o ulusun kültüründe ne denli başat bir özellik halini alabileceği okunmaktadır.

Oyunlar basit yapılar değil; içlerinde kültürel, sosyal, askeri, ekonomik unsurlar barındıran bileşenlerdir.

Toplumların fiziksel ve zihinsel gelişimini etkileyen bir karakter yaratan oyunlar yalnızca sportif bir eylem değildir. Atçılık üzerinden fiziksel bir oyunun etki alanını fark edip bir yanılgıya düşmek olasıdır, ancak; Türkler askeri stratejilerini bugün kutu oyunları yahut zihin oyunları denilebilecek oyunlar üzerinden de çeşitlendirmiştir. Bu strateji oyunlarından biri “mangaladır.”

Etimolojik kökeniyle ilgili fikir birliğine varılamamış ve birçok isimle anılan bu oyunun dünya tarihine Türkler tarafından kazandırıldığı kabul edilmektedir. Kurnazlık, direnç, alternatif üretme, ön görü, hafıza kabiliyetlerine dayanan bu oyunun her çağda bulunabilecek en basit materyallerle oynandığı görülmüştür. Oyun görselden çok bakış açısı geliştirme üzerine kurgulanmıştır. Özellikle Osmanlı döneminde şehzadelerin bu oyunu oynadığını ve savaş alanlarındaki strateji geliştirme konusunda pratik kazanmak üzere mangaladan destek aldığını söylemek dönem araştırmaları ışığında mümkündür (Kul,2018).

Bir taş oyunu olarak kabul edilen zekâ oyununun içerisinde bulunan “hamle” ögesi siyasi bir pratiğe dönüşmüştür. Yönetimde söz sahibi kişilerce tercih edilme sebebi öngörmek ve bir sonraki siyasi hamleyi planlamak şeklinde yorumlamak mümkündür. Mangala, satranç vb. zeka ve strateji oyunlarının siyasi alanda da etkileri bulunmaktadır. Türk coğrafyasında askeri ve siyasi alandaki zaferlerin arka planındaki etmenlerden biri de fiziksel ve zihinsel oyunların başarısıdır. Oyunların kurulması, geliştirilmesi ve uygulanmasında yakalanan ivme askeri ve siyasi alana da yansımıştır.

Oğuz Türkleri ile başlayan Osmanlı’da popüler olan ve günümüzde de düzenli biçimde şölen halinde oynanan bir diğer sportif oyun da güreştir. Güreş sporu içinde güç gösterisinin yer alması sebebiyle dövüş oyunları içerisinde yer alsa da “yiğitlik” özelliği dışında da anlamları bulunmaktadır. Bu anlam güreşin bayram, kutlama vb. etkinliklerde olmazsa olmaz bir gösteri olarak kullanılması ile ilgilidir. Ancak güreşi atçılıktan ayıran unsur; sanatsal etmenlerle süslenmesidir. Güreş müsabakalarında müzik unsuru ön plandadır. Bu da güreşi doğrudan dövüş sporu olmaktan çıkarıp seyir zevkine hitap eden bir gösteriye dönüştürmektedir (Altınölçek,2010).

Özellikle sportif oyunlarda toplum yapısının bir yansıması olarak erkeklerin ağırlıklı faaliyet gösterdiği görülmektedir. Atçılık yahut güreşte oyuncular ağırlıklı olarak erkeklerdir. Bunda savaş meydanında da erkek ağırlıklı bir ordunun olması etkilidir. Mangala harem içinde ya da halk tarafından oynansa da stratejik pratikler şehzadeler, dolayısıyla padişahlar üzerinden okunabilmektedir. Ancak oyun gelişimindeki temel unsur çeşitlilik ve aşamadır. Bir bölüm diğerinden farklı öğeler içermek zorundadır, bu etmen oyuncuyu oyun içerisinde motive etmektedir. Atçılık disiplinli ve sert bir oyunken fiziksel oyunlardan güreş; şiirler, müziklerle desteklenmiştir. Atçılık ordu üzerinden pratiğe dökülürken güreş bayram, kutlama üzerinden pratiğe dökülmüştür. Diğer bir unsur olan seyirci, takım vb. insan topluluğu savaş meydanından şölen alanlarına taşınmıştır. Türk coğrafyasındaki oyun hayatta kalabilmek adına başlamış ancak işitsel ve görsel öğelerle desteklenerek toplumun her kesiminin bir araya gelebildiği birer etkinliğe dönüşmüştür.

Oyunlar askeri, stratejik anlamda destek sağlamasına ek olarak toplumun sanat, edebiyat gibi alanlardaki gelişimine de katkıda bulunmuştur. Oyunlar dekorlarla, metinlerle desteklenerek tiyatro sahnelerine taşınmıştır. Bunların kült örneklerinden biri gölge oyunu olan Karagöz ve Hacivat'tır. Gölge oyununun tanrısal bir imge olarak algılanışı ve bu imgeyi ifade etme isteği oyun kültürü ile iç içe geçmiştir. Yazılan edebi eserler veya diyaloglar görsel öğelerle süslenmiş bir akış doğrultusunda izleyiciye sunulmuştur. Bu noktada oyunun bir ifade ediş biçimi olduğu çıkarımını yapmak mümkündür (Yerdelen,2011).

Oyunlarda bulunan öğelerin toplamına bakıldığında fiziksel gelişim, askeri gelişim, siyasi yönetim, edebiyat, sanat ve müzik iç içe geçmiştir. Her öğe diğerini besleyerek bir temsil halini almıştır. Bu temsil, kültürel özelliklerin desenini oluşturmaktadır. Türk coğrafyası özelinde iyi ok kullanan asker, atlı asker, kurnaz ve külyutmaz yönetici, bayramlara coşku katan “yiğitlerin/ pehlivanların” meydan kapışmaları, sahneye taşınan tipler her ulus için belirleyici olmuştur. Oluşan kültür form değiştirerek nesilden nesle aktarılmıştır. Bu anlamda, oyun kültürü ulusların kimliğidir.

Oyun kültürün temelidir.¹

Johan Huizinga'ya göre kültür ve oyunun ilişkisi iç içe geçmiş bir ilişkidir. Ancak bu ilişkideki oluşturucu güç oyundur. Kültür insanla var olmuş ancak oyun diğer canlı formları tarafından da kullanılmıştır. Ancak kültür doğrudan oyundan kopmuş ve oluşmuş bir parça değildir. Oyun içinde gelişmiş, “kültür oyunu” denilebilecek bir biçimde oluşmuştur. Sosyal, siyasi ve ekonomik etmenlerle birlikte kültürün oyunun dışında algılanması olasıdır. Fakat tarihçi Huizinga oyuna dair geliştirdiği kuramlarda bu ayrımı özellikle vurgulamaktadır (Akt. Dumangöz & Çavuşoğlu, 2022)

Kültürlere özgü oyun biçimleri, simgesel anlamları çözümlendiğinde toplum yapısını açıkça gözler önüne sermektedir. Türk toplumu henüz konargöçer vaziyette iken basit materyaller aracılığı ile bir edebiyat, sanat geleneği oluşturmuştur. Bu gelenek mağara duvarlarına resim yapmak dışında mağara duvarlarına atlı insanları resmetmek şeklinde değerlendirildiğinde o dönemde oyunun kültür üzerindeki etkisini görmek mümkündür. Diğer yandan şölen, bayram vb. kutlamalar Türk toplumunun karakteristik bir özelliğidir. Dolayısıyla bu şöleni daha gösterişli kılmak amacıyla birçok öğeden faydalanılmıştır (Çebi vd.,2018). Müzik eşliğindeki güreş müsabakaları, ramazan ayı ile özdeşleşen gölge oyunu buna örnektir.

Toplumların karakteristik özellikleri oyun içindeki tiplerle sembolleştirilebilmektedir. Türk toplumu üzerinden gitmek gerekirse “yiğit Türk” algısı ile ikili mücadele söz konusu olduğunda oyuncular daha sert, daha güçlü bir imaj çizmektedir. Sportif oyunlarda çevik, zekâ oyunlarında alt edebilecek kıvraklık geliştirilmiştir. Bir diğer özel tutum ise nişan, evlilik üzerinedir. Türk coğrafyasındaki tipik kutlamalardan biri de evlilik merasimleridir. Bu merasimlerde gençlerin onay alması, evlenmek konusunda aileleri ikna etme süreci göze çarpmaktadır. Kız ve Kelin Kovuu oyunları içindeki nişan merasim oyunu bu oyun türüne örnektir. Bu oyunda aile rızasını alan çift binicilik kabiliyetlerini sergilemektedir (Türkmen vd.,2005).

¹ Huizinga, 1995

Gerek oynanış gerek söylem farklılıkları aynı toplum içindeki dahi bölgesel farklılıklar gösterse de genele bakıldığında oyun birleştirici bir etkiye sahiptir. Bu birleştirici ve bağdaştırıcı güç oluşturduğu kültürel kimliğe süreklilik sağlamaktadır. Türk tarihinin zamansal gelişimi içinde oluşturulan bu kapsayıcı kimlik, etnik çeşitlilik dolayısıyla yöresel değişimlere uğrasa da ortak deneyim ve beklentiler açısından bir bütün oluşturmaktadır. Bu bütün, toplumsal yapının uğradığı değişimde referans noktasıdır (Gündüz vd.,2018). Bahsi geçen yöresel değişimler oyunun özünde ciddi bir fark yaratmamıştır. Bu özden kasıt oyunun oynanış biçimi ve anlamsal niteliğidir. Ancak söylemler üzerinden oluşturulan yapı zaman zaman lokal anlamlara da gelmektedir. Bölgeler üzerinden seçilen temsili oyunlar ve oynanış biçimleriyle derlenen bir çalışma olan Başal'ın (2007) eseri üzerinden gidilecek olursa Akdeniz Bölgesi'nde yaygın olarak oynanan Kurt Baba, Dalıye gibi oyunlar genel olarak geniş düzlüklere ihtiyaç duyulan, kovalama yakalama üzerine kurulu oyunlardır. Akdeniz'de oynanış biçimi korunmuş ancak Marmara'da daha özelinde İstanbul'da şehirleşme etkisiyle daha dar alanlara taşınmıştır. Oyunun fiziki biçimi sınırlanmıştır. Araştırmada Ege Bölgesini temsil eden Patlanğeç oyunu çamurla oynanan bir oyundur. Bu oyun kurak bölgelerle coğrafi şartlara bağlı olarak materyal bağlamında değişime uğramıştır. Karadeniz Bölgesi'yle özdeşleşmiş Horon oyunu ülke genelinde kabul görmüş ancak oynanma hızı, pratikliği değişiklik göstermiştir. Horon esnasındaki müziğe eşlik etme kısmında da eşlik eden halkın kullandığı şiveye dair farklılıklar görülmektedir.

Oyunun Türk coğrafyasındaki gelişimi tarihsel bakımdan büyükşehirlerin oluşumu ile de farklılık göstermiştir. Oyunlar bireyselleşmiş yahut oyun grupları küçülmüş ancak Anadolu'da oyunlar sokakta, geniş arazilerde oynanmaya devam etmiştir. Oyun esnasında gelişen ilişki dolayısıyla oluşan sıkı yüz yüze iletişim ağı metropollere göre daha uzun soluklu olmuştur. Bu bağlamda güncelliğini koruyan oyun araştırmalarından Karaca'nın çalışmasında coğrafya etkisinden söz edilerek örneklem grubu olarak Çankırı yöresindeki çocuklar ve onların oynadıkları oyunlar seçilmiştir.

Oyun oynamak Türklerde daha özelleştirilirse Türkiye'de bu noktaya kadar olan anlamları dışında akademik eğitimlerde de kullanılmıştır. Askeri eğitim geleneğinin bir uzantısı olarak Türk eğitim sisteminde oyunla öğrenme, oyunlaştırarak

öğrenme de sık sık kullanılmıştır. Okul öncesi eğitimleriyle özdeşleşen oyun kavramı süreç içerisinde her kademedeki kullanılmaya başlanmıştır. Global dillerin kabul görmesi sonrasında yabancı dil eğitimlerinin öğretimi esnasında oyunla öğrenme sıklıkla tercih edilen yöntemler arasındadır.

Ait olduğu dilin ve kültürün dışına çıkan bireylere adaptasyon sürecinde; dili ve dolayısıyla deyimler, kalıp sözlerle bir kültürü tanımakla karşı karşıya kalması sebebiyle alternatif yöntemlerle yaklaşmak makbuldür. Bu yöntemlerden en etkililerinden biri oyundur, çevre oyunla algılanır bakışı Türkiye’de de benimsenmiş ve eğitim sistemi içerisine yedirilmiştir (Akt. Coşkun, 2008). Yalnızca dil değil temel derslerle de karşılaşılan her yeni kavram oyunlaştırılarak pekiştirilecek biçimde yöntemler belirlenmiştir.

Oyun gelişiminde irdelenecek diğer bir konuda oyun araç-gereçlerinin gelişimi ve değişimidir. Oyun gereçleri kullanıldığı malzeme, donanım, dayanıklılık bakımından ülke tarihi, ekonomisi vb. açıdan fikir vermektedir. At ticareti ile başlayan bu döngü bir oyuncakın satıldığı semtin adını almasına kadar varmıştır. Osmanlı döneminde oyuncak üretimi konusunda Eyüp semti aktif rol oynamıştır. Öyle ki dönemin oyuncakları “Eyüp Oyuncakları” ismiyle anılmıştır. Yurtdışından kalıplar getirilerek hazırlanan “kurşun asker” adıyla anılan oyuncak üzerinden ticari etkileşim, yerel üretim faaliyetleri faktörleri gözlemlenebilmektedir. Bu süreç oyuncak fabrikalarının kurulmasıyla yelpazelerini genişletmiştir (Akgül & Öztürk,2004).

Yamakoğlu’nun (2001) Türkiye’deki oyunlar üzerindeki araştırmalarında oyunlar esnasında kullanılan araç-gereçlere ve oynanma biçimlerine yer verilmiştir. Bunlardan biri “nal bir mih iki” adlı oyundur. Bir hedef alma oyunu olan bu oyun biçimi bakımından “bowling” adlı oyunu anımsatmaktadır. Oyunun özü kalmış ancak oyunun adından kullanılan materyallere kadar tümüyle değişmiştir. Miras adlı bir oyun ise renkli yağlı taşların çocuklar tarafından oyulması, yontulması üzerine kuruludur. Oyuncak fabrikalarının seri üretim döngüsü içerisinde yer alan bu misket benzeri oyuncak, kurulan bir oyundan çok satın alınan bir oyuncakla dönüşmüştür. Bu bağlamda oyun üretiminin ivme kazanması ve oyunun ruhunun kaybolması üzerine iki farklı bakış açısı geliştirilmesi mümkündür. Türk coğrafyasında; *yaşanılan illere göre*

değişiklik gösterse de çelik çomak, top, taş, ip, çam kozalağı, ot, ağaç gibi her türlü doğal materyallerin oyunlarda araç olarak kullanıldığı dikkat çekmektedir.²

Bu doğal materyaller daha ulaşılabilir olduktan sonra, fabrikalar tarafından çeşitlendirilmiş ve bir oyuncak piyasasına dönüşmüştür. Eyüp Oyuncakçısı ekolü yakın zaman Türkiye’inde anlamını yitirmiş materyaller önce markalar arası fiziksel rekabete ardından teknoloji etkisiyle dijital oyunlara dönüşmüştür. 90lı yılların sonuna doğru bahsi geçen oyunlar teknolojinin Türk insanının yaşamına girmesiyle bir dönüşüm sürecine girmiştir. Dijitalleşme başlığı altında ayrıca irdelenecek olan bu süreci kabaca özetlemek gerekirse bu kısma kadar bahsi geçen oyun inşası bilgisayar oyunlarına dönüşmüştür. Oyunların özü ve kurgulanış biçimi büyük oranda benzerlik gösterse de kuramcılar tarafından yadsınamaz kısmı fiziksel oyunun olumlu etkileri üzerinde şekillenmektedir. Dijital oyunlar bu anlamda oyuncuyu ekran başında pasifize etmektedir. Edilgen bir oyuncu ve sınırlı bir iletişim söz konusudur. Doğal yollardan elde edilen, ardından fabrikalarda üretilen oyuncaklar yerini satın alınan oyunlara bırakmıştır. Mangala oyunu dijital satranç, dama vb. oyunlara evrilmiştir. At, ok, yay, nişan alma gibi oyunlar asker figürleri, bibloları üzerinden devam ederken dijital anlamda ülke kurma ve temsili savaşıma biçimine dönüşmüştür. Türkler erken dönemlerde at binmiş ve doğrudan temas ederek oyun oynamış, sonrasında atı temsil etmiş (örneğin köy seyirlik oyunlarında bir sopa kullanılarak ata binme anlamı verilmesi) ardından *Ottoman Empire* oyununda dijital olarak savaşırken kullanmıştır. Bez, çaput gibi ürünlerin dikilmesi ile elde edilen bebekler ve onları giydirme kültürü yine moda-stil oyunları olarak varlığını sürdürmektedir.

Türk coğrafyasındaki oyun tarihi ve Türk toplum yapısının bu denli ilintili olması oyun kavramı her daim popüler bir araştırma konusu olmuştur. Ancak dijital dönüşüm sonrasında Türkiye’deki oyun araştırmaları yönünü dijital oyun kavramına çevirmiştir. Oyunların geçirdiği dönüşümü gözler önüne sermek aynı zamanda inşa edilen kimliğin niteliğini, değiştirilen kabuğun etkilerini de ortaya koymak anlamına gelmektedir.

² Özyürek,2019

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTALLEŞMEYE DAİR GENEL BAKIŞ

2.1. Dijitalleşme Nedir?

Dijitalleşme, bilgi toplumu tarafından özümsemiş gündelik yaşam pratiklerini değiştiren dinamik bir kavramdır. Alışlagelmiş alışkanlıklara getirdiği alternatifler ya da doğrudan yarattığı alışkanlık sebebiyle üzerinde tartışılan bir olgudur. Çağın dönüşümü açısından bakıldığında dijitalleşme yaşamı kolaylaştırma anlamına gelirken, geleneğin deformasyona uğraması sebebiyle bir kültürel yozlaşma aracı olarak görülmektedir. Kuşkusuz bir kavrama yüzde yüzüyle faydalı yahut faydasız demek beylik kalacaktır. Dijitalleşme kavramı, toplumun kazandığı hem olumlu hem de olumsuz ivme üzerinde oldukça etkilidir. Teknoloji ile bezenmiş günümüz toplumunda sosyal yaşamdan ekonomiye, eğitimden siyasete tüm alanlarda görülen değişimlerde başat faktördür.

Türk Dil Kurumu'na ait güncel sözlükte (TDK,2022) dijital birbirine yakın olan iki biçimde tanımlanmıştır. Bunlar; “sayısal”, “verileri bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi “ gibi tanımlardır.

Bahsi geçen tanımlamada dijitallik var olan tüm somut verilerin kodlama bakımından sayılara dönüştürülmesi, ses ve görsel öğelerle desteklenerek ekrana taşınması anlamına gelmektedir. Bu sayısal tanımlamaların ardından ise üzerine yorumlar geliştirilen asıl kavram “ dijitalleşmedir.” Dijitalleşme, sayısal veriler üzerinden değerlendiren somut ve robotik işlemin kültürel etkileşim ile insanları etkilemesi ve onları dönüştürmesidir. Bir veri aktarımı biçimde düşünülürse “dijital” uzmanlarca kullanılan gerçek dünyada insanların erişmesi yahut kullanması mümkün olmayan bir kavramdır. Ancak “dijitalleşme” insanların var olan sistem üzerinde faaliyet gösterebilmesidir. Bu faaliyet kaçınılmaz biçimde insanın alışkanlıklarını dönüştürmüştür. Dijitalleşme süreci iki farklı biçimde gerçekleşmiştir. Birincisi; var olan alışkanlıkların sanal ortama aktarımıdır. Örneğin; kitap okuma alışkanlığı basılı kitaplardan e-kitaplara dönüşmüş ancak alışkanlığın özü değişmemiştir. Diğer biçim ise; doğrudan dijital ortamda oluşmuş ve insanların değerlendirme imkânı bulmadan

adapte olduğu biçimdir. Bu noktada web siteleri, fotoğraf paylaşım siteleri örnek verilebilir (Şentürk, 2018: 32)

Tanımlanmaya çalışılan ve küçük nüanslarla ayrılan bu kavramlar toplumdan topluma hatta şehirden şehre değişmektedir. Teknolojik gelişmişlik ya da imkânlar bağlamında dijitalleşme oranı değişmekte dolayısıyla etkisi üzerine de farklı yorumlar getirilmektedir. Bu kavram “dijital uçurum”³ şeklinde adlandırılmaktadır. Bir diğer husus dijitalleşmenin kuşaklar arasındaki etkisine ilişkindir. Teknolojiye hâkimiyet açısından doğrudan dijital dünyaya doğan ve sonradan dijitalleşmeye maruz kalan kuşaklar arasında farklılıklar vardır. Bu durum “dijital yerli”⁴ “dijital göçmen”⁵ şeklinde açıklanmaktadır. Teknolojinin özellikle Türkiye’de gelişim sürecine bakıldığında henüz yeni bir olgu olduğu dolayısıyla “dijitalleşme” kavramı üzerine tanımlama, açıklama çalışmalarının sürdüğü gözlemlenmektedir. Bu sebeple kavram üzerine köklü bakışlar geliştirilmemiş ancak etimolojik anlamlardan yola çıkarak tanımlama çalışmaları sürmektedir.

Dijitalleşme; kültür, alışkanlıklar, tüketim açısından ilerleyen bölümlerde ayrı başlıklar ile irdeleneceğinden bu bölümde yalnızca etimolojik tanımlamalara, kabaca alanlar içerisindeki alt kavramlara yer verilmiştir.

Dijitalleşme üzerine yapılan çalışmaların çoğunda kavram, kitle iletişim araçları ve endüstriyel gelişim üzerinden tanımlanmıştır. Dijitalleşmeyi önce endüstri devrimi beraberinde getirdiği makineleşme ve makineleştirme üzerinden okumak yaygın olsa da dijitalleşme süreci sosyolojik bir araştırma nesnesi olarak yoğun olarak kültür üzerinden tanımlanmaktadır. Geniş bir yelpazeye yayılmış ve kontrol edilemez bu olgu, dağınık bir araştırma ağına sahiptir. TDK’nın tanımı ise tüm araştırmaların ortak tanımıdır. Kavramın güncelliği sebebiyle fazla geriye gidilememekte dolayısıyla tanım çeşitliliği sağlanamamaktadır. Literatürdeki çalışmalar da merkeze TDK’yı alarak tanımdan öte bir anlamlandırma gayreti göstermiştir. Bu açıklamalardan

³ Dijital uçurum: Teknolojik unsurlardan faydalanan ve faydalanamayanlar arasındaki fark.

⁴ Dijital yerli: Teknoloji çağında doğan, teknolojiyle büyüyen nesil için kullanılan kavramdır.

⁵ Dijital göçmen: Teknolojinin yaygın olmadığı dönemde doğan, teknoloji ile sonradan tanışan nesil için kullanılan kavramdır.

bazıları dijitalleşmeyi anlatmak üzere izlenecek kronolojik ve kavramsal çerçeveye yakındır.

*İnternetin, askeri sınırların dışına çıkararak toplumsallaşması, daha önce emsali görülmemiş bir küresel enformasyon hareketliliğinin yaşanmasına öncülük etmiştir. Böylelikle, elektronik cihazlar süratle gelişmiş; bağlantılar hızlanmış; cep telefonları işlem kapasitelerini arttırmış ve hayatın her alanında kullanılan bilgi, dijitalleşmiş ve bunun sonucunda enformasyon üretimi geçmiş dönemler ile kıyaslanmayacak oranda artış göstermiştir. Bu gelişme küresel kültür ürünlerinin, dünyanın her köşesine yayılması için yeni bir dönemin habercisi olmaktadır. Bu gelişmeler tüm insani faaliyet alanlarını derinden etkilediği gibi konvansiyonel medyada önemli bir kırılmanın yaşanmasına öncülük etmiştir. Böylelikle insanların/toplumların bilgiyi üretme, iletme, erişme ve depolama biçimleri dijitalleşmiştir. Dijitalleşen içerik sayesinde radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medya araçları, internet sayesinde bir araya gelerek; tek bir araç üzerinden erişilebilir hale gelmiştir*⁶*

Dijitalleşme bir kültür enformasyon ağıdır. Bu ağ etki alanını kitle iletişim araçlarıyla sağlamakta etki hızını ise erişilebilirlik sayesinde artırmaktadır. İnsanların teknolojinin gelişimi ile normal hayatlarında gerçekleştirdiği her türlü rutini teknolojik araçlarla gerçekleştirmesi en basit anlamda dijitalleşmedir. Teknolojik araç gereçlere olan diyalogu yüksek olan toplumların dijitalleşme oranı yüksek araç gereçlere ulaşımın kısıtlı, kullanımın mücbir sebeplerle az olduğu toplumlar da diğerlerine oranla azdır. Ancak bu ağ, global bir ağıdır ve yerel kabileler dışında dijitalleşmemiş toplum bulunmamaktadır. Dijitalleşme, yaşamın ekrana taşınma sürecidir ve bu süreç devam etmektedir. Bu dönüşüm süreci yaşamı kolaylaştırmak ya da insanı hantallaştırmak gibi hem olumlu hem de olumsuz bir süreçtir ve zamanla birlikte kavrama olan yaklaşımın yönü de değişmektedir. Dijitalleşme dağınık bir kavramdır ve her sosyal bilimci irdelediği konu bakımından bu devasa yelpazenin bir köşesinden dijitalleşme kavramını açıklamaya çaba göstermektedir. Ancak dijitalleşme hem yaşam pratikleri hem bir araştırma konusu olarak kontrol edilemez ve karmaşıktır. Bu

⁶ Çaycı&Karagülle,2016

bağlamda dijitalleşmeyi genel tanımlar yerine indirgeyerek tanımlamak anlaşılır olacaktır.

2.2. Dijital Çağın Gelişimi

İletişim, canlı organizmanın olduğu ilk andan itibaren vardır. İletişimi, insan üzerinden ya da insanlık tarihiyle başlatmak eksik kalacaktır. İlkel çağlardaki iletişim bir refleksif iletişim ağıdır dolayısıyla bu refleksler hayvanlar tarafından da verilmiştir. Kabaca kurulan bu iletişimi, dil kullanımı beslemiştir. İletişim zinciri karşılıklı hale gelmiştir. Geçmiş bölümlerde bahsedilen hayatta kalma içgüdüğü dışındaki sosyal ihtiyaçlar insanda kendini ifade etme isteği uyandırmıştır. İnsanlık tarihi boyunca buluş ve icatlar yaşamı kolaylaştırma yahut kendini gerçekleştirme amacı gütmektedir. İletişim alanındaki bu ifade etme isteği ise bizi sanal gerçekliğe kadar iten bir sürecin başlangıcıdır.

İlkel yahut primitif ilerleme yıllarının gelişmelerini geride bırakacak olursak kil tabletlerden, basit kâğıtlardan sonra insanlığın matbaa ile tanışmasına denk gelmektedir. Teknolojik gelişmelerin en köklülerinden biri 15. yy da matbaanın bulunmasıdır. Johannes Gutenberg'in buluşu sonrasında üretilen metinlerin basımı mümkün hale gelmiştir. Matbaanın imkân sunduğu bu basma ve yayma işlemi gazeteciliğin de temellerini atmış, bir kavram olarak gazeteciliğe/ iletişime güç kazandırmış ve yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. İnsanların profesyonel iletişim kurmasını mümkün kılan bu gelişme modern insanın yaşamının temel yapı taşı haline gelmiştir (Gönenç, 2007:7) Gutenberg'in buluşu ile hayat bulan basın yayın süreci daha çok bir haberleşme aracı olarak kullanılmıştır. İnsanın gündelik bilgiye ulaşımındaki katı ayrımlar matbaa ile bulanıklaşmış ve ilk etapta insanlar haber paylaşma, bilgi alma amacıyla matbaa kullanmıştır. İlerleyen dönemde ise tıpkı ilkel çağlarda olduğu gibi temel bilgi açlığını gideren ve buna alışan insan sanat, edebiyat faaliyetleri yürütmüş bu alanda eserler üretmiş, çoğaltmış ve dağıtmıştır. Avrupa'da yaşanan bu gelişmeden yaklaşık 300 yıl sonra Türk coğrafyası matbaa ile tanışmış ve basım faaliyetlerine başlamıştır. Bu fark dolayısıyla basılan eserlerden, okunma sayılarına Avrupa- Türkiye arasında devasa bir fark vardır.

Böylece insanların iletişim kurabilmesinde ya da mesaj iletmesinde yeni bir yöntem bulunmuş ve büyük yankı uyandırmıştır. Bundan sonra ise matbaa ile başlayan

bu ağı alternatif geliştirmenin vakti gelmiştir. Yine Avrupa kanadında mesajları sözlü iletebilmenin yolları aranmış ve ilkel bir iletim makinesi icat edilmiştir. Bu makine gözlenebilen istasyonlar aracılığı ile mesajları makul bir uzaklığa iletebilen telgraf sistemidir. 1700lü yıllarda üzerinde çalışılan bu sistem Türkiye'ye ise 1800lü yıllarda girmiştir. Bu sistem telefon ile haberleşmenin zeminini oluşturmuştur (Akt, Gönenç,2007).

Alexandre Graham Bell'in halka mal olmuş buluşu telefon adeta modern insanın besin ihtiyacı kadar önemli bir hale gelmiştir. Kütlece ağır ve hantal olan ilk aygıt süreç içerisinde boyutları bakımından küçülmüş, bireyselleşmiş ve önem kazanmıştır. Matbaa ve telgrafın aksine bu denli bireyselleşebilmesi telefona bir endüstri oluşturma fırsatı vermiştir. Genel bir ağ üzerinden ileti paylaşan telgraf ya da devlet kurumları / yarı özel kuruluşlar üzerinden basım yapan matbaalar yerine modern dönemde ağ operatörleri oluşmuş, doğrudan tüketiciye ulaşmıştır. Telefonun bireyselleşmesi çeşitlenmesine, şirketler tarafından modellerinin üretilmesine ve doğrudan tüketiciye satılmasına sebep olmuştur. Telefon bir serbest ekonomi ürünü haline gelmiştir. Ancak üzerinden geçen yıllarda matbaa yahut telgraf bireysel bir ürün biçimine ulaşmamış, dijitalleşmeye zemin oluşturmuş ve kendisi yine kontrol altında faaliyetini sürdürmüştür.

1900lü yıllara gelindiğinde ise matbaanın beslediği üretim ağı ve telgraf- telefon üzerinden insan yaşamına giren paylaşma fikri yeni bir girişimle yön değiştirmiştir. Macaristan'da kablo sistemiyle denenilen bu iletişim türünün adı radyodur. ABD ise realiteye en yakın yayını Pittsburg şehrinde gerçekleştirmiştir. Bu radyo yayınları ilk zamanlarda alışılmış yayınlardan farklı olarak telsizle iletişim kurmak gibidir. Alıcılar sayesinde bu ağ gelişmiş ve 1930'larda kontrol edilemez bir hacme ulaşmıştır.

Radyo, alıcılar ile doğrudan dinleyiciye hitap edilmesini mümkün kılmıştır. Bu faaliyet matbaadan ya da basit haberleşme ağından farklı olarak bir akış gerektirmektedir. Örneğin bir radyo yayınındaki söylemler, ses tonu ve diksiyon ile süslendiğinde geniş bir etki alanı oluşturmaktadır. Bu gücün fark edilmesi üzerine özellikle siyasal anlamda radyo bir kamuoyu oluşturma aracıdır. Gündem, olayları takip etme vb. alışkanlıklar radyo üzerinden yapılan yayınlar (haber, müzik vb.) ile kazanılmıştır. Radyo'nun gelişimindeki kritik tarihlerden biri II. Dünya Savaşı'dır.

Türkiye'nin de tüm dünya gibi ihtiyaç duyduğu bilgi alma ve yayma ihtiyacı askeri ve siyasi gelişmelerden ötürü çok gecikmemiş, Avrupa ile neredeyse eş zamanlı olarak 1940'lı yıllarda İstanbul ve Ankara merkezli radyo faaliyetleri sürdürülmüştür.

Radyonun kamuoyu yaratma gücü ise sihirli kutunun insan hayatını kontrol altına almasının çıkış noktasıdır. Ses üzerinden ekrana geçme süresinde görüntüyü taramak üzerine aygıtlar geliştirilmiştir. Paul Nipkow'un yaptığı bu aygıtlar televizyonu oluşturmuş ve metinlerle sesin etkisiyle oluşturduğu yankıya görüntü eklenerek tahayyül edilemeyecek boyutlara ulaşılmıştır.

İlk televizyon yayını 1936'da BBC tarafından yapılmıştır. 1937 yılında elektro manyetik sistemler yerine elektronik taramalı sistemler standart olarak kabul edilmiştir. II. Dünya Savaşı öncesinde ABD'de yalnızca 6 TV istasyonu yayın yapmaktadır. Savaş sırasında televizyon araştırmaları durmuştur. Radar hızlanmıştır. 1952 yılında ABD'de ilk kez siyasi parti kongrelerinin televizyondan verilmesiyle yeni bir dönem başlamıştır.

*Böylece televizyon önemli bir siyasi güç durumuna gelmiştir. Yine ABD'de başkanlık seçimlerinde televizyonun güçlü bir biçimde kullanılması bugünkü anlamıyla siyasal iletişimin doğuşunu getirmiştir. Televizyonun kültürel egemenliği yaygınlaşmıştır. 1963 yılında Kennedy'in öldürülmesi televizyonun haber vermedeki hızını kanıtlamıştır. 1990 yılında ise Körfez Savaşı televizyondan 'naklen' yayınlanmıştır.*⁷*

⁷ Akt. Gönenç,2007

Dijital çağın getirdiği kavramlar üzerine birçok araştırma yapılmış ve birçok kategori oluşturulmuş. Televizyondan bilgisayara ise doğrudan bir geçiş yoktur. Aslında bilgisayar görsel öğeleri dolayısıyla bir ekran olarak görünüp televizyonun gelişmiş bir versiyonu olarak algılanabilir. Ancak yazılım öğeleri bakımından hesap makineleri üzerinden bilgisayara geçiş de ayrı bir gelişim kısmıdır. Bu anlamda bilgisayar diğer basit ilişkilerin aksine daha komplike bir birleşime sahiptir. Matbaanın üretimi tetikleme, radyo yayınlarının televizyon yayınları ile aynı izlek üzerinden faaliyet göstermesi olağan iken, bilgisayar sayılar üzerinden kurulmuş ancak görsel öğelerle desteklenmiştir. Dolayısıyla doğrudan bir alt dal oluşturmak mümkün değildir.

Teknoloji'nin gelişimi üzerine yapılan çalışmalardan Sayar'ın (2019) düşüncesini incelediğimizde bilgisayarın kapsamlı kullanımının, hesap makinesi mantığından ziyade bilinen internet ağıyla bezeli yapısıyla Dördüncü Sanayi Devrimine tekabül ettiğini görürüz. Bu dönem çalışma kapsamındaki ismiyle Endüstri 4.0 dönemidir. Akıllı makineler, kavramıyla açıklanan bu dönemde üretim sistemleri siber-fiziksel ağlar ile işler vaziyet almıştır.

Bilgisayarın icadı 1800'lü yıllara denk gelse de bahsi geçen bilgisayar dijitalleşme bağlamında değerlendirebilecek niteliklerden tümüyle yoksun, hesap makinelerine yakın bir makinedir. Bilgisayarın günümüz koşullarındaki kullanımına en yakın hali 1900'lü yıllarda internet kullanımının yaygınlaşmasından sonraki halidir. Dolayısıyla makine olarak bilgisayar ve kullanımı bakımından bilgisayar iki farklı değerlendirmeyi gerektirmektedir. Araştırma bağlamındaki anlamında ise bilgisayar-internet gelişimi birlikte değerlendirilmelidir.

*İnternetin hem çoklu ortam uygulamaları açısından uygun bir platforma dönüşmesi, hem de ticari kullanıma hazır hale gelmesi, 1990'ların başında World Wide Web'in (WWW) ortaya çıkışı ile gerçekleşmiştir.*⁸*

1900'lü yılların ortalarında internet tıpkı matbaa, gazete gibi öncelikli olarak haberleşme aracı olarak ABD tarafından askeri amaçla kullanılmıştır (İspir

⁸ Başaran,2010

vd.,2013)Tıpkı radyo, matbaa gibi oluşumların sonradan üretim yelpazesini genişletmesi gibi internet de kullanım alanını genişletmiştir. Bu genişleme 1900'lerin sonlarında modem, ağ sağlayıcılar, masa üstü bilgisayar ile hane içinde kullanımın artması ve halka açılma olanağının bulunması ile mümkün olmuştur. Halka ulaşan her buluş, popülaritesini artırmaya ve hızlıca seri üretime geçiş yapmaya başlamaktadır. Bunun en tipik örneği; telefondur. Dev aygıtlar önce santral içlerinde kullanılmış sonra evlere girmiş daha sonra insanların ceplerine sığabilmiş ve bireyselleşmiştir. İnternet ve kullanıcı desteği ile askeriyeden evlere masa üstü biçiminde geçen, sonrasında diz üstü haliyle kişiselleşen diğer teknolojik buluş da bilgisayardır. Bu gelişimi bilgisayarların da formunu giderek incelttiği tabletler üzerinden de görmek mümkündür. Ancak tabletler nitelik bakımından hem bilgisayar işlevi görüp hem de akıllı telefon özelliği göstermektedir. Bu bağlamda aygıtlar arası ayrımlar da bulanıklaşmaktadır.

2.2.1. Sosyal medyanın gelişimi

Sosyal medya zaman ve mekân algısının dışında oluşturulmuş bir sanal gerçekliktir. Kişilerin dilediğince içerik üretip paylaştığı, diğer kişilerin paylaşımını yorumladığı, arkadaş listesi oluşturarak çevresini şekillendirdiği web tabanlı iletişim ağıdır. Neredeyse kontrolsüz olan yapısı bakımından dünyanın herhangi bir noktasından herhangi biriyle iletişim kurmak, paylaşımında bulunmak mümkün olmaktadır. Bu sebeple sosyal medya global bir ağıdır. Diğer önemli özelliklerinden biri de özel yaşamdan, ideolojilere kadar açıkça paylaşma davranışı ve eleştirme-eleştirilme döngüsü üzerine kurulu olmasının insan davranışları ve kimlik inşası üzerindeki yadsınamaz etkisidir.

1900'lü yıllara dek yapılan çalışmalar ve teknolojik gelişmeler "kitle iletişim araçları" üzerinedir. Tüm gelişmelerde izleyici, dinleyici yahut kullanıcı edilgendir. İnternetin evlere girmesinin ardından belli bir camia tarafından üretilen içeriklere halk müdahale etmiştir. Kendi içeriğini üretmeye başlamış, paylaşmış, dönüt almıştır. Aldığı dönütlere göre sosyal medyanın kabul edilebilir, diğer adıyla "viral" olan akımlarını meydana gelmiştir. Bu akımlar o denli güçlüdür ki tüm dünyada benzer giyinme, makyaj yapma, yemek yeme alışkanlıkları gelişmiştir.

Bu zincirin ilk halkalarına bakılacak olursa ilk gelişme 1997 yılında yaşanmıştır. Arkadaş listesi üzerine kurulu sixdegress.com kurulmuştur. Aynı site 1998 yılında oluşturulan kişi listesini üzerinden diğer insanların arkadaş listelerini görüntüleme imkânı sağlamıştır. Ancak benzer sitelerin ortaya çıkması ve pazarın aktörlerinin henüz belli olmamasıyla 2001 yılında pasif bir siteye dönüşmüştür. Ardından dönemin en uzun soluklu ve ses getiren sosyal medya platformu Facebook, Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında hayata geçirilmiştir. Bu platform kullanıcılara arkadaş edinme, onlarla sohbet etme, fotoğraf ve video paylaşma, metinler yayınlama vb. fırsatları vermiştir. Bu fırsat kullanıcılara kendini ekrana, dijital ortama taşıma imkânı sunmuştur. Facebook etki alanını bunların yanı sıra uygulamaya bağlı olarak reklam ve pazarlama yapabilme, sanal oyun oynama, yayın yapma gibi unsurlar ekleyerek genişletmiştir. Fikirlerini ve yaşamını paylaşma fikri fütursuz bir alışkanlığa dönüşmüş, sınırsız paylaşım yapılmıştır. 2006 yılına gelindiğinde alternatif paylaşım platformları için Jack Dorsey tarafından bir adım atılmış ve 140 karakter sınırı ile ileti paylaşılabilen Twitter hayata geçirilmiştir. Facebook'tan farklı olarak dilediğince yayınlar yapabilme yerine kısa ve öz iletiler paylaşma esasına dayalı bir sistemi vardır. Bu anlamda yayınlanmak istenen mesaj üzerine bir ön hazırlık gerektirmektedir. Bu bakımdan Twitter kullanıcı profili toplumun her kesimini kapsamamıştır. Aforizmalara dayanan iletilerin ağırlıklı olması sebebiyle propaganda aracı olarak kullanıma yatkındır ki eski ABD başkanı Barack Obama seçim sürecini Twitter üzerinden yürütmüştür. Sosyal yaşamı paylaşma ile başlayan “paylaşma isteği” insanı bütünüyle sarmıştır. Twitter'da fikirler, Facebook'ta gündelik yaşam paylaşılırken kullanıcılarda akademik ve mesleki yaşamlarını ve tutumlarını paylaşma isteği de uyanmıştır; bu noktada onları besleyen uygulama ise 2003 yılında oluşturulan LinkedIn uygulamasıdır. Diğer ağlarla benzer olarak fotoğraf, video, metin yayınlama, arkadaş / bağlantı listesi oluşturma özellikleri olmasına karşın dokusu tamamen iş yaşamı üzerine olmasıdır. Dijital özgeçmişler üzerinden oluşturan bu sistemle kullanıcılar meslektaşları ile temas etmiş, farklı meslek gruplarından kullanıcılarda iletişim kurabilme fırsatı edinmiş, uygulama iş ya da işçi bulma üzerinde de kullanılmıştır. Bu ağlar dışında bir diğer uygulama da 2011 yılında dijital video arşivi oluşturma temelleri üzerine kurulan Youtube'dur. Uygulama daha çok film, dizi tekrarları yahut müzik dinlemek üzerinden ilerlemektedir. Ancak geldiği noktaya bakıldığında haber programlarından dizilere talk showlardan kişisel vloglara doğru

uzanan yapısıyla televizyon göçünü temellendirmiş bir durumdadır. Buna olanak sağlayan en önemli özelliği sonradan eklenen canlı yayın yapabilme, anlık yorumlar ekleyebilme özelliğidir. Birbiri üzerine kurulu bu sistemde en eski paylaşım ağı Facebook üzerinden geçen 10 yılda kullanıcı kaybı yaşamış ve kullanıcılar alternatif aramaya başlamıştır. Popülaritesi bakımından kullanıcıyı en tatmin eden alternatif Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı girişimciler tarafından geliştirilen Instagram uygulamasıdır. Fotoğraf paylaşma üzerine kurulan bu sistemde kullanıcı oyun, reklam, yayınlar arasında kaybolmadan doğrudan fotoğraf paylaşıp beğeni almıştır (Uluç ve Yarcı, 2007). Ancak her oluşum sosyal medya endüstrisi içinde bir reklam aracıdır dolayısıyla el değiştirmiş ve neredeyse benzer özellikler tüm uygulamalara eklenmiştir. Paylaşılan her veri kullanıcı sayfasında tercihlere bağlı olmak üzere arkadaşlar ya da tüm diğer kullanıcılar tarafından görülmektedir. Dolayısıyla kamuya açık dijital arşivler oluşturulurken bir çekince oluşması da söz konusudur. Bu kaygıyı gidermek üzerine kullanıcılara 24 saat içinde erişimin kaldırılacağı içerikler paylaşma fırsatı veren Snapchat uygulaması zaman içerisinde tüm diğer platformlara yedirilmiştir. LinkedIn, Facebook, Instagram üzerinden de gönderi yahut bu süreli paylaşımlar yapılmaktadır. Hatta operatörler üzerinden yapılan mesajlaşma, sms yine sosyal medya platformuna dönüşerek resmi kurumların dahi kullandığı WhatsApp adlı sosyal medya platformuna dönüşmüştür. Yapısı bakımından bilgi alıp verme, rehberde kayıtlı çoğunlukla gerçek kişilerle iletişim kurma üzerine kurulu bu sistem mevcut haliyle süreli fotoğraf paylaşımına izin veren Instagram minvalinde bir uygulamaya dönüşmüştür. Uygulamalar bu denli birbiri içine girmişken devasa farkların görüldüğü ayrı bir kulvar oluşturulmamış, eksikler üzerinden gidilmiş ve uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bunlardan en güncel ve tipik olanı WhatsApp üzerinden paylaşılan medyaya getirilen gigabyte engelini göz önüne alarak oluşturulan Telegram uygulamasıdır. Bu özelliği dışındaki tüm özellikleri diğer dijital platformlarla aynıdır.

Sosyal medyanın tarihsel süreci ve yapı özellikleri incelendiğinde diğer teknolojik gelişmelere paralel bir yapısı vardır. Girişimciler, deneysel süreçler, eksiğin giderilerek yeniden piyasaya sürülmesi, kamuoyu içerisinde uyandırdığı dev yankılar, propaganda aracı olarak kullanımı, alternatif arayışı, başka bir platformun doğuşu... Buradaki kritik nokta ise kültür üzerine etkisidir. Teknoloji erişim açısından sosyal medyanın yaygınlaşmasına dek kökten bir değişim oluşturmamıştır.

Getirilen yenilikler her toplum tarafından özümşenerek yaşama dahil edilmiş ve kabul görme tiplerinden süreçlerine kadar farklılık göstermiştir. Bunun sebebi belli bir güç tarafından (egemen ideoloji) kontrol altında olmasıdır. Ancak sosyal medya güncel tarihlere kadar dileyenin dilediği gibi içerik paylaşma hakkına sahip olduğu tarihin alışık olmadığı kontrolsüz bir alandır. Bu sebeple sosyal medyanın gelişimi insan üzerine daha da ötesi kültür üzerine olan etkileriyle anlamlıdır. Yaratılan suni dünya normal yaşamın tüm kurallarını yıkmış ve yaşamın alternatifini almıştır.

Bu sanal âlemde insanlar sosyalleşme evresine girerek kendilerine yeni yaşam alanı oluşturmaktadırlar. Dâhil olduğu gruplarda kişisel görüşleri tüketimleri, giyim, yaşam alanı, kullandığı cep telefonu, araba gibi birçok tüketim ve zevk kültürü bu gruplarda olur ve değişir. Sosyal medya kimileri için sosyalleşmeden kaçtığı, kendi kendine yalnız kaldığı, daha çok izleyici olduğu bir ortam iken kimileri için ise sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek, takip edilmek isteğinin tezahürü şeklinde ortaya çıkabilmektedir. İnsanların, gündelik yaşamdan kaçış, bilgilenme, eğlenme, iletişim, vakit geçirme gibi isteklerine etkileşim boyutuyla cevap veren sosyal medya, günümüzde insanları en hızlı ve en fazla kuşatan, kişiselleşebildiği oranda da gelecek vadeden bir araç haline gelmiştir.⁹

2.2.2. Dijitalleşen Yaşam

Bu başlığa dek açıklanan dijital gelişim teknolojik aygıtların gelişimi diğer bir anlamda mekanik gelişimin tarihçesidir. Ancak dijitalleşme nesnelerin gelişimi dışında yaşam pratiklerinin de değişmesine yol açmıştır. Oysa;

⁹ Akt. Çalışkan ve Mencik,2015

Teknoloji, bir aygıttır. “Aygıt”, kendi başına iyi ya da kötü değildir; o bir “araç”, bir “nesne” olarak öznenin kullanım niyetine göre nitelik kazanır. Asıl olan aygıtı üretmek değil, ona anlam verecek, onu yaşam kültürüne aktaracak bilinci yetiştirebilmektir.¹⁰

Bu sebeple dijital yaşamın gelişimi için ayrı bir kategori oluşturmak gerekmektedir. Çünkü iletişim araçları birer nesnedir, bu nesnenin kullanım alanı ve yöntemi insanlığın seçimi doğrultusunda düzenlenir. Örneğin, matbaa yazıyı çoğaltma amacıyla kullanılan bir teknolojik alettir. Matbaayı edebi eser basmak amacıyla kullanan ve bu misyonu yükleyen insandır. Telgraf kısa süreli mesaj iletimini mümkün kılmış, II. Dünya Savaşı esnasında karargâhlar arası iletişim ağı kurulmuştur. Bunun radyo, televizyon üzerinden benzer biçimde örneklendirilmesi mümkündür. 1990’lı yıllardan sonra internet www ile tüm evlere girmiş ve kendi başına içerik üretebilen insanlığın ürettiği ürünler üzerinden de bugün akademik çalışmaların popüler konuları ortaya çıkmıştır. Bunlar tüketim alışkanlıklarının tümüyle değişmesi sebebiyle dinamik bir çalışma alanıdır.

Teknolojik nesnelere insan yaşamını pratik hale getirirken genelde üretimin serileşmesi merkezli gerçekleşmekteydi. Sanayi Devrimi’nden 1900’lü yıllara dek insan bedeni yerine geçecek insan bedeninden hızlı, seri çalışan makineler üretilmekteydi ancak bu döngü üretim merkezinin insan olmasıyla değişime uğramıştır. İnsan bedeni yerine geçen makineler yerine insan beyni yerine geçen makineler ya da sistemler geliştirilmektedir. Yapay zekâ üzerine geliştirilen komplo teorilerinin temelinde insan beyninden esintiler sunan gelişmiş teknoloji vardır (Güngör, 2019:5). Bedenin yerini almak zihinle ve stratejiyle engellenebilir ancak zihnin yerini alan herhangi bir unsurla savaşmak zor ve ürkütücüdür. Ancak bu değişim furyası insan ve toplum iradesi dışında tepeden inme bir zorbalık olarak lanse edilmektedir. Tam aksine nesne teknolojisinin bu denli tanrısal bir güç

¹⁰ Taşdelen,2016

olmasının sebebi bizzat modern insandır. Çünkü kişinin özel yaşamına dair hiçbir kesit zorla alınmamış aksine bunları paylaşmak toplum tarafından normalleştirilmiş ve bireyler istekli davranmıştır.

... biz her gün çektiğimiz videolar ve fotoğraflarla ünlü oluyoruz, tanınıyoruz, yüzlerce kez beğeniliyoruz, yüzlerce kez beğeniyoruz, binlerce takipçimiz var, bizde takip ediyoruz, onlarca fotoğrafımızı paylaşıyoruz (hatta en özel olanları bile), yüzlerce arkadaşımız var.¹¹

Fotoğraf, video paylaşımının geldiği nokta kuşkusuz Graham Bell'in ürettiği telefonun misyonundan uzaktır. Bahsi geçen aygıtta anlam yükleme tam anlamıyla burada devreye girmektedir. Aygıtta getirilen güncellemeler sonrasında fotoğraf çekme yeterli gelmemiş bu fotoğrafları paylaşma isteği doğmuştur. Doğan bu isteğin arka planında ise paylaşma, gösterme, beğenilme gayesi yatmaktadır. Beğeniler ise kişisel tatminden çıkarak bir yarış halini almıştır.

Teknoloji bireyler ve kültürler arasında geçirgen bir yapı inşa edilmesine sebep olmuştur. Paylaşma ve beğenilme üzerine kurulu yapı “sanal”, “sanal dünya”, “ sanal âlem” vb. gibi isimlendirilmiştir (Karaca,2016: 15) Yaşamı internete taşıyan bu sistem insan eliyle sınırları zorlamıştır. Aile yaşantısı, özel hayat, kişisel tutumlar vb. akla gelebilecek tüm farklılıklar sosyal medya pazarında alıcıya sunulmuştur. Gelen beğeniler modern çağın “normalini” ya da “doğrusunu” belirlemiş ve bu yarışta nitelikten çok niceliğe yer verilmiştir.

Bu göstermeye bağlı yapının kontrol edilemez boyutta oluşunun nedeni dijital iletişimin kültürel kodların toplumlar arası iletiminde bir araç oluşudur. Oluşturulan popüler simgesel doğrular, güzeller, normaller zaman ve mekânı aşarak dünyanın diğer ucundan görüntülenebilmektedir (Karagülle ve Çaycı,2016:10). Dolayısıyla geçmiş dönemlerdeki doğrudan kültürler arası etkileşim görülürken bu etkileşim de sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Ticaret yollarını kullanan toplumlar arasında baharatın taşınması, tanınması ve popülerleşmesi yahut ipek kumaşın yayılımı ne anlam ifade

¹¹ Avcı,2015:9

etmekteyse “viral “ “popüler” yeme içme, giyim stilleri de aynı biçimde popülerleşmektedir. Örneğin; internette özellikle Youtube’da ağırlıklı olarak kadınlar tarafından yayılan “makyaj” videoları bulunmaktadır. Bu makyaj videolarının sağlaması yayıncının Instagram üzerinden ne kadar güzel “selfie” paylaştığı ile yapılmaktadır. Bu anlamda Uzak Doğu kadınları güzellik bakımından referans alınmış ve makyaj yapma, benzeme, cilt bakım vb. alışkanlıklar geliştirilmiştir. Bir diğer örnek de yeme içme üzerinedir. Türk coğrafyasında atılan kahve fotoğrafı ile Avrupa’da atılan kahve fotoğrafı biçimsel olarak farklılık gösterse de aynı amacı gütmektedir. Yurtdışında popüler olan “bubble tea/ coffe” yaygınlaşıp bu çay/ kahve için dükkanlar açılırken tersi bir örnek olarak Amazon adlı online satış sitesinde Türk kahvesine olan ilgi artmıştır. Bu karşılıklı alışveriş sebebiyle paylaşma, popüler olma savaşı dozunu günden güne arttırmaktadır. Sanal marketler üzerinden yapılan satışlarda global mutfaklar oluşturulurken, giyim stillerinin küresel hal alması sebebiyle online giyim mağazaları dünyanın her yerine ürün kargolamaktadır. Bu masum ve kolaylaştırıcı görünen yapıda kültürel çeşitlilik ve zenginlikler indirgenerek herkes gibi olma, gündemde olandan eksik olmama gibi zehirleyici bir tutum geliştirilmektedir.

Verilen örnekler üzerinden de anlaşılacağı gibi teknolojinin kucağına atılan insan, teknolojiye maruz kalan insan imajı çok da gerçekçi değildir. İnternet üzerinden gerçekleşen her etkinlik ya da internet üzerine üretilen her ürün kullanıcının değerlendirmesine/onun tarafından kabul görmeye mecburdur. Kullanıcıların çoğunluğu kabul ettiği müddetçe o ürün/paylaşım/ tarz popülerleşir. Kullanıcıların çoğunun olumsuz tutumu/ yetersiz hissetmesi üzerine alternatifler üretilir. Bu bilgiler de kullanıcının kendisi tarafından paylaşılır. Dijital yaşamı riskleri ve fırsatları bağlamında irdeleyen Olgun’un (2020) da ifade ettiği gibi teknolojik cihazlar yalnızca insanı internete ulaştırmaz, insanı insana ulaştırır. Bu açıklamaya ek olarak insanı pazara da ulaştırır. Takip edilen sayfa ve popüler hesaplar kişinin ilgi alanları, ihtiyaçları hakkında ipucu verir. Tüketici olarak düşünüldüğünde bu ilgi alanlarına yönelik reklamlar üzerinden tüketim alışkanlığı pekiştirilir. Örneğin giyilebilir teknoloji ürünlerinden akıllı saat bu kişisel veri paylaşma kültürünün geldiği son noktadır. Yaşamı, özel anları, tutumları paylaşmak bir yana akıllı saat ile bireyler nabzından adımlarına, uyku anlarından stres düzeyine kadar her bilgiyi rızasıyla paylaşmaktadır. Stresli bir insana meditasyon sayfalarının üyelik satmak, derin uykuya dalamayan kullanıcıyı yatak/yastık firmalarının

sayfalarına yönlendirmek bu bilgi-ürün değiş tokuşunda oldukça doğaldır. Bireylerin dinlenmesi, reklamlara yönlendirilmesi bir tür dolandırıcılık olarak lanse edilse de bu gibi teknolojiler sayesinde insanlar popüler olandan geri kalmamak uğruna zaten bilgilerini paylaşmaktadır. Açık sosyal medya hesaplarından tüm benliğini sergileyip, akıllı cihazlar aracılığı ile tüm kişisel verilerini paylaşan toplumların bu bilgiler ellerinden zorla alınıyormuşçasına yakınması ve suçlu araması oldukça ironiktir.

İnternetin kültürel bir bulanıklık oluşturması aşıkâr olsa da bunun yanı sıra uzun yıllar sürececek değişimleri de hızlandırdığı, kavramlar ve tutumlar üzerine alternatif üretmek amacıyla hızlı düşünme ve üretme adına olumlu bir itici güç olduğu yadsınamaz. Bunlardan biri edebiyat alanıdır. Kitap yazma, yayıncı bulma, basım ve reklam bölümleri oldukça uzun ve teferruatlı olan edebi eser üretimi dijital ortama taşınmıştır. Facebook'ta kişisel sayfa üzerinden yayınlanan metinler, Twitter'da 140 karakter ile sınırlandırılmıştır. Bunlara alternatif olarak yazılan metinleri hikaye, roman olarak yayınlamanın mümkün olduğu, kitap yazma ya da eser üretme rüyasının gerçekleştiği platformlardan biri Wattpad uygulamasıdır. Uygulama içerisindeki eserlerin niteliği bir köşeye bırakılacak olursa kişilerin edebi eser üretmeleri ve kullanıcıların beğenilerine sunması olumlu bir etki sayılabilir. Kullanıcı dönüşlerine göre bir sonraki bölümü ya da kitabı şekillendirmek, eserlerin okunma sayısına bakarak okuyucu kitlesini takip edebilmek, yeni yöntem ve tarz denemek bakımından eserin silinmesi kolaylığı ile cesaret edebilmek internetin sağladığı imkanlardandır. Bahsi geçen tutumların incelemesi, kendini gerçekleştirmek için hevesli bireylerin yayınevlerince dikkate değer görülmesi oldukça zordur. Diğer bir alan ise sanattır. Dijital sanat teknolojik gelişmelerin yansıması olarak resim, fotoğraf vb. alanların ekrana yansıtılması yahut ekran üzerinden üretilmesine sebep olmuştur. Klasik bakış açıları ve yöntemlerin irdelenmesi yeni bir tutumun ortaya atılıp desteklenmesi, bir sanat akımına ya da yöntemine dönüşmesi gerçek yaşamda oldukça uzun ve zordur. Ancak dijital sanatlar değişen estetik algı ve değerlerin bilgisayar desteği ile yapıta dönüşmesine sebep olmuştur. Klasik resim tekniklerine çeşitlilik kazandırılmıştır(Akt.Sağlamtimur,2010). Aynı zamanda maliyet bakımından da ucuz ve denenebilirdir. Yine dijitalleşme doğrultusunda müzik kültürünün değişmesi alternatif müzik adı altında deneysel çalışmaların yapılması ve paylaşılması da mümkündür.

Dijitalleşme sanat, müzik, edebiyat, moda, yeme-içme vb. birçok alanda sürekli bir dönüşüm içindedir. Bunun sebebi teknolojik çağın insanın kolay elde eden, kolay deneyen, kolay sıkılan ve vazgeçen bir insan modeli olmasıdır. Bu çağ insanı geleneksel alışkanlık ve yöntemlerle doyamayacak ölçüde farklıdır.

Dijital kültür, üst düzey düşünme becerilerine sahip, dijital araçların dilini keşfederek, yaparak, yaşayarak öğrenen, çoklu işlemler yapabilen bir kuşak oluşturur. Fakat dikkat süreleri kısa, zihni sürekli konudan konuya atlayan, iletişimde ve ilişkilerde sabırsız olan, anında dönüt isteyen, oyun merkezli yaşayan ve öğrenen, sosyal çevresi dijital olarak gelişirken fiziksel olarak çoğunlukla yalnız bir kuşağı da ortaya çıkarmaktadır. Bu kuşağı aileleri ve eğitimcileri kapsayan diğer kuşaklardan ayıran sadece farklı öğrenmesi değil, farklı çalışması, farklı oynaması, farklı eğlenmesi, farklı sosyalleşmesi ve bunları yaparken dijital medyanın günlük yaşamlarında önemli ölçüde yer tutmasıdır.¹²

Bu farklılıklar temel bazı alanlarda köklü değişimlere gidilmesini mecbur kılmış ancak bu alanlarda deneme-yanılma yoluyla oluşacak tahribatların hoş görülmesi mümkün değildir. Bunlardan biri eğitim diğeri sağlık alanıdır. Çalışma, eğlenme gibi öğrenme alanlarında da dijitalleşme gereksinimi kaçınılmazdır. Ancak niteliksel farklılıklar olsa da eğitime yönelik niceliksel tutumlar sabittir. Fiziki bir okulun, sınıfın, öğretmenin/ öğreticinin olmadığı bir sistem geliştirilmemiştir. Daha doğrusu sertifika, üniversite LMS sistemleri, meslek içi eğitimlerde yaygın olmasa da kullanılmış ancak zorunlu eğitimlerde komple bir sistem değişikliğine gidilmemiştir. Tüm yapı ve sistemler değişirken eğitimdeki klasik tutum ise gerçekçi değildir çünkü

¹² Akt. İnci vd, 2017:3

... bu kuşak geleneksel eğitim anlayışının aksine genellikle basılı olmayan dijital kaynakları tercih etmekte, düzyazıdan daha çok görsellere, hareketlere, müziğe önem vermekte ve doğrusal olmayan verilerden bilgi edinmektedir. Fakat günümüz eğitim sistemleri dijital kültür kuşağının doğal yaşamlarının gerektirdiği koşulları onlara sağlayamamaktadır. Bu nedenle alışlagelmiş eğitim-öğretim yöntemlerinin, dijital teknolojilerle çevrilmiş biçimde büyüyen dijital yerlilerin niteliklerine yeterince hitap etmediği söylenebilir.¹³

Dijital eğitim sistemine online kurslar, dijital not alma uygulamaları, sınıflarda kullanılan akıllı tahtalar vb. üzerinden varlığını sürdürse tümüyle bir sanal eğitim söz konusu değildir. Bu konudaki kırılma ise 2019 yılında gerçekleşti. Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve küresel bir salgın halini alan coronavirus klasik sistemleri dahi mecburi bir değişme zorlamıştır. Tüm dünya pandemi sebebiyle dijital yaşamın öznesi halini almıştır. Online eğitim, online alışveriş, online sağlık hizmetleri vb. uygulamaları teknolojiye ayak direyenden teknolojiye bağımlı olana kadar herkes istemsizce kullanmıştır. Türkiye bağlamında bakıldığında kurulan eba eğitim sistemi ulusal kanallardan yayın yapmış, oluşturulan sanal sınıflar üzerinden dersler işlenmiş, sınavlar çevrim içi halde gerçekleşmiştir. Aynı biçimde oluşturulan psikolojik destek hatları, online muayene sistemi ile sağlık sektöründe de alışlagelmişin dışında bir sisteme geçilmiştir. Bu iki devasa sistemin online haline karşı tutumlar ise farklılık göstermiştir. Online eğitim öğrenciler açısından pratik bulunmuş ancak hastalar açısından uzaktan muayene makul bulunmamıştır. Sebepler değişse de sanal dünya, artık alternatif bir yaşam alanıdır. İtici güçler değişse de sanal dünyada insan tahayyül edilemeyecek olanaklara sahiptir. Bu olanaklar kullanım süresi, biçimi ile avantajlı ya da dezavantajlı olarak değerlendirilebilir.

¹³ Akt. İnci vd.,2017:4

Sanal toplumun düzenlemeleri ve alışkanlıkları da gerçek hayattakilerle benzerdir. Alışveriş yaparlar, müze gezerler, eğitim alırlar, fikirlerini ve kıyafetlerini bloglar aracılığıyla paylaşırlar. Mesela sanal müzeler sayesinde çok uzakta olan geniş bir resim, heykel, mimari, fotoğraf, film koleksiyonlarına ulaşılabilir. Bloglar ise kişinin ürünler, insanlar, firmalar veya güncel konular hakkında fikirlerini belirttiği sanal günlüklerdir. Sanal toplumun başka alışkanlıkları da online oyun, sanal turizm, sanal dersaneler, sanal seks gibi uygulamalar olabilir. Sanal toplumların yaratılmasıyla beraber eğitim anlayışı da değişmiştir. Artık internet üzerinden 2 yaşındaki çocuklar bile oyun oynayabilir, üniversite öğrencileri online olarak görüntülü konuşma ile derse katılabilirler. İnternetin her boyutunda olduğu gibi, online eğitimin de artıları ve eksileri vardır. Örneğin insanlar görüntülü konuşma ve konferans yöntemiyle beraber yurtdışından hocaların sertifika programlarına ve eğitimlerine katılabilirler. Ancak bu sürekli yapıldığında ve zorunlu eğitimler için kullanıldığında pek de faydalı sonuçlar elde edilemeyecektir. “Okul” konseptinin olması, bir çocuğun veya bir gencin fiziksel olarak okula gitmesi, sorumluluk alması, sosyalleşmesi gibi faktörler gelişim için oldukça önemlidir. Bu noktada da sanal eğitimin ne amaçla ve ne sıklıkla kullanıldığı çok önemlidir. Eğitimin sürekli sanal ortamda yapılması ve okula gidilmemesi sakıncalıyken, kaçırılan bir dersin sanal olarak izlenmesi oldukça faydalı olabilir.

Sanal müzeleri gezerken kişi, mouse’u sayesinde 3-boyutlu bir şekilde sanat eserlerini görebilir. Gitmesinin mümkün olmadığı, uzak yerlerde bulunan sergi ve müzelerde bulunan sanat eserlerinin dijital temsillerini görebilir. Mesela New York’ta bulunan Metropolitan Museum of Art’ın web sayfası

ziyaret edildiğinde müzenin çeşitli galerilerine girilebilir, hatta müzenin hangi katını dolaşmak istediğiniz bile seçime bağlıdır. Fransız devleti, 25 sene önce başlattığı bir projeyle Fransa'da bulunan 130,000 sanat eserini görebileceğimiz bir sanal müze yaratmıştır. Her ne kadar gerçek eseri görmekle aynı hissiyatı ve doyumunu uyandırmasa da, kilometrelerce ötede başka bir ülkede bulunan eserleri toplu bir halde görüp seyretme ve inceleme fırsatı bulmak bile hiç fena sayılmaz.¹⁴

Bu noktaya kadar üzerinde durulan her alan kendi içinde ayrı başlıklar halinde irdelense de genel anlamda birer tüketim nesnesidir. Dolayısıyla insanın dijitalleşmeyle değişen yaşam pratikleri tüketim alışkanlıklarının değişmesi olarak algılanmaktadır. Yüz yüze gerçekleşen her eylemleri teknolojinin yaygınlaşması sebebiyle elektronik ortama aktarılmıştır. Teknoloji ile kuşatılan birey insani her ihtiyacını internet üzerinden karşılamış, diğer bir anlamda mevcut soruna çözümü internette bulmuştur. Bir çözüme aracı olarak düşünüldüğünde ise internet modern bireyin kaçış noktasıdır. Alışveriş yapma, eğitim alma, oyun oynama vb. tüm istek ve ihtiyaçlarını online biçimde gidermektedir. Kuşatma altındaki bireyler istismara da açık haldedir. İnsan sanal dünyada bir dijital nesnedir, nesneye ne olacağı sistem tarafından belirlenir (Yılmaz&Uzunçelebi, 2015). İnternet, sosyal medya gibi platformların kullanım yaşı düştükçe bu risk artmaktadır. Eleştirisi yapılan teknoloji aygıtıdır, özne insandır yorumu bu noktada yaş ve bilinç düzeyine göre değişiklik göstermektedir. Çünkü teknoloji aynı zamanda bir sistemler bütünüdür, toy bir çocuk yahut genç dijital sistemleri öğrenmeden doğrudan enformasyon bombardımanına tutulduğunda bocalaması ve istismara uğraması kaçınılmazdır.

Online tüketimin yarattığı kavramlardan biri de aracısız alışveriştir (Ed. Babaoğul&Şener,2010: 109). Fiziki tüketim alışkanlığına bakıldığında bir hizmete erişmeden önce sınırlı sayıda müşteri deneyimine ulaşılmaktadır. Ancak dijital alışverişte her kullanıcı herhangi bir kısıtlamaya maruz kalmadan deneyimi puanlar,

¹⁴ Sayar,2016: 5-6

yorumlar. Örneğin bir kıyafet alınırken soru işaretleri için satıcıya ulaşmak yerine ürünü daha önce kullananların yorumlarına bakılmaktadır. Bir sertifika eğitimi alınırken koşulsuz güven, eğitim kurumunun sorgulanamaz imajı yerine daha önce eğitim alanların kurum hakkındaki yorumları forumlar üzerinden değerlendirilerek seçim yapılır. Tüketici alışverişin çevrimiçi halinde uyanık, bilgi sahibi ve satıcıya gebe olmayan özgüvenli bir profile sahiptir. Bunun küçük işletmeleri yıpratması, dış dünyadan ve doğrudan iletişimden yoksun olması konusu dezavantajlı olsa da seçim yaparken irdelemeye imkân veren yapısı avantajlıdır. Tüketim alışkanlıklarını kronolojik olarak inceleyen çalışmada Bıçakçı (2008) çevrimiçi tüketim biçimini zaman ve mekânın ötesinde bir çarşı olarak tanımlamıştır. Bu sanal çarşının dünyanın her noktasına erişilebilirlik sağlaması açısından tüketimi kolaylaştırıcı bir biçim olarak değerlendirmiştir. Kullanıcı/ tüketici yelpazesinin genişlemesi açısından da online tüketimi makul bulmuştur. Gençlerin dijital dünyadan ayrı düşünülmesi olanaksızdır. Sanal meEda geçirilen bu zamanın üretim- satış açısından bir fırsat olarak görüldüğü Kadioğlu (2013) e-tüketimi değerlendirdiği çalışmada ifade etmiştir. İşletmelerin kullanıcı yorum ve deneyimlerini referans alarak yapacağı düzenlemelerin internet alışverişini güvenli hale getireceğini ve teknolojiye ayak diremek yerine tüketim algılarını izleyerek yapılacak güncellemelerin işletmeler açısından bir başarı kapısı açacağını da belirtmiştir.

Çevrimiçi yaşam, sanal dünya, dijital yaşam gibi kavramlar dillere pelesenk olduğu için anlaşılabilirliği arttırmak amacıyla kullanılmıştır. Finans, emlak sektöründeki gelişmeler sonrasında ulusal kanallarda ve sosyal medyada kullanımı artmış ve yeni bir kavrammış gibi algılanan bir diğer kavram “metaverse”tür. Bu kavram aslına bakıldığında varlık ötesi, madde ötesi bir dünya demektir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak gelişen sistemler ya da dijital ögelerin ilişki içerisinde olması, bir arada olmasına işaret eden bu kavram tüm alanları kapsamaktadır(Çelik,2022). Örneğin eğitim dönüşümleri “eğitim metaverse”ü anlamına gelmektedir (Kuş,2021) Oluşturulan her dijital platform kendi madde ötesi evrenini oluşturma imkânı bulmaktadır. Bu kavramı doğrudan ifade eden Facebook’un kurucusu Zuckerberg’tir (Ağırman&Barakalı,2022). Gerçek yaşamın tüm kültürel kodlarıyla sanal bir dünyaya taşınma fikri kullanıcıları korkutmuş ve bir kamuoyu oluşturmuştur. Facebook üzerinden kişisel veri sızıntısına dair çıkan ayaklanmaların temelinde bu yeni

dünyanın bilinmezliğine dair duyulan endişeler bulunmaktadır. Kavram uyandırdığı yankı açısından Apple, Google gibi şirketlerce doğrudan ifade edilmemiş ancak bu inşa sürecinden de vazgeçilmemiştir. Kripto paraların kullanımı, dijital paralar üzerinden yapılan yatırımlar ve kazançların haber değeri taşıması ve dikkat çekmesi sebebiyle Facebook üzerinden yapılan tanımlama değişmiştir. “Asıl kazanç dijital yatırımda” mantığı ile oluşan dünyanın para birimi toplumlar tarafından kullanılmış. Gayrimenkul alım satımı dahi sanal gerçeklik üzerinden arsa, yapı satın almaya dönüşmüştür. Toparlamak gerekirse her dönüşüm süreci içinde barındırdığı dijital öğelerle birer metaverse örneğidir. Ancak kavramın tanımlanma ve pratiğe dökülme sürecinde diğer kavramlara oranla toplumsal kabul süreci yavaş ilerlemiş ve süreç bunu reel yaşama vurulan bir darbe olarak görmüş, duyulan kaygıdan ötürü kavramın anlaşılması sürecini manipüle etmiştir.

2.3. Dijitalleşme ve Oyun

Dijital oyun; bir ekran vasıtası ile teknolojik ortamda sistemsel ve anlamlar ağlar içerisinde oyun oynama faaliyetini gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir. Dijital oyunlar tek oyunculu, karşılıklı (insan-insan yahut insan-bilgisayar), takım olarak oynanabilir. Dijital oyunların yapısına bakıldığında tıpkı geleneksel oyunlar gibi medeniyetlerin gelişmişlik düzeyiyle orantılı olarak materyal ağını dönüştürür. Doğrudan bir aygıt kurulumu gerektiren oyun kasetleri ile oynanan atari oyunları ilerleyen yıllarda oyun konsollarına, kaset yerine online satın alınıp sistemden indirilen oyunlara dönüşmüştür. Atari, konsol kültüründe ihtiyaç duyulan kollar yerine sistem üzerinden oynanan oyunlarda oyuncu klavyesi, işletim hızı yüksek bilgisayar ihtiyacı doğmuştur. Oyunların kademeli olarak sanallaşmasının ardından gerçeklik algısına yakınlaştırmak amacıyla sanal gözlükler devreye girmiştir. Dijital oyunlar içerdikleri alt metinlerle kültür oluşumunun vazgeçilmez parçalarıdır. Bu anlamda metinleri bağlamında değerlendirmek mümkündür. Örneğin *GTA* (1997, ASC Games) adlı oyunda bir başkasının aracını yağmalamak bir oyun pratiğidir. Verdikleri alt metin üzerinden dijital oyunlar birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Diğer yandan takım oyunlarında birleştirici bir unsurdur. Chat bölümü üzerinden yapılan organizasyon kısmında oyuncular koordine olmayı da oyun üzerinden gerçekleştirmektedir. Diğer yandan atari salonları ile tıpkı geleneksel oyunlarda olduğu gibi bir “ortam “ yarattığı gözlenmektedir. Diğer bir husus oyunlar üzerinden okunan politik söylemlerdir. Bu

noktada Türk menşeli *Ottoman Empire* (2019, CDIS) adlı oyunda ordunun kült taktiklerinden “hilal taktiği” kullanılarak karşı takımı alt etmek mümkündür. Savaş oyunlarında tıpkı gerçek bir savaş gibi stratejik hamleler yapması beklenerek oyuncular askeri mesajlar ağının içinde kalmaktadır. Dijital oyunların diğer bir parçası erişim alanları bakımından ayrıdır. Kurulum gerektiren aygıt oyunlar/ konsollar, akıllı telefon ya da tabletlere indirilen *application* oyunlar, çevrimiçi oynanan oyunlar bu ayrımda örnek olarak verilebilir. Tüketim bakımından ise dijital oyunlar oldukça maliyetli ve dev bir endüstridir. Oyuncu koltukları, klavyeleri vb. oyun materyalleri vazgeçilmez oyun malzemelerindedir. Bu bakımdan *application* ya da çevrimiçi oyunlar daha az maliyetlidir. Diğer bir husus ise dijital oyunlar üzerinden para kazanmanın mümkün oluşudur. Dijital oyunlar üzerinden oluşturulan kimlikler yahut bölümler belli bir noktadan sonra hafife alınmayacak rakamlara satılmaktadır bu anlamda ticari gelir elde etmenin mümkün oluşu da dijital oyunları popülerleştirmektedir. Ayrıca bugün birçok eleştirinin hedefindeki dijital oyunlar, üzerine uluslararası düzeyde turnuvalar düzenlenme noktasına gelmiştir. Bu anlamda dijital oyun ağı reddedilemez bir gerçekliktir; bir futbol takımını izleyen taraftar grubu misali dijital oyun turnuvalarını soluksuz izleyen grup mevcuttur. Velhasıl yalnız bir yenilik olarak görülen bu teknolojik gerçeklik aslına bakılırsa toplumun gerçeğidir. Bu gerçeği tümüyle reddetmek yerine irdelemek ve perspektif geliştirmek muhakkak dijital oyunları bir eleştiri nesnesinden ziyade bir araştırma nesnesi biçimine getirecektir.

Dijital oyun bağlamında değerlendirilen ilk oyunlar; video oyun denilen deneysel oyunlardır. 1950’li yıllarda bilgisayarlar üzerine çalışma yapan bilim insanları iki boyutlu siyah-beyaz oyunlar tasarlamıştır ancak bu oyunların erişilebilirliği kısıtlıdır. *Tennis for Two* (1958) hemen ardından 60’lı yıllarda *Spacewar* (1962) adını taşıyan oyunlar boyutları sebebiyle basit anlamda hedef alma, hedefi vurma üzerine tasarlanmış görsel öğeleri oldukça az oyunlardır (Bakan vd., 2022). Bu nişan alma, vurma aksiyonları ilerleyen dönemlerde tüm savaş-aksiyon oyunlarının temel yapı taşlarından olmuştur. 1970’li yıllara gelindiğinde oyunlar için bilgisayar ya da televizyona bağlanarak oyun oynamayı sağlayacak aygıtların üretim ve dağıtımının yapıldığı görülmektedir. “Atari” oyunları adı altında değerlendirilen oyunlar bir kaset yardımıyla oynanmaktadır. Kaset takılarak oynanan oyunlarda bugün devasa bir pazarı

olan oyun konsolları da kullanılmaktadır. Tek başına ya da karşılıklı oyun oynamayı mümkün kılan bu sistem başlı başına bir sosyal çevre oluşumudur. Çünkü 1970’li ve 1980’li yıllarda artık evde oyun oynamak mümkündür. Erişim olanakları yaygındır. *Pac-Man* (2010), *Space Invaders* (1978), *Donkey Kong* (1981) vb. oyunlar dönemin vazgeçilmez oyunlarından. Oyun konsolları evlerin temel ihtiyacı haline almıştır. Evlere sığmayan bu popülerite atari salonlarına taşmıştır. Bahsi geçen atari salonları içerisinde oyun oynanan, sohbet edilen kısacası sosyalleşilen somut bir mekândır. Oyunlar o denli popüler hale gelmiştir ki yaratılan karakterler ceket, t-shirt, kupa üzerine basılarak satılmıştır (Akt. Sepetçi,2017: 29). *Pac-man* örneğinden de açıkça görüleceği üzere yaratılan karakter bir pazarın ürünüdür. Satılan oyun konsolları, atari salonlarının gelirleri, bireysel olarak edinilen kasetler olağan satışlardır. Ancak bir figürün t-shirt üzerine basılması dijital oyun-tekstil gibi bir ikili ortaya koymuştur ya da cam/seramik- dijital oyun denildiğinde ilk etapta ilgisiz bir kavram olarak görülmektedir. Tahayyül edilemez bu endüstri dijital oyunların daha 1970’li yıllarda ne denli büyük bir ekonomik güç olduğunun göstergesidir.

Evde oyun oynama kültürü 1980’li yıllarda Türkiye’de de görülmüştür. Televizyon ile görüntünün sesle ve renkle harmanlanmış video biçimini izleyen izledikçe de fazlasını talep eden kitle, bu renkli ve “eğlenceli” araçlara ilgi göstermiştir. İnsanlar önce evlerinde sonra da kendileriyle benzer oyunları oynayan insanlarla bir araya gelebilmek için atari salonlarında oyun oynamıştır (Büyükbaykal&Sabuncu, 2020). Bu atari oyunları gittikçe ebatları küçülmüş halleriyle piyasaya sürülmüş günümüzde de “el atarisi” olarak satışları mevcuttur.

1990’lı yıllara gelindiğinde ise bilgisayarın yansıra cep telefonları da gündelik yaşam içinde kendine yer bulmuştur. Görece daha küçük bir ekranı olan bu cihaz iletişim ağının pratik biçimde kurulabilmesine ve kolay taşımaya imkân sağlaması sebebiyle hızla kabul görmüş ve yaygınlaşmıştır. Dönemin teknoloji devlerinden *Nokia* 2000’li yılların hemen başında ürettikleri telefona “*Snake*” (1997)oyunu eklemiştir (Kepenek,2020).Öyle ki bu oyun internet ya da herhangi bir kurulum gerektirmeden yalnızca telefonun tuşları ile oynanmaktadır. Bu sebeple hatırlanan ilk telefon oyunlarından. Yine dönemin “tuşlu telefonlarında” bulunan melodi yaratma özelliği bugün müzik aletlerinin simülasyonu biçimde hala varlığını sürdürmektedir. Bilgisayar kullanımının aksine dijital oyunlar Türkiye’de Avrupa ile eş zamanlı

popülerlik kazanmıştır. 1980'li yılların sonu 1990'ların başında oyun geliştirici Mevlüt Dinç piyasaya dijital oyun sürmek üzerine harekete geçmiştir. Keloğlan adını taşıyan oyunun ardından Hançer adlı oyunu geliştiren Dinç, oyunun aldığı reaksiyon sonrasında İstanbul Efsaneleri: Lale Savaşçıları isimli oyunu alıcısı ile buluşturmuştur (Sarpkaya,2021). Bu anlamda, dijital oyunlar Türkiye'de yalnızca tüketilmemiş üretimi de yapılmıştır. Bu endüstri 1980'den beri vadettiği ekonomik ışıkla yeni medya üreticilerinin dikkatini çekmiştir.

1990'lı yıllarda telefonlar üzerinden oynanabilen oyunların yanı sıra konsol oyunları hala kendi kitlesi içinde oldukça popüler biçimdeydi. Teknoloji firmaları açısından girişime oldukça açık bu alan kıyasıyla bir rekabete dönüştü. *Sega, Nintendo* gibi şirketlerin oyun konsollarını piyasaya sürmesinin ardından uluslararası ünlü firma *Sony* kendi konsolunu görücüye çıkardı. *Sony/Playstation* (1994) oyunları atari mekanizması düşünülecek olursa kaset yerine cd formatına geçmiştir (Akt.Sepetci,2017).Bahsi geçen oyun konsolları Sony'yi konsol oyunları bakımından devleştirmiştir. 1994 yılında piyasaya sürülen ilk konsolun ardından 2000 yılında *playstation* iki piyasaya sürülmüştür. Öyle ki bu zincir hala devam etmektedir. 2020 yılında oyuncularla buluşan *playstation 5*, konsolların son sürümüdür. Oyuncu forum sayfalarından erişilebileceği üzere bir üst sürümü merak edilmiş ve bunun üzerine firma bir sonraki konsolun 2027 yılında piyasaya sürüleceğini açıklamıştır.

Bu noktaya kadar üzerinde durulan gelişmeler modern insanın bir simülasyon içine çekilmesini yansıtmaktadır. Teknolojik gelişmeler ışığında hızla gelişen ve popülerleşen dijital oyunlar, oyunculara sentetik bir dünya inşa etmiştir (Cansever&Poyraz, 2021). Kuşkusuz bu inşa sürecinde oyuncuyu edilgen bir özne olarak görmek bir eksiktir. Bu sanal gerçeklik, sanal özneler tarafından desteklenmiştir. Sanal özneler inşa ettikleri karakterleri gündelik yaşam pratikleriyle düzenlemiştir. *Sims* (2000) adlı simülasyon oyunda, yaratılan karakter oyuncuya çıplak bir beden biçiminde verilmektedir. Oyuncu, karakterin giyim tarzından davranışlarından, sosyal yaşamından tümüyle sorumludur. Bir bağlamda olduğu yahut olmak istediği “şey” olma fırsatı verilmiştir.

Bir eğlence ya da zaman geçirme aracı olarak ortaya çıkan dijital oyunlarda insanları bağlayan asıl etken ne oranda “-miş gibi” yapabildiğidir (Yiğitoğlu,2018).

Sanal ortamda devamlılığı sağlayan gerçek yaşama olan yakınlığıdır. Başka bir deyişle siber uzay adlı kavramda tüm yaşam pratikleri sanal bir ortama taşınmıştır. Buradaki ölçüt gerçekliğe ne oranda yakın olduğu ve sanal özneyi ne oranda tatmin ettiği. Teknoloji şirketleri elbette bu mekanizmadan haberdardır ve bu mekanizmayı geliştiren oyuncuya kusursuz bir geçeklik deneyimi sunan “ürünler” üzerine çalışmaktadır. Oyun konsolları ile ekran karşısındaki oyuncu bir karakter ile sanal ortamda varlığını sürdürür. Sony, sanal gerçeklik noktasında deneyim olanaklarını maksimuma ulaştıran VR / Sanal gerçeklik gözlüklerini konsollara bağlanacak biçimde üretmiştir. Bu sanal gerçeklik deneyiminde kişinin taktığı gözlükler gerçek hayatı kopyalamış ve kullanıcıya sunmuştur. Karakteri kontrol eden oyuncu doğrudan karakter haline gelmiştir. Gerçeküstü öğeleri gerçeklik algısı içerisinde veren bu teknoloji insanlara fantastik bir karakter olma fırsatı vermiştir. Aniden bir ejderha ile burun buruna gelme, bir savaşın orta yerinde kalma gibi çok boyutlu bu deneyim görece daha pahalı ancak rağbet gören dijital oyunlardandır.

Türkiye bağlamında bir değerlendirme yapmak gerekirse 80’li yılların sonunda girişimler yapılmış oyun geliştiricileri tarafından dünya çapında azımsanamayacak geri dönüşler alınmıştır. Ancak 2000’li yılların başınca kendine geniş bir alan açan bu kavram dünya çapındaki teknoloji firmalarının konsol oyunları yahut akıllı telefon uygulamaları (*application*) yanında yeterli etkiyi sağlayamamıştır. Bu noktada oyun geliştirici, oyuncu faktörlerine ek olarak teknoloji firmaları arasındaki rekabetin büyük rolü vardır. T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından kurulan Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu, dijital oyun endüstrisinin devlet kontrolünde faaliyetlerini sürdürmesi açısından mühim bir adımdır. 2011 yılında kurulan federasyon bakanlık tarafından yapılan açıklama sonrasında 2013 yılından itibaren *Spor Genel Müdürlüğü Gelişmekte Olan Spor Branşları Federasyonuna Dijital Oyunlar As Başkanlığı olarak bağlanmıştır*.¹⁵ Yapılan çalışmalar ne denli desteklense de gerek istihdam gerek uluslararası pazar açısından Türkiye’de dijital oyun pazarlaması istenilen noktaya ulaşmamıştır. Ancak e-spor müsabakalarının bakanlık tarafından organize edilmesi ve

¹⁵ <http://gosbf.gov.tr/Duyuru/43598/dijital-oyunlar-as-baskanligi-yeni-yonetimi-hk.aspx> (Erişim Tarihi: 14.02.2023)

desteklenmesi kuşkusuz dijital oyunların gelişimi ve kontrolü açısından olumlu bir ivme kazandırmıştır.

Dijital oyunları teknolojik gelişim üzerinden sıralamak bir çerçeve çizebilmek adına gereklidir ancak oyunları birbirinin devamı olarak nitelendirmek mümkün değildir. Üretilen her telefon modelinde oyunlar kendi içinde değişim kazanırken bir yandan konsol oyunları kendi içinde dönüşüm yaşamaktadır. Bu oyunların bilgisayar destekli olanlarında ise çevrimiçi oynanan oyunlar farklı bir yapıya sahiptir. Bu sebeple dijital oyunları türleri yahut öğeleri açısından gelişimsel olarak izlemek mümkün ancak devamı olarak izlemek mümkün değildir. Konsollar toplumun ağırlıklı olarak kullandığı bir ürün değil iken görece bilgisayar oyunları daha erişilebilirdir. Bilgisayar oyunlarına oranla ise akıllı telefonlar üzerinden saniyeler içinde indirilebilen oyunlar daha pratiktir. Bunun yanında bir kurulum gerektiren oyunlara göre çevrimiçi oynanan oyunlar nispeten daha pratik ve yaygındır.

Dijital oyun sınıflandırması yapan Sulcu'nun (2021) çalışmasında oyunlar;

- Çevrimiçi Oyunlar
- Aksiyon Oyunları
- Macera Oyunları
- Rol Yapma/ Canlandırma Oyunları
- Simülasyon Oyunları
- Spor Oyunları
- Strateji Oyunları

şeklinde sıralanmıştır. Devasa kullanıcı içeren oyun başlıkları araştırmanın örneklem grubuna uygun olmaması sebebiyle sınıflandırma içine alınmamıştır. Yukarıda bahsi geçen oyunlar internet desteği ile kullanıcı hesabı oluşturularak, sosyal medya hesaplarında uzantı olarak kullanılarak, bilgisayara kurulumu yapılarak, akıllı telefonlara indirilerek yahut oyun konsolları üzerinden oynanması mümkün oyunlardır. Dolayısıyla dijital oyunlar farklı kollarında hala gelişmekte olan kullanıcıları tarafından tam anlamıyla fikir birliğine varılamamış bir alandır. Bu açıdan destekleyici bir çalışma olan Büyükbaykal'ın (2020) çalışmasında Oyunlar türleri yerine erişim alanlarıyla diğer adıyla buldukları platform bakımından;

- PC/ Bilgisayar Oyunları
- Konsol Oyunları
- Çevrimiçi Oyunlar
- Mobil Oyunlar
- Sosyal Oyunlar (*Google Plus, Facebook* vb. üzerinden oynanan oyunlar)

olarak sınıflandırılmıştır.

2.4. Dünya’da ve Türkiye’de Popüler Oyunlar ile Oyunlara Erişim

Alanları

Dijital oyunlar tarafından yaratılan sanal dünya insanların vazgeçilmez parçalarından biridir. Tarihi açısından yeni olan bu kavram yarattığı etki bakımından oldukça kapsamlıdır. Dijital oyunlar tıpkı diğer teknolojik ürünler gibi farklı hedef kitleleri tarafından alıcı bulur. Bu sebeple dijital oyunların oynanma oranı, indirilme/ satın alınma oranı düzenli olarak takip edilir. Bu piyasa araştırması oyunun güncelleştirme ve iyileştirme çabaları bakımından vazgeçilmezdir. Bu bağlamda dijital oyunların da kendi içinde bir dönüşüm yaşadığını söylemek mümkündür. Kurulum yapılması gereken, oyuncuların fiziki olarak yan yana bulunmalarını şart koşan birçok oyunun çevrimiçi ya da mobil versiyonları geliştirilmiştir. Bu da oyunları mekândan soyutlayarak gerçek oyuncuların karşılıklı oyun oynamasına olanak sağlamıştır. Dijital oyunların dezavantajları sebebiyle alternatif üretilmesine karşın dijital oyunlar kendi alternatif hallerini de yaratmıştır. Bu hamlede oyunların indirilme, oynanma oranları yakından takip edilmiştir.

Oyunlar kabaca konsol, bilgisayar, mobil olarak ayrılmaktadır. Konsol oyunları altında değerlendirilebilecek *xbox, playstation* genelde bir oyun kaseti/cd’si vasıtasıyla oyun kurulumu gerektiren oyunlardır. Bu oyunların satışı büyük teknoloji mağazalarında yapılmaktadır. Bilgisayar oyunları hem cd ile hem de indirilerek oynanan oyunlardır. Akıllı telefonlarda ise daha çok hızlıca indirilen ve kurulum gerektirmeyen oyunlar tercih edilmektedir. Bu oyunlar *googleplay, playstore, appstore, epicgamestore, steamstore* vb. üzerinden indirilmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2022 verilerine göre halkın %94.1’i internete erişim imkânı bulmaktadır. Aktif olarak ise % 85’i internet kullanmaktadır. TÜİK’in

2021 yılında çocuklar üzerine yaptığı çalışmada ise çocukların %82.7'sinin internet kullandığı saptanmıştır. Çocukların internet kullanım amaçlarında ilk sırada çevrimiçi derse katılım belirtilmiştir. İkinci sırada ise ödev yapmak için internet kullandıkları ortaya çıkmıştır. Zorunlu dersler ve ödevlerin hemen ardından ise %66.1'lik oranla oyun oynama ve oyun indirme amacıyla internet kullandıkları görülmüştür. Aynı araştırmada erkek çocuklarının kız çocuklarından daha fazla oyun oynadığı da belirtilmiştir. Ayrıca en çok oynanan oyun türü savaş oyunlarıdır. Kısaca oyun sıralamasına bakılacak olursa;

1. Savaş Oyunları
2. Macera/ Aksiyon Oyunları
3. Strateji Oyunları
4. Simülasyon Oyunları
5. Spor Oyunları
6. Rol Yapma Oyunları

Şeklinde bir sıralama mevcuttur.

Amerika Birleşik Devletleri merkezli bir kuruluş olan NPD Group'un 2019 dijital satış verilerini temel alarak hazırlanan haberde (Habertürk,2019) 1995 yılından 2019'a değin en çok satılan ve oynanan oyunları derlenmiştir.

1995: *Mortal Kombat III* (Macera/ Aksiyon)

1996: *Super Mario 64* (Macera)

1997: *Mario Kart 64* (Yarış/Spor)

1998: *The Legend of Zelda: Ocarina of Time* (Macera/ Aksiyon)

1999: *Donkey Kong 64* (Macera / Aksiyon)

2000: *Pokémon Stadium* (Simülasyon / Macera / Yarı Etkileşimli)

2001: *Madden NFL 2002* (Spor)

2002: *Grand Theft Auto: Vice City* (Macera/ Aksiyon)

2003: *Madden NFL 2004*(Spor)

2004: *Grand Theft Auto: San Andreas* (Macera/Aksiyon)

2005: *Madden NFL 06* (Spor)

2006: *Madden NFL 07*(Spor)

2007: *Guitar Hero III: Legends of Rock* (Ritim/Müzik/ Mecera)

2008: *Rock Band* (Müzik)

2009: *Call of Duty: Modern Warfare 2* (Savaş/ Hedef Alma)

2010: *Call of Duty: Black Ops*(Savaş/ Hedef Alma)

2011: *Call of Duty: Modern Warfare 3*(Savaş/ Hedef Alma)

2012: *Call of Duty: Black Ops II*(Savaş/ Hedef Alma)

2013: *Grand Theft Auto V* (Macera/Aksiyon)

2014: *Call of Duty: Advanced Warfare*(Savaş/ Hedef Alma)

2015: *Call of Duty: Black Ops III*(Savaş/ Hedef Alma)

2016: *Call of Duty: Infinite Warfare*(Savaş/ Hedef Alma)

2017: *Call of Duty: WWII*(Savaş/ Hedef Alma)

2018: *Red Dead Redemption 2*(Macera/Aksiyon)

2019: *Call of Duty: Modern Warfare* (Savaş/ Hedef Alma)

Playstore verilerine dayanılarak oluşturulan liste göz önüne alınarak (Hürriyet,2020);

2020: *Football Manager* (Spor)

Bir teknoloji firmasının Steam verileri üzerinden yaptığı listeye dayanarak;

2021: *Dead by Daylight* (Dövüş)¹⁶

Giriş kısmında belirtildiği üzere dijital oyun kollarının ayrılması, kendi içinde alternatif üretmesi sebebiyle özellikle 2019 yılından sonra istatistiki verilerde tek bir değerlendirme ölçütü mevcut değildir. Kimi listeler *Steam* verilerini esas alırken, kimi listeler *playstore* verileri esas alınarak hazırlanmaktadır. Bu çeşitliliğin yanı sıra oyunlar 2019 ve öncesinde “en çok satan ve oynanan” olarak tek başlıkta yayınlanırken sonrasında “en çok indirilen”, “en çok oynanan”, “en çok oynanan/ satılan/indirilen pc oyunları”, “en çok indirilen/ oynanan mobil oyunlar” olarak farklı kategorilere ayrılmıştır. Teknoloji firmaları ise “en çok satılan” olarak gruplandırmış hatta en çok satan oyunları “altın grup” olarak nitelendirmiştir. Dolayısıyla dijital oyunlar üzerine yapılacak oyunlar “en” yerine “enler” olarak değerlendirme yapmak mecburiyeti doğmuştur. Bu çok kollu yapıda ise her yıl açıkladığı rapor ile oyun dünyasının bilançosunu açıklayan Newzoo Küresel Oyun Pazarı Raporu, Türkiye Oyun Sektörü Raporu (*Game in Turkey*), vb. akademik çalışmaların temel kaynaklarıdır. Bu sebeple son iki yılın oyun değerlendirmeleri ve oyun öngörülleri bu kaynaklar esas alınarak yapılacaktır.

2021 yılında T.C. Sağlık Bakanlığı öncülüğünde gerçekleşen Dijital Oyun Bağımlılığı Çalıştayı’nda dijital oyunların çocuklara etkileşimli oyun oynama fırsatı elde ettiği, çocukların sosyal ve bilişsel becerilerini desteklediği, aşırı duygu ve eylemlerin dışı vurumuna olanak sağlayarak azalttığı, oyun içinde kurulan iletişim ve işbirliği yapma unsurlarına dayanılarak olumlu davranışları desteklediği belirtilmiştir. İfaaliyetleri gerçekleştirme konusunda aksamaları meydana getirdiği, uyku problemlerine yol açtığı, yalnız ve yabancı kimlik inşasına zemin hazırladığı, beyin gelişimini olumsuz anlamda etkilediği de ifade edilmiştir. Çalıştay’da esas alınan TÜİK verileri 2018 yılına aittir. İnternet kullanım oranı %72.9 olarak alınmıştır 2022 yılına ait verilerde ise bu oran %85 olarak görülmektedir. Azımsanamayacak etkilerinde oranlar ışığında bir artış olduğunu söylemek kaçınılmazdır.

¹⁶ 2021 yılında yapılan istatistiklerde mobil oyunlar için PUBG: Mobile, konsol oyunlarında Counter-Strike: Global Offensive gibi farklı isimlere rastlanmıştır. Listeye oyun geliştirici firmaları esas alan istatistikler dâhil edilmiştir.

2021 yılında son verileri yayınlanan Türkiye Oyun Sektörü Raporu'na göre yetişkinlerin %78'i mobil oyun oynamayı tercih etmektedir. Mobil oyunlar içerisinde en çok oynanan %48 ile kelime ve *puzzle* yani kültür/ yarış oyunlarıdır. Mobil oyunlar eğlenceli olması gerekçesiyle tercih edilmektedir. İstatistiklere göre Türk oyuncuların oyun seçimlerini etkileyen temel faktör oyunu ücretsiz indirebilmektir. Oyuncuların karakter seçiminde ise farklı bir dünya ve heyecan unsuru göze çarpmaktadır. Geçtiğimiz bölümlerde bahsi geçen “sanal dünya, metaverse” kavramlarını destekleyici etmenler rapor sonuçlarına göre Türk oyunları içine almış kavramlardır. 2020 yılında 35 milyon olan mobil oyuncu sayısı kabaca 40 milyona çıkmıştır. Oyunculardan 24 milyonu mobil oyunları, 20 milyonu ise konsol oyunlarını tercih etmektedir. En fazla indirilen ücretsiz oyun *PUBG* adlı oyunun mobil versiyonudur. En fazla indirilen ücretli oyun ise *Minecraft Pocket Edition* adlı oyunun mobil versiyonudur. Pc oyunları ve konsol oyunları ise satışlarının birçok kanaldan olması sebebiyle net bir sıralamayla verilmemiştir. Oyunların fiziksel ortamlar gerektirmesinden ve oyunların çevrimiçi özellikleriyle mekân ötesi olmasından bahsedilen bölümü destekleyici olarak internet cafelerin 14.500 olan sayısı 2021 yılında 10.250 olarak düşmüştür. Bu devasa oyun dünyasında ise lisanslı olarak faaliyetini sürdüren +8126 e-spor oyuncusu mevcuttur. 2.Spor İstanbul Gençlik Ve Eğlence Festivali, ESA Esports Kupa Vestel ESA Kupa Vestel Tournament, ESA x TOSLA *PUBG* Domination, ESL Türkiye Şampiyonası Summer, ESL Türkiye Şampiyonası Winter vb. birçok e-spor etkinliği düzenlenmiştir.

Küresel raporlardan olan Newzoo Oyun Pazarı Raporu'nun 2022 verilerine göre; Latin Amerika, Orta Doğu ve Afrika büyümekte olan oyun sektörünü yönlendirecek bölgelerdir. Mobil oyunların ise ilerleyen yıllarda en fazla tercih edilen oyunlar olacağı düşünülmektedir. Ortalama 3 milyar olan oyuncu sayısının 2025 yılında 3.5 milyar olacağı öngörülmektedir. Raporda Covid-19 salgılı boyunca oyun materyallerinin tedarik edilme sürecinin aksaması sebebiyle konsol oyunlarının satış ve oynanma oranlarının düştüğüne dikkat çekilmiştir. Mobil oyunların ise bu gibi engellerden uzak olması sebebiyle oyunculara daha pratik gelmektedir. Diğer raporlardan farklı olarak oyun endüstrisinin güncel durumunda “oyna- eğlen” anlayışından çok “oyna- kazan” anlayışının yaygınlaşmasından bahsedilmektedir. Klasik oyun severlerin temel amaçları “öylesine oynamak” olsa da oynarken para

kazanmak modern oyunculara cazip gelen bir yöntemdir. E-spor turnuvalarının rağbet görmesinde bu unsur büyük oranda etkilidir.

Medya, eğlence ve oyun sektörü incelemeleri yapan *PwC (Pricewaterhouse Coopers)* Küresel Eğlence ve Medya Görünümü Perspektifleri Raporu'nda Türkiye'nin 2021-2026 yılları arasında video oyun oynama oranları bakımından dünyada birinci sırayı alacağını öngörmüştür. 2022 yılında aldığı yatırımlara bakılarak Türkiye en çok oyun yatırımı alan Avrupa ülkesi olarak nitelendirilmiştir.

2019 yılından itibaren mobil oyunların yükselmesi, teknoloji firmalarının bireysel ve ortak pazarlar üzerinden satış yapması, çevrimiçi oyunların oldukça dikkat çekmesi ve tercih edilmesiyle doğrudan bir erişim alanı ve oyuna işaret edilmemektedir. 2019 öncesinde oyunlar sıralanırken indirilme ve oynanma verileri üzerinden bilgiler kullanılırken bu değerlendirme ölçütü yatırım alma, kar yüzdesi vb. daha ekonomik bir sınıflandırılmaya tabi tutulmuştur. 2019 öncesinde belli başlı raporlar üzerinden istatistiki verileri okumak mümkündür ancak gelişen bu pazarda bakanlıklardan firmalara, oyun sitelerinden forumlara kadar herkes kendi raporunu yayımlamaktadır. Dolayısıyla bu bağlamda bir "raporlar dizini" ile karşılaşılacaktır, bu dizinler oyuna satış, kar, indirilme, oynanma oranlarına göre kendi "enlerini" belirlemektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu araştırma Türkiye'nin en yoğun nüfuslu şehri olan İstanbul ve Bulgaristan'ın en yoğun nüfuslu şehri olan Sofya'daki üniversite öğrencilerinin oyun oynama davranışını süre, süreklilik, verimlilik üzerinden dijital oyun bağımlılığı kapsamında değerlendirmeyi amaçlamıştır. Çalışma oyun oynama davranışının sosyal, akademik yaşama etkilerini ortaya koymayı, bağımlılık konusunda iki ülke öğrencilerini güncel durumunu göstermeyi hedeflemiştir. Üniversite öğrencilerinin dijital oyun oynama davranışlarının teknoloji bağımlılığı alanındaki konumunu belirlemek üzerine yürütülen çalışma; öğrencilerin dijital oyun oynama gereksinimine odaklanmış, oyun oynama davranışlarını ve geçirilen süreyi etkileyen faktörleri irdelemiştir. Ortak yaşam alanları olan iki şehrin / öğrencilerin dijital oyun oynama davranışları karşılaştırarak ortaya konulan sonuçların bağımlılık tehdidinin boyutlarını görebilmek ve strateji belirlemek konusunda literatüre farklı bir bakış açısı getireceği temenni edilmektedir. Araştırma kapsamında şu sorulara yanıt aranacaktır:

- Üniversite öğrenciler ne sıklıkta dijital oynamakta?
- Oyun oynama davranışı sosyal hayatını ve günlük rutinini etkiliyor mu?
- Oyun oynama isteğinin altında yatan sebepler neler?
- Oyun oynamaya ayrılan süre öğrenciler açısından verimlerini etkiliyor mu?
- Türkiye ve Bulgaristan'daki öğrencilerin dijital oyun oynama davranışları açısından benzer ve farklı yanları neler? Bunların sebepleri neler?

3.2. Araştırmanın Önemi

Bağımlılık toplumsal yapının her dönem en önemli konularından biri olmuştur ancak teknoloji devrimiyle birlikte gelen teknoloji bağımlılığı oldukça yeni ve dinamik bir alandır. Teknoloji bağımlılığı birçok yönden ele alınırken dijital oyun bağımlılığı, bunlar arasından en masum ve alıcısına oyunlar üzerinden en hızlı ulaşan yapılardan biridir. Alıcıların özellikle çocuklar ve ergenler oluşu tehlikenin boyutunu artırmaktadır. Ebeveynlerin teknolojik eğilimleri göz önüne alındığında özellikle

gençler, dijital oyunları bir çatışmadan kaçış olarak görmektedir. Bu çatışma aile içi, eğitim, sosyal yaşam, gelecek kaygısı gibi kritik noktaları işaret etmektedir. Bu anlamda dijital oyun bağımlılığı sunduğu sanal gerçeklik içinde bireyin toplumdan kaçışı ve toplumsal yapının pasif bir yapıya dönüşmesine sebep olabilecek oranda tehdit edici bir unsurdur. Bunlar göz önüne alındığında bu denli gündemde bir konu farklı boyutlarda ele alınmalı ve teknolojik gelişmelerin ışığında revize edilerek her an yeniden değerlendirilmelidir. Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde konuyu geliştirmek ve konuya katkı sağlamak amacıyla ülkeler arası bir araştırma sürdürmeye karar verilmiştir. Her ne kadar ortak alanlar olsa da sınır komşusu olan iki ülke toplumsal yaşam düzenlerinden, yönetim sistemlerine, eğitimden, internette vakit geçirmeye kadar ayrı birer kültürdür. Çalışma, iç içe geçmiş ve bir o kadar ayrı olan bu iki kent aynı yaş düzeyindeki öğrencilerin bağımlılık düzeyindeki konumlarına ışık tutmaktadır. Bunun yanı sıra dijital oyunlara getirilecek yasal düzenlemelerde referans alınabilecek kaynaklardan biridir. Bağımlılık davranışı üzerine yapılacak tedaviler ve çalışmalar için gençlerin tutumuna dair güncel bir kaynak niteliği taşımaktadır. Katılımcıların öğrenci olması sebebiyle, eğitim alanında yapılacak düzenlemelerde de yine çalışmaya başvurulabilir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada bilimsel araştırma tekniklerinden nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden “anket tekniği” kullanılan çalışmada elde edilen veriler bilgisayar ortamında sosyal bilim araştırmalarına uygun olarak hazırlanan IBM SPSS *Statistics* 22.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiş, tablo ve grafikler oluşturularak değerlendirilmiştir.

Nicel araştırmalar, araştırma kapsamında ortaya konulan olguların test, anket vb. araçlarla ölçülmesine olanak tanımaktadır. Merkeze alınan problem ve öngörülen sonuçlar katılımcı yanıtları alınarak istatistiksel olarak saptanmaktadır. Doğrudan bir sonuca varmanın hedeflendiği çalışmalarda bu yöntem araştırmanın hedef ve amaçlarına hizmet etmektedir (Creswell,2017).

Araştırma doğrudan sayısal verileri karşılaştırmak üzerine kurulmuştur. Bu sebeple anket yöntemiyle veri toplama yoluna gidilmiştir. Sorular araştırmacı tarafından hazırlanmış olup herhangi bir ölçek ya da şablon kullanılmamıştır.

Çalışmanın pazarlama, psikoloji, iletişim alanıyla yakın ilişkisi olması sebebiyle bu alanlara dair sorular sosyolojik açıdan değerlendirmeye katkı sağlayacak ancak araştırma yönünü saptırmayacak biçimde sınırlı tutulmuştur. Sorular *online* cevaplanabilecek biçimde hazırlanmıştır. Katılımcılara *Google* Anketler üzerinden ulaşılmıştır. Araştırmanın Bulgaristan kolunda öğrencilerin Türk olması şartı bulunmaması sebebiyle sorular Bulgarca olarak yöneltilmiştir. Bir alternatif olarak iki ülkede bulunabilecek değişim programlarına dahil öğrenciler için sorular ayrıca uluslararası kabul görmesi sebebiyle İngilizce olarak hazır bulundurulmuştur.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Araştırmanın evreni Türkiye ve Bulgaristan'daki üniversite öğrencileri olarak belirlenmiştir. Türkiye'yi temsilen İstanbul Bulgaristan'ı temsilen Sofya seçilmiştir. Bu iki şehrin seçilme amacı iki ülkenin en yoğun nüfuslu şehirler olmasıdır. Aynı zamanda iki şehir de en gelişmiş şehirler arasındadır. Türkiye'yi 100, Bulgaristan'ı 100 üniversite öğrencisi temsil etmiştir. Anket, öğrencilere çevrimiçi platformlar aracılığı ile ulaştırılmıştır.

Çalışma anketin yanı sıra minimum düzeyde de olsa katılımcı profillerini doğrulamak adına yüz yüze görüşmeyi hedeflemiş ancak covid-19 pandemisi süresince ülke içi ve dışı seyahatlerin kısıtlanması sebebiyle gerçekleştirilememiştir. Pandemi araştırma planını doğrudan etkilerken araştırma dokusuna uygun bir gerçekliği de ortaya koymuştur. Dijitalleşme bir anlamda “alternatif” demektir. Her pratik dijitalleşme ile kendi alternatifini içinde barındırmaktadır. Nispeten yüzyüze sürdürülmesi planlanan çalışma herhangi bir aksaklık olmadan teknolojik sistem üzerinden yürütülmüştür. Bu anlamda teknolojiyi bir araç olarak lehe kullanmanın yaşamı kolaylaştırıcı yanı sıra bir kez daha deneyimlenmiştir.

Araştırmaya yoğun olarak 18-25 yaş arası katılımcılar dahil olmuştur ancak 25 yaş ve üzeri katılımcılar gelişimsel evreleri bakımından bağımlılık konusunda bilinç düzeyleri yüksek katılımcılardır. Bu bağlamda araştırmaya özellikle lise üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin de katılımı eklenebilirdi. Araştırmanın üniversite öğrencileri ve lise öğrencilerini kapsamaması örnekleme büyüteceği gibi verilerin daha komplike sonuçlarla elde edilmesine ve kıyasta sorunlar oluşmasına olanak tanır. Temsiller birer şehir üzerinden oluşturulmuştur, şehirlerin ikişer yahut üçer seçilmesi

benzeri biçimde veri akışını hızlandırmaya olanak tanıyabilir. Ancak farklı şehirler farklı alt kategoriler doğurabilirdi. Bu ihtimal araştırmanın iki ülkenin genel hatlarını ortaya koyma hedefinden şaşma ihtimaline karşı tercih edilmemiştir.

Araştırma süresince, dijital oyun oynama sıklığının yüksek olduğu ve katılımcıların herhangi bir itici faktörden kaçış bileti olarak dijital oyunları gördüğü varsayılmıştır. Katılımcı yanıtlarına bakıldığında ise bu sıklık ve verim oranı tersi bir biçimde değerlendirilmiştir. Kaçan, alternatif arayan gençler bunu şeffaf biçimde ifade edememiştir. Literatürde benzeri biçimde katılımcıların oyunların kendilerinde yarattığı tahribatın farkında olmadığı görülmektedir. Katılımcılardan her ne kadar doğru ve tarafsız veri girişi beklense de oynama, satın alma, görev ve sorumluluk erteleme konusunda tutarlı veriler elde edilememiştir. Lise ve üniversite düzeyinde yapılacak çalışmada bu nokta dikkate alınarak bir ön görüşme yahut ön anket yapılması uygundur. Bu yaş grubu, açıkça görüleceği üzere bir ikna ve güven sürecine ihtiyaç duymaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTAL OYUN BAĞIMLILIĞI AÇISINDAN BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

4.1. Sosyolojik Bir Bakış: Dijital Oyunlar ve Dijital Oyun Bağımlılığı

Dijital oyunlar modern çağın yadsınamaz parçalarından biridir. Boş zamanları doldurmak için, eğlenmek için, stresten kaçmak yahut sosyalleşmek için oynanabilir. Sebebi her ne olursa olsun teknolojiyi kullanan her insanın yolu dijital oyunlara denk gelmektedir. İster doğrudan kullanıcı olarak ister maruz kalarak olsun dijital oyunların etkilerini hissetmek kaçınılmazdır. Geçtiğimiz bölümlerde irdelenen gelişimi üzerinden de görülebileceği gibi dijital oyunlar; ekonomik, siyasi, fiziksel, psikolojik vb. alanlar üzerinden sıklıkla incelenmektedir. Kavramın hala gelişmekte olması var olan araştırmaları güncelleme gerekliliği doğurmaktadır. Bu sebeple dijital oyunlar dinamik bir çalışma sahasıdır.

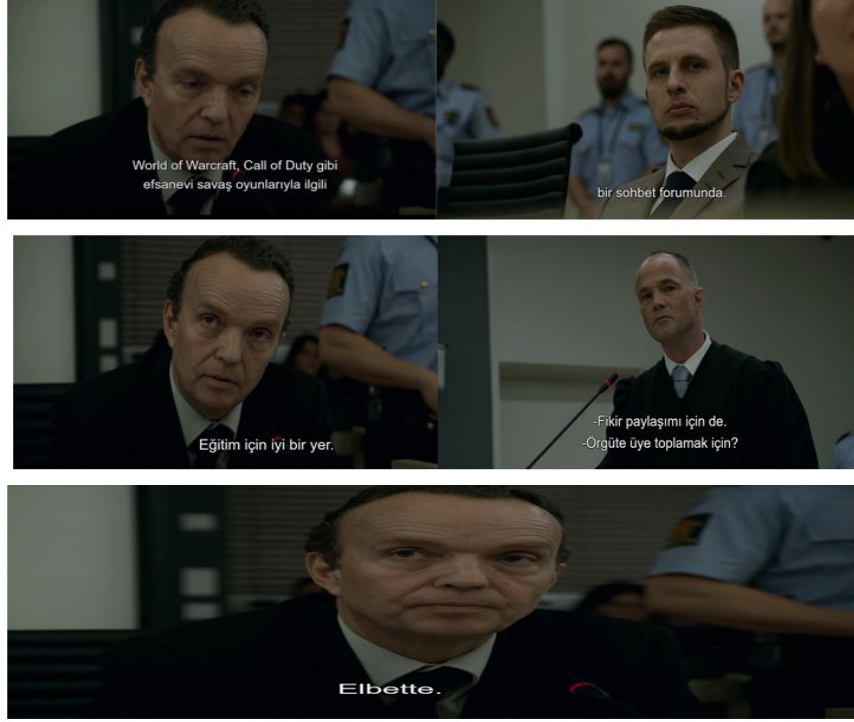
Sosyoloji, toplum yapı ve ilişkilerini değiştirdiği kabuk üzerinden neden ve sonuçlar bağlamında inceler. Bu değişim savaşlar, devrimler, kültürel oluşumlar üzerinden etkileri izlenerek bir zemine oturtulur. Dijital oyunlar; oynamaya, oyuna, sosyalleşmeye getirdiği anlamlarla toplumsal düzeni yeni bir alana taşımaktadır. Dolayısıyla sosyoloji; dijital oyunları bir itici güç olarak incelemekte ve bakış açıları geliştirmektedir.

Dijital oyunların yarattığı bu sanal dünya insanı içine çeken ve zaman zaman kontrolü yitirmesine sebep olan bir unsurdur. Aşırı ve bilinçsiz tüketimi sebebiyle bir “tehlike” olarak adlandırılabilen gibi dinamik olması sebebiyle de bir “fırsat” olarak nitelendirilebilir. Bu bölümde hedeflenen oyunları somut örnekler üzerinden inceleyerek toplumdaki ya da gerçek yaşamdaki yerini görebilmek/ gösterebilmektir. Örnekler oyunları kategorize ederek sistemleştirilmiştir. Bahsi geçen oyunlar rastgele seçilmiştir.

Savaş- Strateji Oyunları:

Örnek 1: Word of Warcraft & Call of Duty

2011 yılında gerçekleşen Norveç saldırılarını alan *22 July* filmindeki mahkeme sahnesinde tanıklar dinlenmiş, tanığa saldırgan ile nerede tanıştığının sorulması üzerine bir oyun platformunda olduğu ortaya çıkmıştır.



Görsel 1: 122 July, 2018, Paul Greengrass, Norveç, 1s 57 dk

Örnek 2: Brawl Stars & Among Us & Pubg

2020 yılında Ankara'da yaşanan bir çocuk cinayeti üzerine geniş kapsamlı soruşturma açılmış olayın temellerinin internet oyunlarına dayandığı sonucuna varılmıştır. Ardından uzman aynı yaş düzeyindeki çocukların ifadelerine başvurulmuş ve bilanço ortaya konmuştur.

Emirhan Uzun (13): 'PUBG' ve 'Brawl Stars' oynuyorum. Savaş oyunları bunlar. Gerçek oyuncularla oynuyoruz. Ara sıra yenildiğimde sinirleniyorum. Bir kere telefonu yere atmıştım. Yenilgiyi hazmedemiyorum.

Münevver Eymen (13): Ben de savaş oyunlarını seviyorum. Günde 3-4 saat kadar oynuyorum. Zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum hatta. Ben kaybedince pek sinirlenmiyorum ama arkadaşlarımdan küfredenler, bilgisayara vuranlar oluyor.

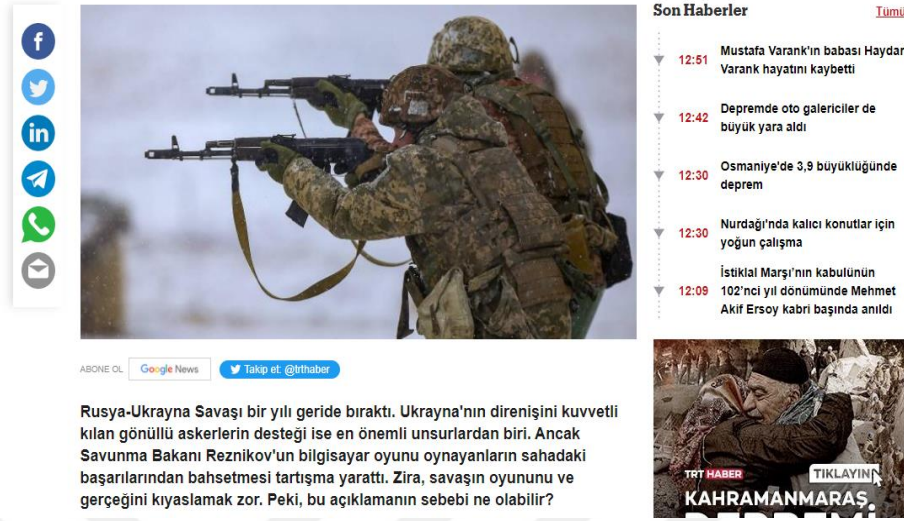
Esad Akkaya (12): Daha çok 'Brawl Stars' ve 'Among Us' oynuyorum. Among Us katil kim oyunu. Brawl Stars da savaş oyunu. Daha çok böyle oyunları seviyorum. Aslında sürekli oynamak istiyorum ama derslerim olunca bırakıyorum. Yine de aklım oyunlarda kalıyor. Yenilince sinirleniyorum. Telefona falan vuruyorum. Ama ailelerin de etkisi var. Çocuğa bebekken telefon öğretmezsen gelecekte de bunlarla çok uğraşmaz. Ama çocuğa sürekli telefon verince alışkanlık oluyor.

Görsel 2: Gazete haberi, Gazete Vatan, 2020, <https://www.gazetevatan.com/gundem/turkiye-bu-olayla-sarsilmisti-olduren-ovun-1355080>

Örnek 3: Savaş Oyunları (Genel)

Rusya- Ukrayna Savaşı'nın etkileri sürerken Ukrayna Savunma Bakanı Oleksii Reznikov savaş ve strateji oyuncularının gerçek savaşta da başarı gösterdiğini ifade etti.

Savaşta yeni dönem: İyi bir bilgisayar oyuncusu, savaşçı da olabilir mi?



Rusya-Ukrayna Savaşı bir yılı geride bıraktı. Ukrayna'nın direnişini kuvvetli kılan gönüllü askerlerin desteği ise en önemli unsurlardan biri. Ancak Savunma Bakanı Reznikov'un bilgisayar oyunu oynayanların sahadaki başarılarından bahsetmesi tartışma yarattı. Zira, savaşın oyununu ve gerçeğini kıyaslamak zor. Peki, bu açıklamanın sebebi ne olabilir?

Son Haberler

- 12:51 Mustafa Varank'ın babası Haydar Varank hayatını kaybetti
- 12:42 Depremde oto galericiler de büyük yara aldı
- 12:30 Osmaniye'de 3,9 büyüklüğünde deprem
- 12:30 Nurdagi'nda kalıcı konutlar için yoğun çalışma
- 12:09 İstiklal Marşı'nın kabulünün 102'nci yıl dönümünde Mehmet Akif Ersoy kabri başında anıldı

KAHRAMANMARAŞ

Görsel 3: Savaş Oyunları ve Savaş, Trt Haber, 2023, <https://www.trthaber.com/haber/dunya/savasta-veni-donem-iyi-bir-bilgisayar-oyuncusu-savasci-da-olabilir-mi-749797.html>

Macera- Aksiyon Oyunları

Örnek 1: Hitman

Oyun karakterleriyle özdeşleşme ve davranışları kopyalama bir tehlike unsurudur. Savaş- strateji ve macera- aksiyon oyunları gerçek üstü görsel donanımlarıyla bu özdeşleşmenin en sık görüldüğü oyun türüdür. 2020 yılında Rusya'da yaşanan cinayet sonrasında da benzeri bir tablo ortaya çıkmıştır.

'Kendimi Hitman gibi hissettim'

Rusya'da internetten kiralanan Abdulaziz Abdulazizov'un (20) polis müfettişi Evgenia Shishkina'yı öldürmesiyle ilgili dava sonuçlandı. Stajyer doktorken katil olan Abdulazizov, 14 yıl hapis cezasına çarptırıldı. Abdulazizov'u, uyuşturucu satıcısı Yaroslav Sumbaev'in internette "karanlık ağ" üzerinden

4 bin 700 sterlinlik bitcoin (sanal para) ile kiraladığı belirtildi. Sumbaev kendisini soruşturduğu için Shishkina'yı öldürttü. Abdulazizov cinayeti işlerken kendisini "bilgisayar oyunu karakteri olan kiralık katil Hitman gibi hissettiğini" söyledi.-DIŞ HABERLER

Görsel 4: Dış Haberler/ Rusya Cinayeti, Milliyet Gazetesi, 2020,

<https://www.milliyet.com.tr/gundem/ankara-ve-malatyada-cocuklar-dehset-sacti-gercek-sanal-birbirine-karisiyor-6358244>

Örnek 2: Tomb Raider

Bir video oyun karakteri olarak ortaya çıkan Tomb Raider sonrasında kitaplara, çizgi romanlara ve filmlere konu olmuştur. Diğer ürünlerle birlikte artık bir seriye dönüşmüştür. Tomb Raider gibi dijital oyunlardan oluşturulan birçok seri, sinemaya uyarlanan birçok oyun bulunmaktadır.

9. Tomb Raider



Aksiyon, macera ve bilmeceleri birleştiren zamanın efsanelerinden Tomb Raider'ı bu yapımdan önce sinemalarda Angelina Jolie'nin başrolünde oynadığı 2001 yapımı filmde görmüştük. Yeni nesil oyunların peşine üçüncü kere sinemada görmek ise 2018 senesinde Alicia Vikander ile oldu.

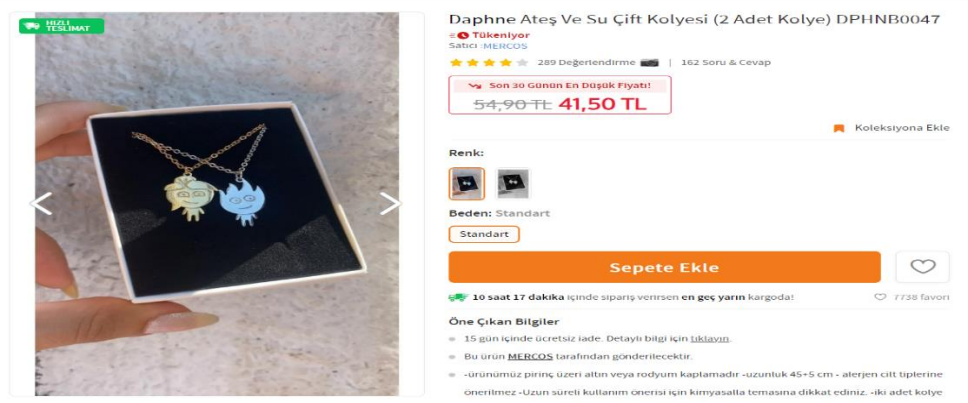
Görsel 5: Macera-Aksiyon filmleri, İnternet Haberi (Onedio), 12.03.2023,

<https://onedio.com/haber/oyunlardan-bevaz-perdeve-uzanan-en-ivi-11-film-1122739>

Örnek 3: Fireboy&Watergirl

Bilinen ismiyle Ateş ve Su oyunu birbirine bağlı iki karakterin ortak olarak hareket ederek engelleri aşması üzerine kurulu bir oyundur. Bu oyun karakterleri yan ürün olarak üretilen “ kolye” ile bir sevgi dili haline gelmiştir. Çift hediyeleri, anlamlı

hediyeler başlığı altında online alışveriş siteleri üzerinden satışa sunulmaktadır.



Görsel 6: Çift Hediyesi Oyun Karakterleri, Trendyol(Alışveriş Sitesi), (online), 12.03.2023, <https://www.trendyol.com/daphne/ates-ve-su-cift-kolyesi-2-adet-kolve-p-356047658>

Bilgi Yarışmaları- Akıl ve Zekâ Oyunları

Örnek 1: Akıl ve zekâ oyunları olarak nitelendirilen bu oyunların özellikle çocukların olmak üzere insanların gelişimlerinde olumlu etki uyandırdıkları kabul edilmektedir. Sorun çözme, analitik düşünme üzerindeki etkileri sebebiyle birçok kurum ve kuruluş tarafından desteklenmektedir.



Görsel 7: Akıl ve Zekâ oyunları kursu, Esenler Belediyesi(website), 2022, <https://esenler.bel.tr/haberler/duyurular/esgev-yeni-donem-kayitlari-basladi/>

Örnek 2: Akıl ve zekâ oyunları doğrudan Milli Eğitim Bakanlığı tarafından da desteklenmektedir. Öyle ki teşvik amacıyla turnuvalar düzenlenmekte, yarışmada dereceye giren öğrenciler ödüllendirilmektedir.



Görsel 8: Konya Akıl ve Zekâ Oyunları Turnuvası, 2020, <https://konvaarge.meb.gov.tr/www/konva-akil-ve-zek-oyunlari-yarismasi-2020/icerik/225>

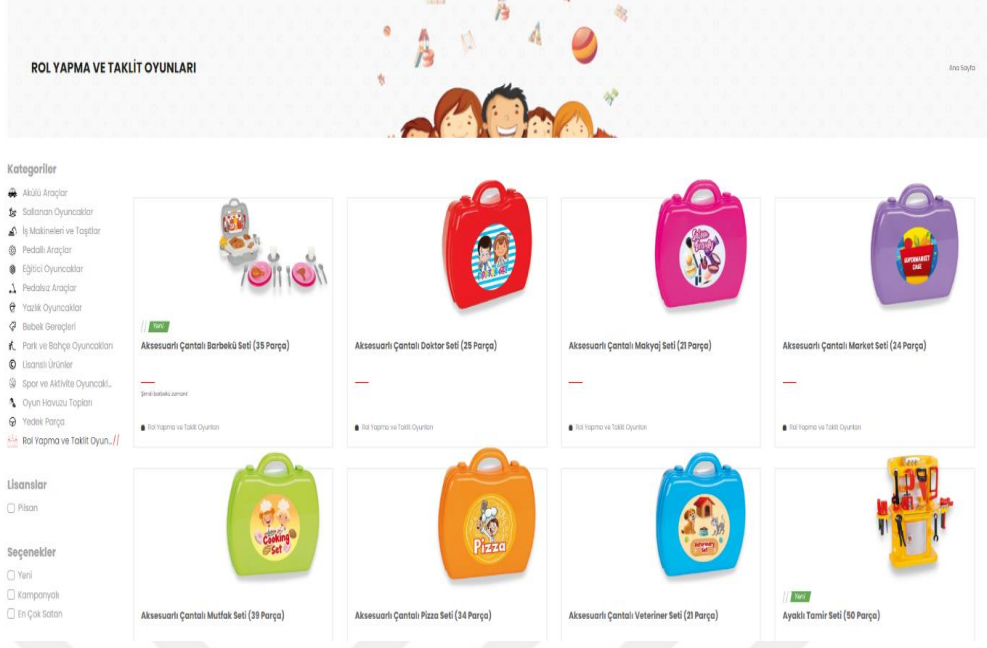
Örnek 3: Dijital oyunların ortak bir kültür oluşturduğu fikri birçok araştırmacı tarafından desteklenmektedir. Bu fikri somutlaştırmak gerekirse; haber yayınlayan, yarışma düzenleyen, sertifika programların bulunan Akıl ve Zekâ Oyunları Topluluğu (AZOT) destekleyici bir örnek olacaktır.



Görsel 9: Akıl ve Zekâ Oyunları Topluluğu, Çevrimiçi Oyun Topluluğu, 12.03.2023, <https://azoturkive.blogspot.com/>

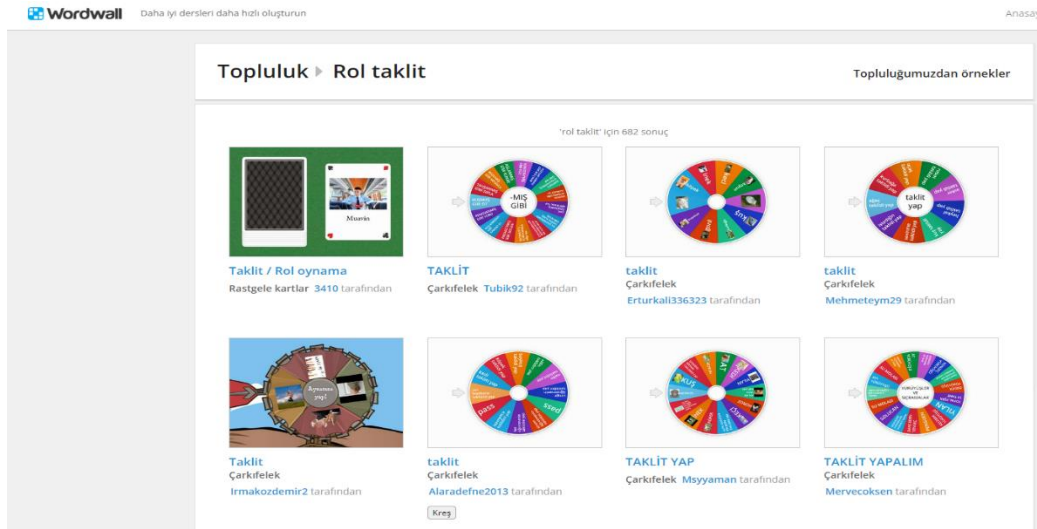
Rol Yapma- Taklit Oyunları

Örnek 1: Bu kategorideki oyunlar genel olarak eğitici oyunlar olarak nitelendirilmektedir. Meslek gruplarını taklit eden oyunlar ebeveynler tarafından fazlaca tercih edilmektedir.



Görsel 10: Oyuncak Firması Kategorileri, Pilsan Oyuncak, 12.03.2023,
<https://www.pilsan.com.tr/tr/urunler/rol-yapma-ve-taklit-oyunlari>

Örnek 2: Eğitim- öğretim serüveni içinde de çocukların dramatik gelişimini desteklemesi sebebiyle rol yapma ve taklit oyunlarına sık sık yer verilmektedir. Online eğitim platformlarında öğrenimler, eğiticiler tarafından hazırlanmış oyunlar bulunmaktadır.



Görsel 11: Online Rol Yapma ve Taklit Oyunları, Wordwall (eğitim platformu), 12.03.2023,
<https://wordwall.net/tr-tr/community/rol-taklit>

Örnek 3: Oyun terapileri özellikle küçük yaşlardaki çocukların travmatik bozukluklarını saptama, tedavi etmede ve ruhsal sağlığını düzenleyici olarak tercih edilmektedir. Bu yöntemde rol yapma ve taklit oyunlarından yararlanılmakta bu oyunlara “terapötik oyunlar” denilmektedir.



Terapötik Oyun Nedir? Ne İşe Yarar?

Oyun terapisi yöntemi, bireysel terapiden farklı olarak kelimelere değil oyunlara bakar. Terapötik oyun dediğimiz ortam dahilinde çocuğun yaşadıkları ve hissettikleri gözlemlenir. Peki psikoterapinin önemli bir konusu olan oyun terapisi için **terapötik oyun nasıl uygulanır ve bu oyun ne işe yarar?**

Görsel 12 Oyun Terapisi, Rol Yapma Oyunları, 12.03.2023,

<https://www.uzaktanegitim.com/blog/terapötik-oyun-nedir-ne-ise-varar>

Simülasyon Oyunları

Örnek 1: Simülasyon oyunları yarattığı sanal gerçeklikle oyunculara kendi alanlarını yaratma imkânı sunmaktadır. Bu özelliği dolayısıyla kullanıcılar kendi ideal hayatlarını kurgulamaktadır.



Görsel 13 Kullanıcı yorumları(Twitter), 12.03.2023

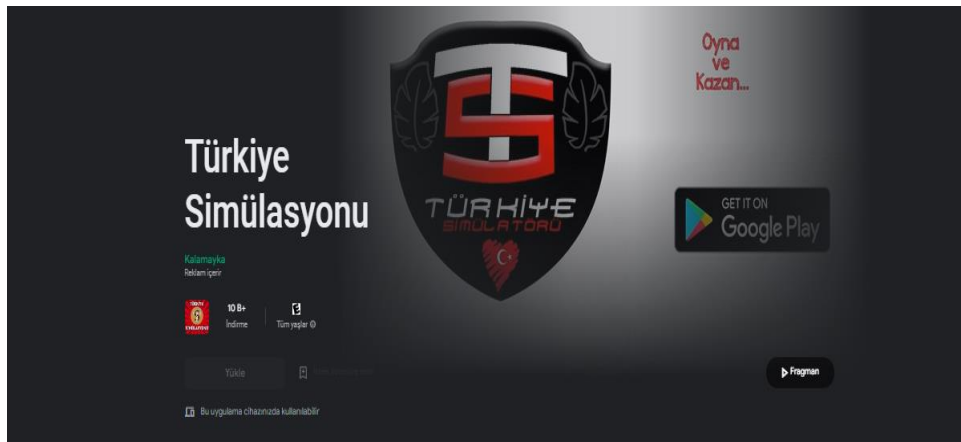
Örnek 2: Simülasyon kültürü yalnızca gerçek hayatı sanal ortama taşımakla kalmayıp yenedünyalar ve hayatlar kurma imkânı da vermektedir. Holdingler bu yeni alana destek vermekte ve yatırım yapmaktadır.

Edindiğimiz bilgilere göre Bitci Holding'in 3 şirkete yaptığı yatırımın toplam büyüklüğü ise **30 milyon TL**. Yatırım yapılan projeler arasında yer alan **VRMARS**, gerçek hayat simülasyonu ile kullanıcıların Mars'ta koloni kurarken aktif gelir elde etmelerini sağlayan bir Web3 eğlence platformu olarak hizmet sunuyor.



Görsel 14 Simülasyon Oyunları, Mars Metaverse, 12.03.2023, <https://webrazzi.com/2022/10/31/bitci-holding-3-metaverse-projesine-30-milyon-tl-yatirim-vapti/>

Örnek 3: Türkiye'deki yaşam standartlarını eleştiren oyun geliştiricileri tarafından üretilen "Türkiye Simülasyonu" Google Play üzerinden kullanıcılara erişmektedir. Oyun " Bu simülasyonda hayatta kalabileceğiniz misin? Oyunun amacı çok basit ama zorlu koşullarda hayatta kalmak." metniyle piyasaya sürülmüştür.

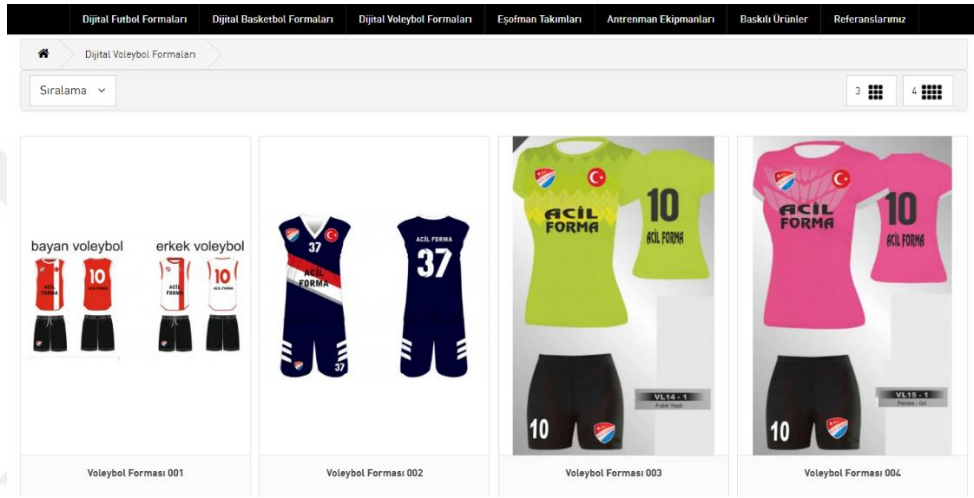


Görsel 15: Türkiye Simülasyonu, Online Oyun, Google

Play, 12.03.2023, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.kalamayka.turkiyesimulasyonu&hl=tr&gl=US>

Spor Oyunları

Örnek 1: Spor gerek bireysel gerek grup olarak yapılışın temelinde motivasyon ve aidiyet unsuru yer almaktadır. Forma giymek bu faktörlerden biridir. Dijital spor oyunlarında da forma benzeri bir anlam taşımaktadır. “Dijital Forma” başlığı ile forma satışı yapılmaktadır.



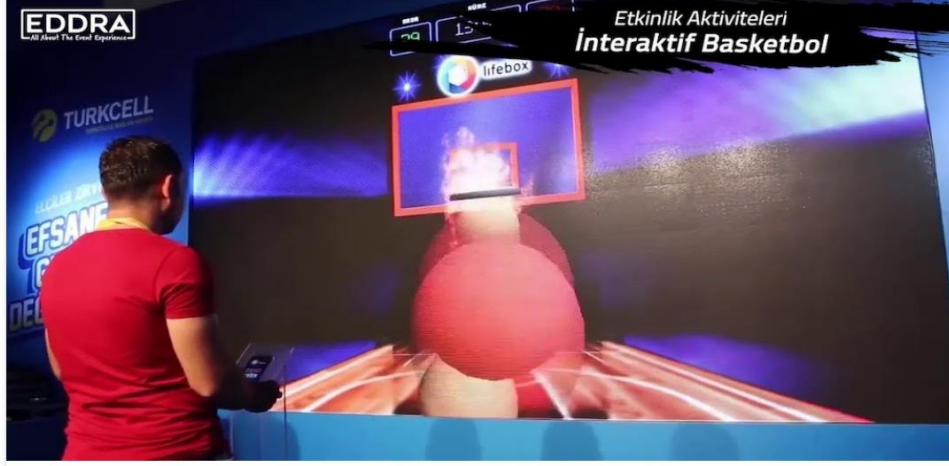
Görsel 16: Dijital Forma Tasarımları, 12.03.2023, <https://www.acilforma.com/dijital-voleybol-formalari>

Örnek 2: Dijital spor oyunları yalnızca ekran karşısında oynanmamaktadır. Dijital spor oyunları turnuvaları düzenlenmekte, taraftar coşkusu ekran karşısında oynayan oyuncular da hissetmektedir.

DİJİTAL BASKETBOL AKTİVİTESİ

◀ Bir Önceki Servis

Bir Sonraki Servis ▶



Görsel 17: Dijital Spor Oyunları Etkinlikleri (Basketbol Etkinliği), 12.03.2023,
<https://eddra.com/hizmetler/dijital-etkinlik-aktiviteleri/dijital-basketbol-aktivitesi.html>

Örnek 3: Dijital oyunlarda kazanılan başarı oyuncuları gerçek yaşamlarında da motive etmektedir.

Futbol

Football Manager'dan Ligue 1'e

05 Mart 2023 Pazar 10:32 - Son Güncelleme 05 Mart 2023 Pazar 12:46 | Kaynak : TRT SPOR

Football Manager oyunundan aldığı ilhamla teknik direktör olan Reims Teknik Direktörü Will Still, Fransa Ligi'nde harikalar yaratıyor...



Serdar Sarı



Görsel 18: Oyun ve Motivasyon (Football Manager), 13.02.2023,
<https://www.trtspor.com.tr/haber/futbol/football-managerdan-ligue-1e-271215.html>

4.2. Bulgaristan'da Dijitalleşme

Ülkeler jeopolitik konumları sebebiyle sınır komşularıyla etkileşim halindedir. Sınır ülkeler siyasi, kültürel, sosyal, ekonomik, teknolojik vb. birçok konuda birbiriyle

doğrudan diyalog kurar. Türkiye'nin bu bağlamda en çok etkileşim kurduğu ülkelerden biri Bulgaristan'dır. Öyle ki hali hazırda transit ticaretin en işlek noktası Kapıkule sınır kapısıdır. Bir ülke gelişimi düzleminde irdelenirken komşu ülkelerin etkisi göz ardı edilemez. Bu sebeple bir ülkede yaşanan iyi ya da kötü her olayın sınır komşuları üzerinde izlerini gözlemlemek mümkündür. Edirne'de yoğunlaşan ticaret-pazar ilişkisi, mutfak kültürlerinin yakın oluşu, öğrenci değişim programları ile sık sık ülke öğrencilerinin eğitim hareketliliği beşeri unsurlara örnek verilebilir ancak doğal unsurlarda da ortak bir kader paylaşılmaktadır. Deprem sel vb. afetlerde de sınırlar aynı ölçüde yıpranmaktadır. Araştırmaya konu olarak teknolojik gelişimlerde de benzerlikler mevcuttur. Diğer yandan Bulgaristan'ın hali hazırda siyasal konumlanması Türkiye'den farklıdır. Aynı pazardan alışveriş yapan iki komşudan biri olan Bulgaristan Birliğe (AB) üye olması nedeniyle doğrudan Avrupa ülkesi statüsündedir. Teknolojik devrim aynı zamanda kültürel bir devrimdir. Kabaca tüm dünyada ortak bir oyun kültürünün olduğu savunulabilir. Ancak Türkiye- Avrupa karşılaşması dokularının farklı olması sebebiyle eksik kalmaktadır. Araştırmanın özü Avrupa ve Türkiye'deki dijital oyun oynama davranışını irdelemek ancak bunu yaparken tümüyle ayrı iki yapıyı değil birbirine yakın iki ülkeyi esas almaktır. Bu sebeple örneklem grubuna iki başkent seçilmiştir. Sofya ve İstanbul iki komşu ülkeyi temsil ederken Türkiye'yi komşu Avrupa ülkesi ile kıyaslama imkânı sunmaktadır.

Bilim ve teknoloji konusunda gelişmeleri takip eden ve çağa ayak uydurma konusunda direnç göstermeyen Bulgaristan, 90'lı yılların sonlarında teknolojinin uygulanma biçimleri üzerine birçok çalışmaya ev sahipliği yapmıştır. Griffith 1998 yılına ait çalışmasında yeni teknolojinin kültürler arası davranış biçimini irdelemiş ve teknolojinin yaygın kullanıldığı ABD ile Bulgaristan'ı karşılaştırmıştır. Bulgar öğrenciler üzerinden yürütülen çalışmada; Bulgar öğrencilerin teknolojiye eleştirel bir bakış açısı getirilmeden daha itaatkâr olduğu varsayılmış ancak çalışma sonunda aksi bir sonuç elde edilmiştir. Bu bağlamda Bulgaristan da Türkiye gibi içeriği doğrudan kabul etmeyip teknoloji içinde aktif rol oynama isteği olan kullanıcılar barındırmaktadır. 2000'li yıllara gelindiğinde bu araştırma sahası Bulgaristan'da da avantajlarının yanında bağımlılık riski eklenerek genişlemiştir. Teknoloji ve dijital oyunlar tüm dünyada olduğu gibi kullanıcı sayıları ve ekranla geçirilen süre bağlamında çalıştaylara konu olmuştur. 2014 yılında Sarıyska ve arkadaşları ülkeler

arası yaptıkları çalışmada insanların stres oranının artmasında, olumsuz davranış geliştirmede teknoloji bağımlılığının etkili olduğunu belirtmiştir. Zamanı, benliği yönetme ile internette vakit geçirme süresi arasında ters bir orantı mevcuttur. Araştırma açıkça Bulgaristan’da internet bağımlılığının diğer ülkelere (Almanya, İspanya, Kolombiya, Çin, Tavyan, İsveç) oranla yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu sebeple bir kamuoyu oluşturmak Bulgar akademisyenlerin sanal dünya ile mücadelesinde temel hedeflerdendir. Benzeri biçimde bilinçli kullanıcı/ tüketici *profili* oluşturmak Türk akademisyenlerinin de başlıca hedeflerindedir.

Teknolojik dönüşüm, dijital yenilikler bir kültürü her yönüyle etkilemektedir. Bu değişimi başarılı sayabilmek için elverişli yanlarının bir politika çerçevesinde yürütülmesi gerekmektedir. Aksi takdirde dijital dönüşüm bir avantaj değil maruz kalınan bir unsur biçimini alır. Bulgaristan teknolojik dönüşüme direnç göstermemiş ancak bütünüyle sistematik bir kabul süreci de yaşamamıştır. Dolayısıyla komşu ülkesi Türkiye gibi bulanık bir sistemin parçasıdır. Ancak her iki ülkede de ağırdan alınan bu koordinasyon süreci Covid-19 sebebiyle tepetaklak olmuş, pandemi teknolojik hareketlilik konusunda itici bir güç olmuştur. Ticari faaliyetler, sağlık ve eğitim sistemlerinde benzeri bir dijitalleşme sürecine girilmiş ve zorluklarla karşılaşmıştır. Yeniden vurgulamak gerekirse bu süreci olumlu ya da olumsuz değerlendirmek geliştirilecek sistemlerin yeterliliğine ve bilinçli kullanıcı modelinin inşasına bağlıdır.

17

Dijitalleşmenin yeterlilik düzeyinde pilot uygulamasını gerçekleştiren güncel bir çalışmada, Gaftandzhieva ve arkadaşları (2021) Bulgaristan’ın dijitalleşme konusunda altyapısının yeterli olmadığını saptamıştır. Özellikle eğitimin dijitalleşmesinde idare, veli, öğretmen, öğrenci ve yazılım sistemleri henüz tümüyle alternatif bir dijital eğitime hazır değildir. Benzeri biçimde pandemi sürecinde Türkiye’de de ivedi olarak EBA eğitim sistemi üzerinden TRT ve internet ile eğitim çalışmaları başlatılmış ancak öğretmenler, veliler ve öğrenciler ilk ve orta öğretim kademesinde ilk kez karşılaştıkları bu sistem karşısında bocalamıştır. Dijitalleşme

¹⁷ "Digital Transformation of Bulgaria for the Preiod 2020-2030", Bulgarian National Document Decision No 493 of 21 July 2020, (*online*), 21.03.2020, <https://www.mtc.government.bg/en/category/283/national-strategic-document-digital-transformation-bulgaria-period-2020-2030-0>

işlevsel olarak her iki ülkede de yetersizken bireyler özelinde internette vakit geçirme, sosyal medya kullanma, dijital oyun oynama konusunda dünya ile yarışacak kadar yüksektir. Dolayısıyla nitelikli dijitalleşme her iki ülkenin de temel sorunlarından.

Yapay zekâ uzmanı Hristo Tomov teknoloji devrimi üzerine gerçekleştirdiği röportajda Bulgar halkı için;

“Bulgaristan halkı arasında sanki yeni teknolojilere karşı biraz daha fazla güvensizlik var, yeniliklere geçiş daha yavaş oluyor ve bu alanda doğru ve yerinde olan denetimin de yürürlüğe girmesi yavaş oluyor.

Yakın gelecekte yeni teknolojileri kötüye kullanmayı önlemek ve denge sağlamak için denetleyici kurumların değişimlere nasıl karşılık vereceği çok önemli olacak. Diğer yandan daha genç kuşağın bu değişimlere daha açık olduğunu ve bu konuda iyi düzeyde bilgili olduğunu söylemek lazım”¹⁸

İfadelerini kullanmıştır. Ancak bahsi geçen kuşak Elena Karkalanova'nın (2020)derlediği haberde dijital oyun bağımlılığın pençesinde bir kuşaktır. Okul günlerinde oyun oynama oranının yüksek olması sebebiyle bir denetim mekanizmasının gerekliliğinden söz edilmektedir. Her iki ülke için de görece yeni olan bu kavram için satışları ya da kullanım sürelerini, çoğunlukla içeriği de düzenleyen bir mevzuat bulunmamaktadır (Özhan,2011).

Teknolojiyi kullanma yahut araştırma özelinde dijital oyun oynama davranışları yer yer eleştirilip henüz Bulgaristan için Avrupa Birliği ülkelerinin gerisinde bir dijitalleşme seyrinin bulunduğu sonucuna varılsa da Bulgaristan'da girişimci faaliyetler oldukça fazladır. Özel ya da şirketler serbest piyasa koşulları sebebiyle sürekli dinamiktir. Bunun yanı sıra bizzat devlet eliyle yapılan girişimler de mevcuttur. Bunlardan en güncel olanı Eski Zağra'da açılan Avrupa Dijital Yenilik

¹⁸ Radio Bulgaria, 2023 (<https://bnr.bg/tr/post/101784928>)

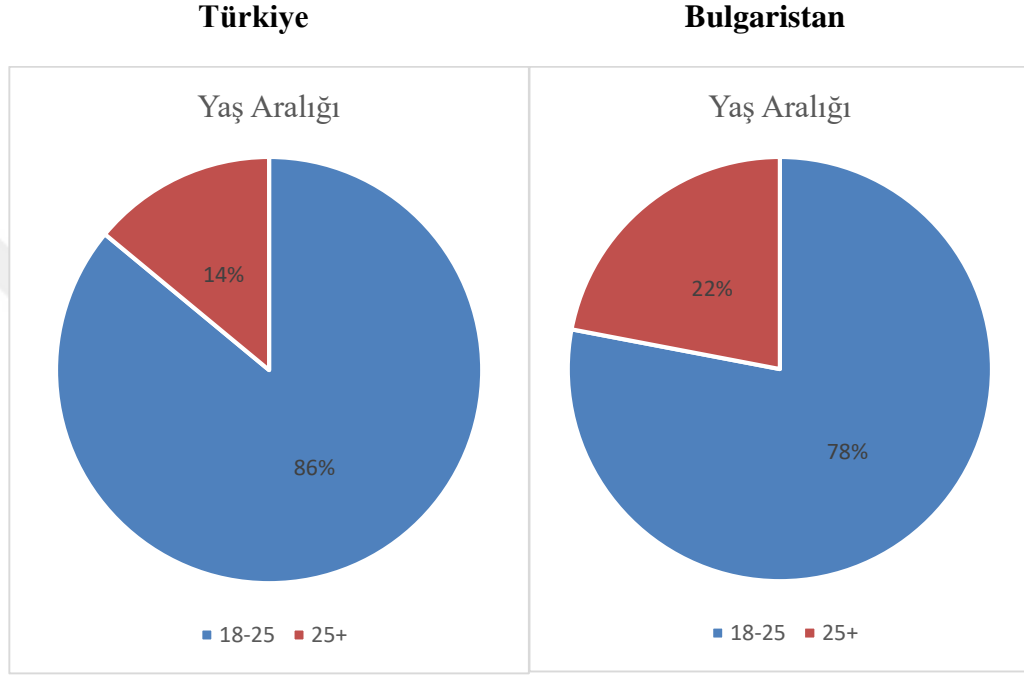
Merkezi'dir. Merkezin misyonu dijitalleşmenin bilgi işlem hızı yükseltilerek desteklenmesi, dijital becerilerin geliştirilmesi, siber güvenlik alanında donanım kazanılmasıdır (Anadolu Ajansı,2023).

Her yıl hazırlanan ve kamuoyuna sunulan raporda (Digital 2021: Bulgaristan) yer alan verilere göre Bulgaristan'da toplam nüfusun %75.9 'u interneti kullanmaktadır. %136.1 oranında mobil ağlarla iletişim kurulmaktadır. Popülasyonun %71'i bilgisayar kullanırken %62.1'i aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır. Kadınlar erkeklere oranla daha fazla teknoloji kullanmakta, yaş olarak bakıldığında +13 yaş üzeri en fazla teknoloji kullanan grup olarak göze çarpmaktadır. Yaş oranları dikkate alındığında 18 yaş üstü internet kullanımı nispeten daha azdır. İnternet kullanımındaki en yüksek kullanım arama, iletişim, sosyal medya olarak görülmektedir. Dijital alışveriş, oyun oynama vb. faaliyetler daha alt sınıflarda yer almaktadır. Bulgaristan'da sosyal medya kullanımının oldukça yüksek olmasına rağmen güncel sosyal medya platformları yerine ilk sırada Facebook bulunmaktadır. Facebook'u Youtube onu da Instagram takip etmektedir. Sosyal medya platformlarının kendi rakiplerini üretmesi ve kullanıcıların platformlar arası hızlı aktarımını düşünmek gerekirse Bulgaristan'daki kullanıcıların kullandıkları sosyal medya platformuna daha sadık olduklarını söylemek mümkündür. Covid-19 pandemisi sebebiyle 2021 ve 2022 verileri birbiriyle neredeyse aynıdır. Dijital rapor Türkiye için son olarak 2021'de yayınlanmıştır. Bu sebeple Bulgaristan 2022 verileri incelenmiş anlamlı bir fark görülmediği için iki ülke için de karşılaştırma yapabilmek adına 2021 verileri esas alınmıştır. Bu verileri destekleyecek nitelikteki bir diğer *data* market Statiska, dijital oyun oynama alışkanlığının, dijital oyun satışının, dijital oyunlardan elde edilen hasılatın 2027'ye dek her yıl artarak ilerleyeceğini öngörmektedir.

4.3. Türkiye ve Bulgaristan'da Erişim ve Tür Açısından Oyun

4.3.1. Demografik bilgiler

Araştırmanın örneklem grubunu Türkiye için İstanbul'daki 100 üniversite öğrencisi, Bulgaristan için Sofya'daki 100 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır.



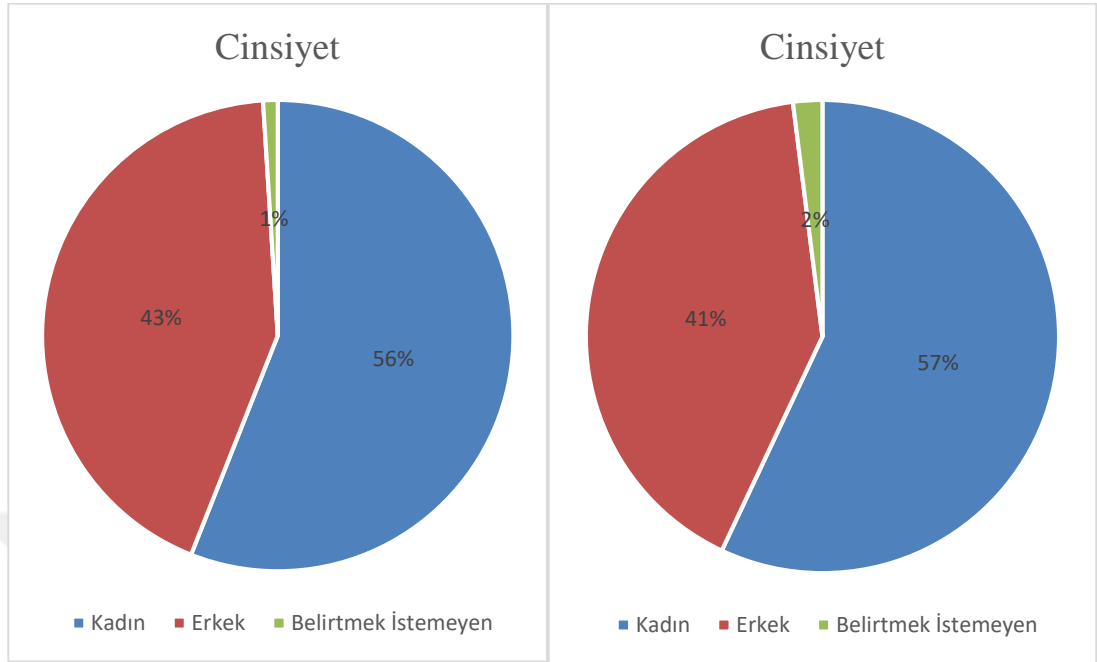
Yaş Aralığı	
18-25	86
25+	14

Yaş Aralığı	
18-25	78
25+	22

Türkiye'deki katılımcıların %86'sı 18-25 yaş aralığında iken %14'ü 25 yaşın üzerindedir. Bulgaristan'daki katılımcıların %78'i 18-25 yaş aralığında iken %22'si 25 yaşın üzerindedir. Türk katılımcıların yaşları Bulgar katılımcılara oranla daha gençtir.

Türkiye

Bulgaristan



Cinsiyet

Kadın	56
Erkek	43
Belirtmek İstemeyen	1

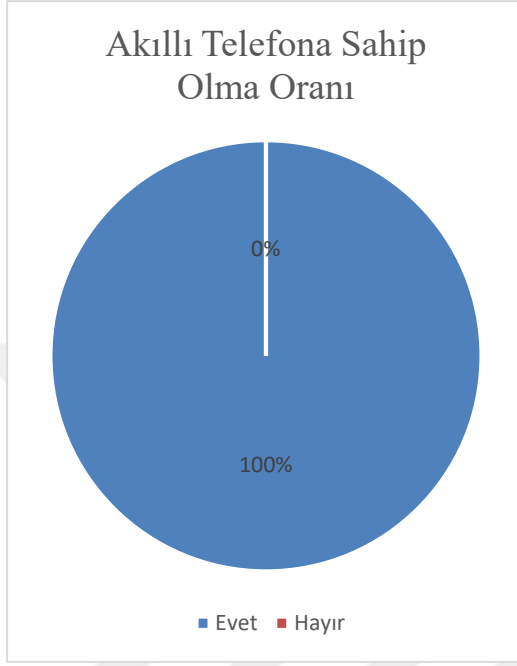
Cinsiyet

Kadın	57
Erkek	41
Belirtmek İstemeyen	2

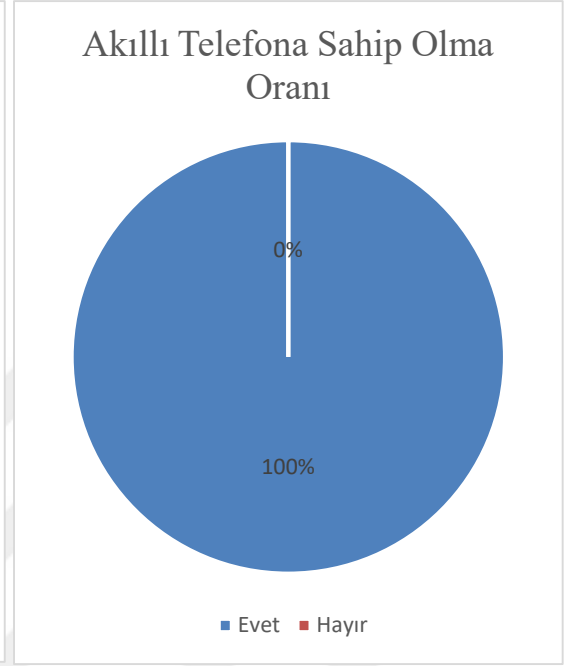
Türk katılımcıların %56'sı kadın, %43'ü erkektir. %1'i ise cinsiyetini belirtmek istememiştir. Bulgar katılımcıların % 57'si kadın, %41'i erkektir. % 2'si ise cinsiyetini belirtmek istememiştir. Türk katılımcılardaki kadın sayısı diğerlerine oranla daha fazladır. Bulgar katılımcılarda da benzeri biçimde en yüksek oran kadın katılımcılara aittir. Her iki ülkede de ankete katılan kadın sayısı erkek ve belirsiz katılımcılardan fazladır.

4.3.2. Erişim Bilgileri

Türkiye



Bulgaristan

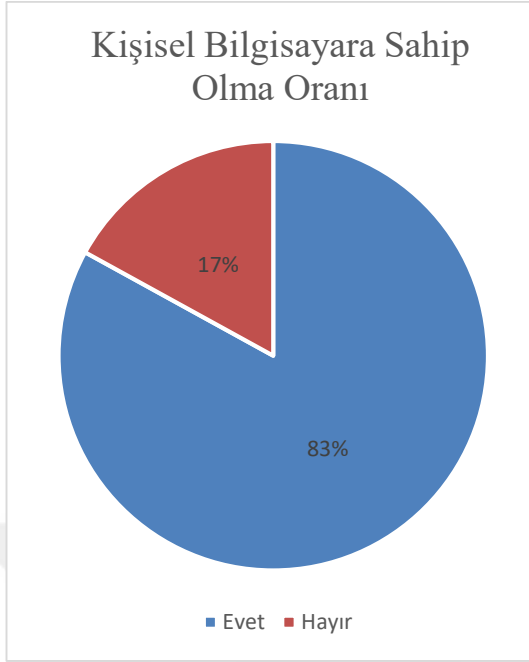


Akıllı Telefona Sahip Olma Oranı	
Evet	100
Hayır	0

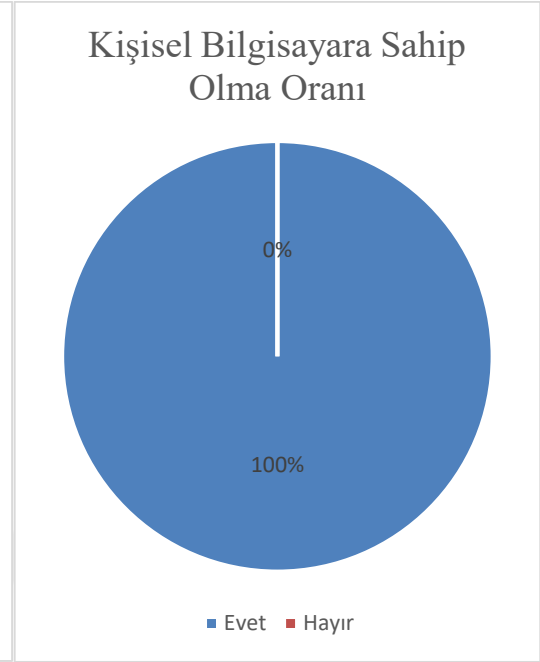
Akıllı Telefona Sahip Olma Oranı	
Evet	100
Hayır	0

Türkiye’deki üniversite öğrencilerin ve Bulgaristan’daki üniversite öğrencilerinin tamamı akıllı telefona sahiptir.

Türkiye



Bulgaristan



Kişisel Bilgisayara Sahip Olma Oranı

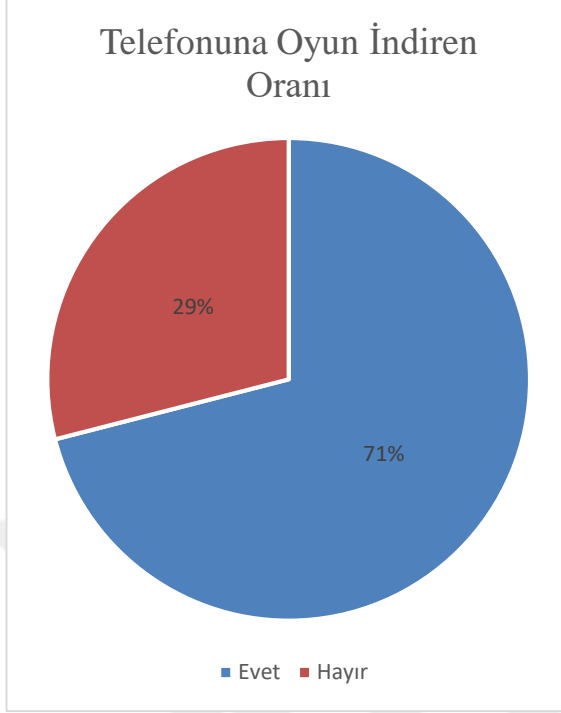
Kişisel Bilgisayara Sahip Olma Oranı

Evet	83
Hayır	17

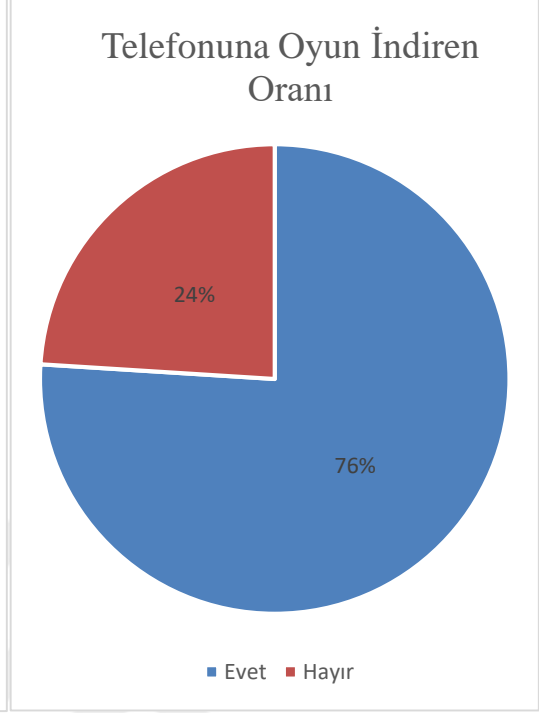
Evet	100
Hayır	0

Türkiye'deki katılımcılardan %83'ü kişisel bilgisayara sahip % 17'si kişisel bilgisayara sahip değildir. Ancak Bulgaristan'daki katılımcıların tamamı kişisel bilgisayara sahiptir.

Türkiye



Bulgaristan



Telefonuna Oyun İndiren Oranı

Evet	71
Hayır	29

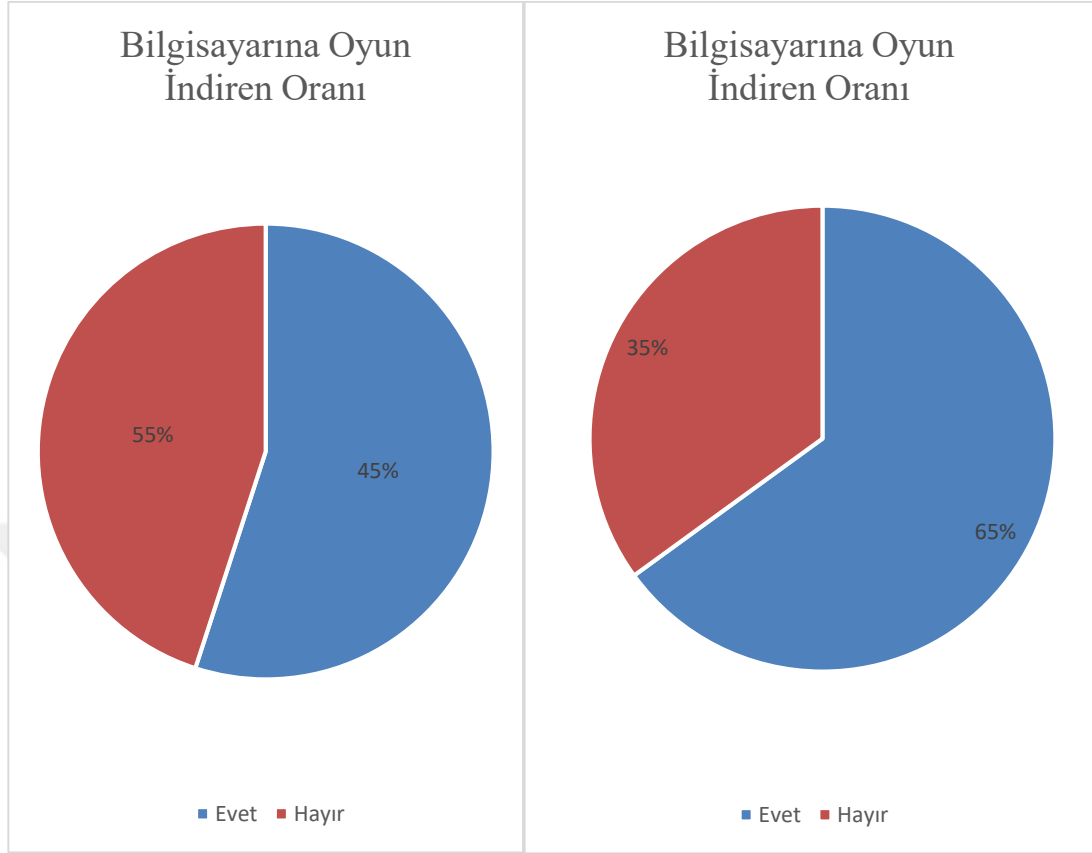
Telefonuna Oyun İndiren Oranı

Evet	76
Hayır	24

Türk öğrencilerin %71'inin akıllı telefonunda indirilmiş bir oyun bulunmaktadır. Bulgar öğrencilerin ise %4 farkla %76'sının akıllı telefonunda indirilmiş bir oyun vardır. Türk öğrencilerin %29'unun Bulgar öğrencilerin %24'ünün akıllı telefonunda ise herhangi bir oyun bulunmamaktadır. Bulgar öğrenciler Türk öğrencilerden daha çok akıllı telefonuna oyun indirmiştir.

Türkiye

Bulgaristan



Bilgisayarına Oyun İndiren Oranı

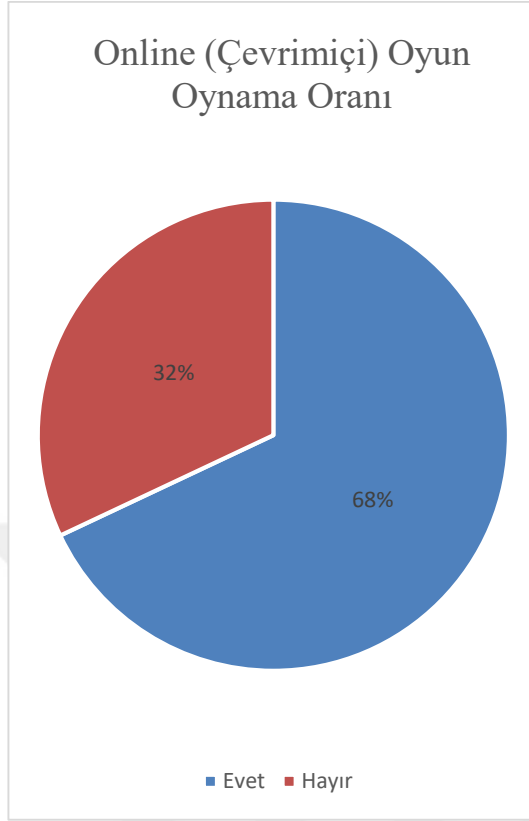
Evet	45
Hayır	55

Bilgisayarına Oyun İndiren Oranı

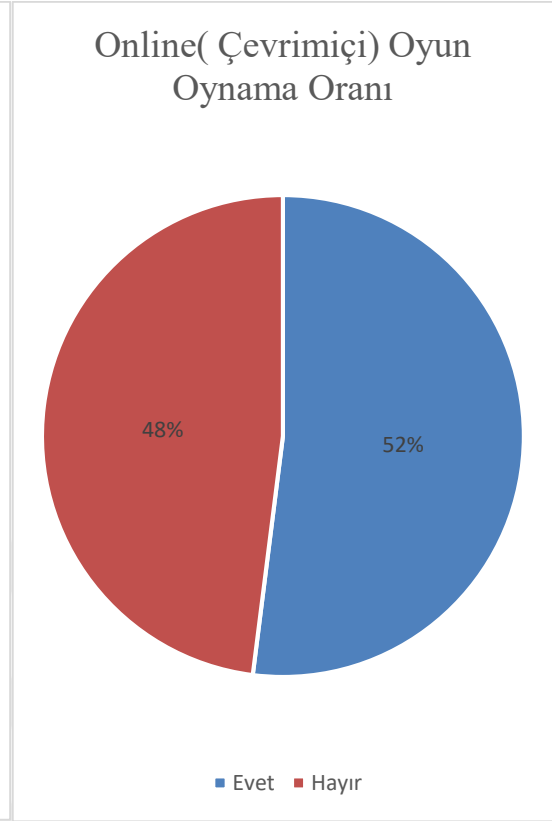
Evet	65
Hayır	35

Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin % 45'nin bilgisayarında indirilmiş bir oyun uygulaması bulunurken %55'i bilgisayarına oyun indirmemiştir. Bulgaristan'daki öğrencilerin %65'i bilgisayarına bir oyun uygulaması indirmiş, %35'i indirmemiştir. Katılımcılardan bilgisayardan en çok oyun oynayan Bulgar öğrencilerdir.

Türkiye



Bulgaristan



Online Oyun Oynama Oranı

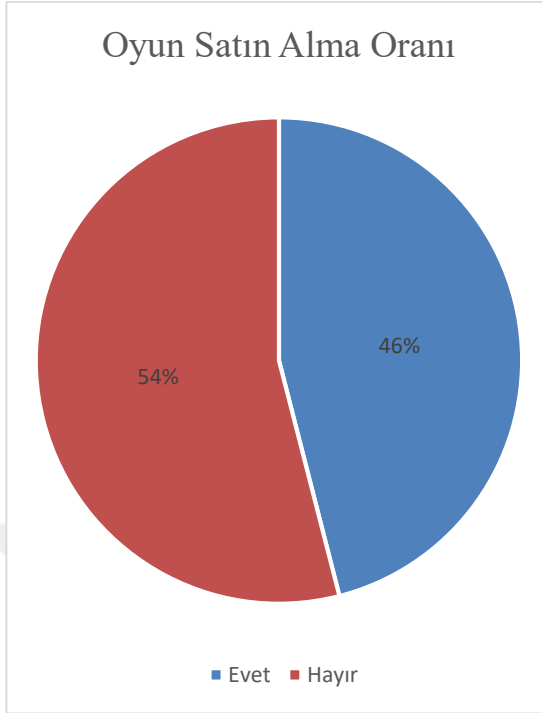
Evet	68
Hayır	32

Online Oyun Oynama Oranı

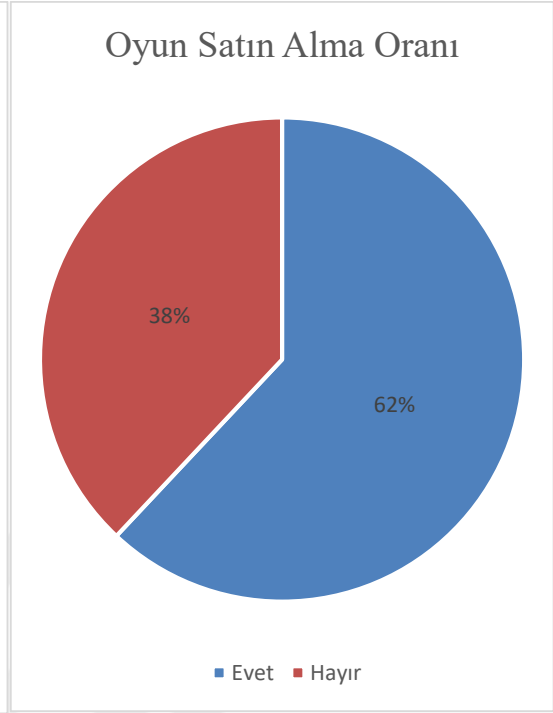
Evet	52
Hayır	48

Türk öğrencilerin %68 oranla çoğunluğu online (çevrimiçi) oyun oynarken Bulgar öğrenciler %52 oranla daha az online oyun oynamaktadır. Türk öğrencilerin %32'si Bulgar öğrencilerin %48'i çevrimiçi oyun oynamayı tercih etmemektedir. Bulgar öğrencilerde çevrim içi oyun oynayan ve oynamayanların oranı birbirine yakındır. Türk öğrencilerde ise çevrimiçi oyun oynayanların oranı oynamayanlara göre büyük bir fark göstermektedir.

Türkiye



Bulgaristan



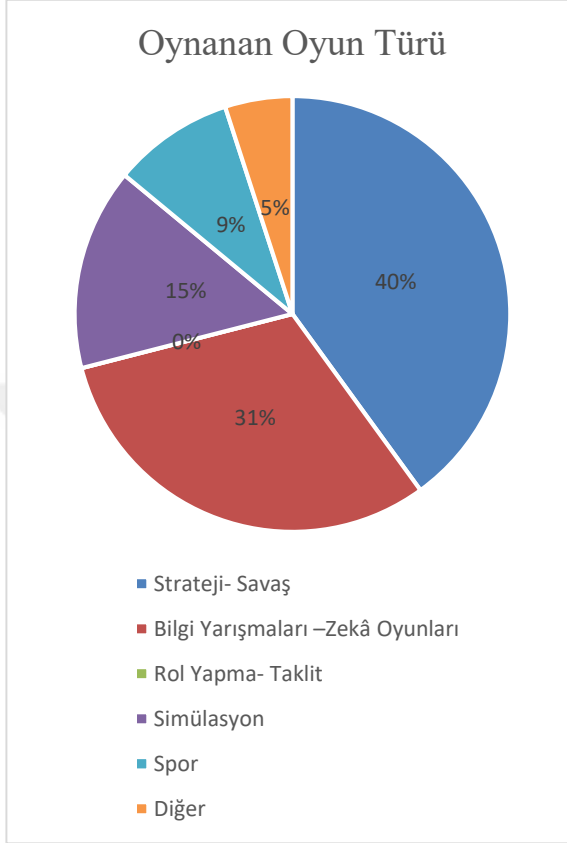
Oyun Satın Alma Oranı	
Evet	46
Hayır	54

Oyun Satın Alma Oranı	
Evet	62
Hayır	38

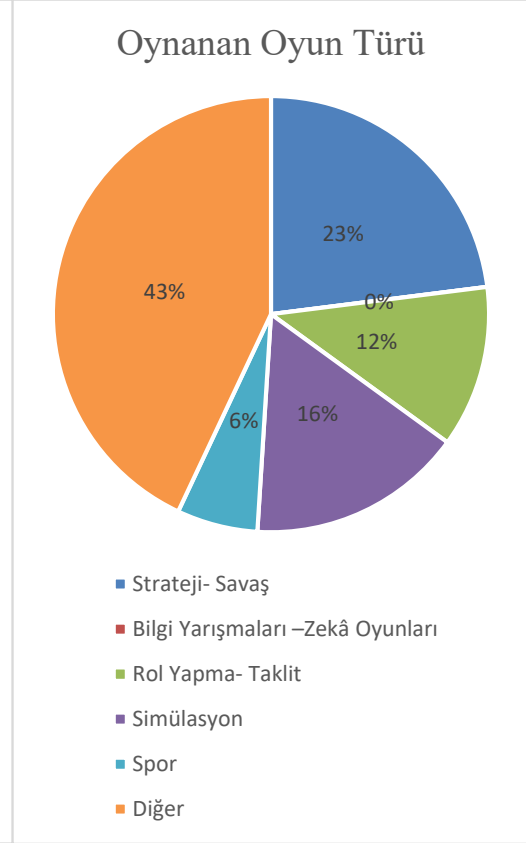
Dijital oyunların tamamı kullanıcılara açık değildir. Zaman zaman oyunlar için ücret ödenmesi gerekir. Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin %46'sı en az bir kez oyun satın almıştır. Bulgaristan'daki üniversite öğrencilerinin ise %62'si en az bir kez oyun satın almıştır. Türkiye'deki öğrencilerin %54'ü Bulgaristan'daki öğrencilerin %38'si ise oyun satın almamıştır. Ücretli oyun oynamak aynı zamanda bir tüketim davranışıdır. Dijital oyunlar yalnızca zaman değil para harcamanın da içerisinde bulunduğu bir sistemdir. Bu anlamda dijital oyunlara Bulgar öğrenciler Türk öğrencilerinden daha fazla bütçe ayırmaktadır.

4.3.3. Tür Bilgileri

Türkiye



Bulgaristan



Oynanan Oyun Türü

Strateji- Savaş	40
Bilgi Yarışmaları- Zekâ Oyunları	31
Rol Yapma- Taklit	0
Simülasyon	15
Spor	9
Diğer	5

Oynanan Oyun Türü

Strateji- Savaş	23
Bilgi Yarışmaları –Zekâ Oyunları	0
Rol Yapma- Taklit	12
Simülasyon	16
Spor	6
Diğer	43

Türk katılımcıların %40'ı savaş- strateji oyunu oynadığı ifade etmiştir. Bulgar öğrencilerden ise %23'ü savaş- strateji oyunlarını oynadıklarını belirtmiştir. Diğer kategorisi altında 1 öğrenci “dehşet” olarak yanıt vermiştir. Dehşet, bir oyun kategorisi

değildir. Unsurları bakımından savaş- strateji ya da macera- aksiyon olarak değerlendirmek mümkündür. Bir diğer yanıt “düşünce”dir. Düşünce, bir oyun kategorisi değildir. Öğeleri bakımından savaş- strateji olarak değerlendirilebilir. Bulgar öğrencilerden biri ise *Counter Strike* (2000) oynadığını dile getirmiştir. Bu oyun bir savaş- strateji oyunudur. Aynı biçimde diğer yanıtlarından biri olan *Triviador* (2015) bir savaş- strateji oyunudur. Oyun kategorileri içinde doğrudan “Savaş- Strateji Oyunları” olmasına rağmen 2 katılımcı tercih etmeyip “savaş” olarak yanıt vermiştir. Bu durumda Bulgar oyuncuların %23’lük yanıtı görülse de bu oran %6’lık artışla %29 olarak görülmektedir. Her iki biçimiyle de Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha çok savaş ve strateji oyunu oynamaktadır.

Türk öğrencilerin % 31’i bilgi ve zekâ oyunlarını tercih etmektedir. Ancak 2 katılımcının verdiği “okey oyunları” da zekâ oyunları kategorisinde yer almaktadır. Aslında Türk öğrencilerin %33’ü bilgi ve zekâ oyunu oynamaktadır. Bulgar öğrencilerin hiçbiri bilgi yarışmaları ve zekâ oyunlarını oynamadıklarını belirtmiştir. Kategori dışında olduğunu düşünerek öğrencilerin %25 i “test” olarak yanıt vermiştir. Test bir oyun kategorisi değildir. Bilgi yarışmaları- zekâ oyunları olarak kabul edilmektedir. Bir katılımcı “eşleştirme” olarak yanıt vermiştir, bu yanıt da zekâ oyunu olarak kabul edilmektedir. Bir katılımcı “boyama” yanıtını vermiştir. Boyama, oyun satıcıları tarafından “sanat- bulmaca” olarak zekâ oyunlarının içinde değerlendirilmektedir. Bir katılımcı “satranç” cevabını vermiştir. Satranç, bir zekâ oyunudur. Veriler değerlendirildiğinde %0 olarak görünen bu oran aslında % 28’dir. Sonuç olarak Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha fazla bilgi yarışmaları ve zekâ oyunları oynamaktadır ancak bu fark bu görünen kadar büyük değildir. İki ülkenin bu kategoriyi tercih etme oranları birbirine yakındır.

Türkiye’deki üniversite öğrencilerin hiçbiri rol yapma- taklit oyunlarını tercih etmemektedir. Bulgaristan’daki üniversite öğrencilerinin ise %12’si rol yapma- taklit oyunları oynamaktadır. Hatta katılımcılardan birinin verdiği *The Witcher*(2007) yanıtının da rol yapma- taklit olarak değerlendirilmesi uygundur. Bu yanıt eklenerek; Bulgaristan’daki öğrenciler %13 oranla Türk öğrencilerden daha çok rol yapma ve taklit oyunu oynamaktadır.

Türk öğrencilerden % 15'i simülasyon oyunu oynadıklarını belirtmiştir. Katılımcılardan biri "çiftlik" yanıtını vermiştir. Çiftlik bir kategori değildir, çiftlik oyunları birer simülasyon oyunudur. Dolayısıyla %16'sı simülasyon oyunu oynamaktadır. Bulgar öğrencilerden %16'sı simülasyon oyunu oynadıklarını belirtmiştir. Katılımcılardan biri "aşçılık" yanıtını vermiştir. Aşçılık bir oyun kategorisi değildir, bu tür oyunlar simülasyon oyunlarının içinde değerlendirilir. Bir diğer katılımcı *Minecraft* (2011) yanıtını vermiştir. Bu yanıt da simülasyon oyunu içerisinde değerlendirilmektedir. Bir katılımcı ise "*Open World*" cevabını vermiştir. Open World / Açık Dünya kavramı sanal dünyayı serbest biçimde dolaşmayı sağlayan simülasyon oyunlarının genel adıdır. Bu yanıtlar eklendiğinde nihai oran %19'dur. Sonuç aynı kalarak; Bulgar öğrenciler Türk öğrencilerden daha çok simülasyon oyunu oynamaktadır.

Türk katılımcılardan % 9'u spor oyunları oynamaktadır. Kategori dışında olduğunu düşünen iki katılımcı "bardo" yanıtını vermiştir. Bardo, spor oyunları içinde değerlendirilmektedir. Dolayısıyla Türk katılımcılardan % 11'i spor oyunu oynamaktadır. Bulgar katılımcılardan %6'sı spor oyunlarını oynadıklarını belirtmiştir. Diğer yanıtlarda oranı değiştirecek herhangi bir yanıt bulunmamaktadır. Türk öğrenciler az farkla Bulgar öğrencilerden fazla spor oyunu oynamaktadır.

Türkiye'deki katılımcılardan biri tüm oyunları oynamaktadır. Aynı şekilde Bulgaristan'daki katılımcılardan biri de tüm oyunları oynamaktadır.

Türk öğrencilerden oyun oynamayan yoktur, Bulgar öğrencilerden ikisi hiçbir oyunu oynamamaktadır.

Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin birden fazla oyun oynamadıkları görülürken Bulgaristan'daki öğrencilerden biri birden fazla oyun oynamaktadır.

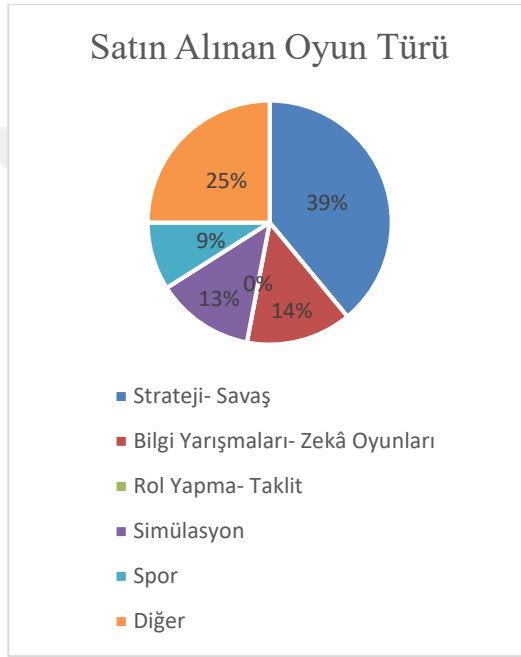
Türkiye'de ayrıca "aksiyon" oyunları belirtilmemiş Bulgaristan'da bir katılımcı "aksiyon" yanıtını vermiştir.

Türk öğrencilerden gelen yanıtlarda tümüyle sorunun dışına çıkan bir yanıt bulunmaktadır. Bulgar öğrencilerden biri bu soruyu "takım oyunları" olarak yanıtlamıştır. Her kategoride bireysel ve takım olarak oyun oynamak mümkündür.

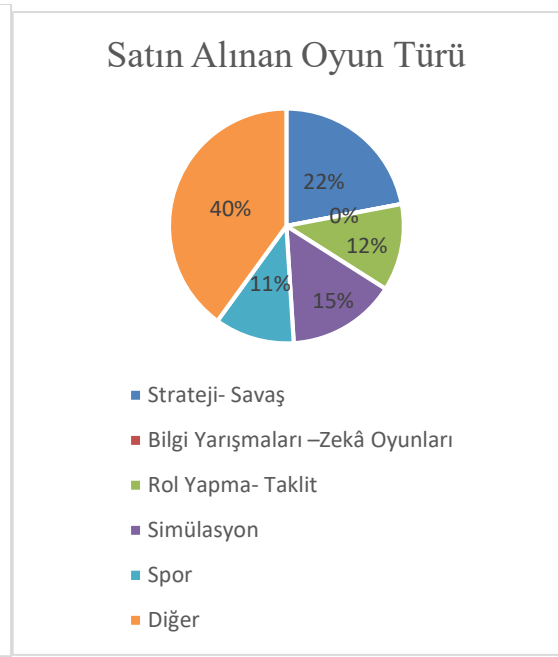
Soruda güdülen amaç oyunu oynama biçimi değil tercih edilen oyun türünü saptamaktır. Dolayısıyla bu yanıt değerlendirme dışında bırakılmıştır.

Kategorilerin kendi içinde değerlendirilmesinin dışında Bulgar öğrenciler oynadıkları oyunları kategori etmekte güçlük çekmiştir. Türk öğrenciler oyun kategorilerine Bulgar öğrencilere göre daha fazla hâkimdir.

Türkiye



Bulgaristan



Satın Alınan Oyun Türü

Strateji- Savaş	39
Bilgi Yarışmaları- Zekâ Oyunları	14
Rol Yapma- Taklit	0
Simülasyon	13
Spor	9
Diğer	25

Satın Alınan Oyun Türü

Strateji- Savaş	22
Bilgi Yarışmaları- Zekâ Oyunları	0
Rol Yapma- Taklit	12
Simülasyon	15
Spor	11
Diğer	40

Türkiye’de %75 katılımcı Bulgaristan’da %60 katılımcı en az bir kez oyun satın almıştır.

Türk üniversite öğrencilerinden %39'u strateji- savaş oyunu satın almıştır. Bulgar öğrencilerin de %22'si aynı kategoriden oyun satın almıştır. Katılımcılardan biri oyun türü olarak *Dead by Daylight* (2016) adlı savaş oyununu diğer bir katılımcı kategorileri es geçerek “savaş” biri de “dehşet” adlı yanıt olarak vermiştir. Bu iki katılımcı eklendiğinde Bulgar öğrencilerin %25'ü strateji- savaş oyunu satın almıştır. Türk öğrenciler Bulgar öğrencilere göre daha fazla savaş- strateji oyunu oynamaktadır.

Türk katılımcıların % 14'ü bilgi yarışmaları- zeka oyunları kategorisindeki oyunları satın almıştır. Bulgar katılımcıların hiçbiri bilgi yarışmaları- zeka oyunları türünde oyun satın almadıklarını ifade etmiştir. Bu verilere göre Türk öğrenciler Bulgar öğrencilere göre bu kategoride daha çok oyun satın almıştır. Ancak bu kategorileri atlayan Bulgar öğrencilerin ek yanıtları değerlendirildiğinde 17'si “test” 1 katılımcı da “*puzzle*” yanıtını vermiştir. Bu yanıtlar aslında doğrudan bilgi yarışmaları- zeka oyunları kategorisini işaret etmektedir. Bu verilerle Bulgar katılımcıların bu kategorideki yanıtları %18'dir. Bu oran bu kategorinin sonuçlarını tam tersine çevirmiştir. Bulgar öğrenciler Türk öğrencilere göre bu kategoride daha çok oyun satın almıştır. Verilen yanıtlar “diğer” kategorisi içinde verilmiştir. Dolayısıyla Bulgar öğrenciler satın aldıkları oyunların da kategorizasyonu açısından da yeterli düzeyde olmadıkları görülmektedir.

Türkiye'deki öğrencilerin hiçbiri rol yapma- taklit oyunu satın almamıştır. Bulgaristan'daki öğrencilerin %12'si bu kategorideki oyunları satın almıştır. Katılımcılardan biri *The Witcher* (2007) diğeri de *Elden Ring* (2022) adlı oyunları yanıt olarak vermiştir. Bunlar da birer rol yapma ve taklit oyunudur. Dolayısıyla Bulgaristan'daki öğrencilerin bu kategorideki oranı %14'tür. Bulgar öğrenciler Türk öğrencilere göre daha çok rol yapma- taklit oyunu satın almıştır.

Türk katılımcılardan %13'ü simülasyon türü oyun satın aldığını ifade etmiştir. Oyunculardan biri cevap olarak *Stardoll* (2004) adlı yanıtı vermiştir. Bu oyun, oyuncunun kendi karakterine sanal bir dünya yaratıp gerçek yaşamdaki tüm faaliyetleri karakterine yaptırması üzerine kurulu bir simülasyon oyunudur. Dolayısıyla Türk öğrencilerin bu kategorideki yanıtlarının oranı %14'tür. Bulgar katılımcılardan %15'i simülasyon türü oyun satın almıştır. Oyunculardan biri “aşçılık” olarak yanıt vermiştir. Bu cevapla birlikte oran %16'ya yükselmiştir. Bulgar öğrenciler

Türk öğrencilerden daha çok simülasyon oyunu satın almıştır ancak satın alma oranları birbirine oldukça yakındır.

Türk öğrencilerin %9'u Bulgar öğrencilerin %11'i spor türünde oyun satın almıştır. Spor oyunlarını Bulgar öğrenciler Türk öğrencilere göre daha çok tercih etmiştir.

Bulgar öğrencilerin %2'si aksiyon türünde oyun satın almıştır. Bir katılımcı kategoriyi genel olarak belirtmiş diğer katılımcı özel olarak *Dead Space* (2008) adlı oyunu ifade etmiştir. Türk öğrenciler ise aksiyon türü oyun satın almamıştır.

Türk öğrencilerin %20'si Bulgar öğrencilerin %10'u herhangi bir oyun satın almamıştır. Ücretli oyun oynama alışkanlığı Türk öğrencilerde daha fazladır.

Türk katılımcılardan %1 'i aynı şekilde Bulgar katılımcılardan da %1 'i her türden oyun satın almıştır. İki ülkenin tüm kategorilerden oyun satın alma oranı eşittir.

Türkiye'deki öğrencilerden %2'si oyun satın almış ancak bahsi geçen kategoriler dışındaki oyunları satın almıştır. Oyunları ek olarak belirtmemişlerdir. Bulgaristan'da ise bu anlamda bir veri bulunmamaktadır.

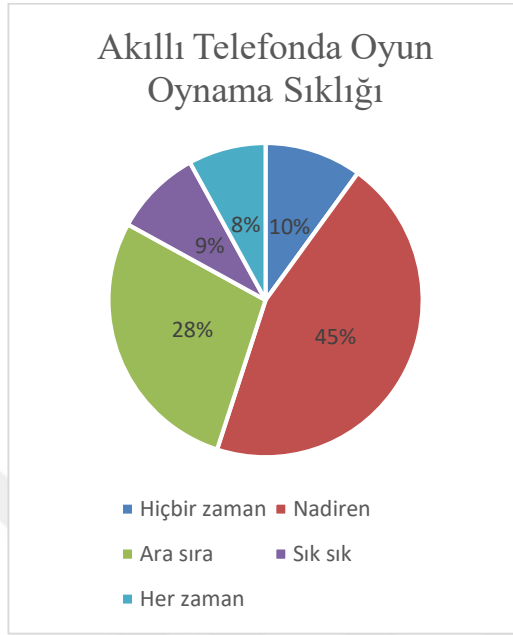
Bulgar üniversite öğrencilerden %2'si birden çok kategoride oyun satın almıştır. Türk üniversite öğrencilerinde ise birden fazla türde oyun satın alan bulunmamaktadır.

Türk öğrencilerden biri oyun satın almış ancak kampanyadan yararlandığı için ücret ödememiştir.

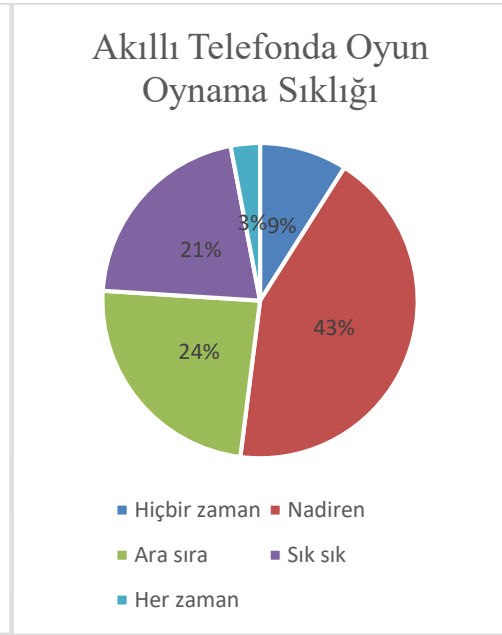
Bulgar öğrencilerden biri bu soruya "ekip" yanıtını vermiştir. Her oyun türünde bireysel ya da takım olarak oyun oynamak mümkündür. Dolayısıyla bu yanıt herhangi bir kategori ile doğrudan ilişkilendirilememiştir.

4.4. Türkiye ve Bulgaristan'da Sosyal Bir Davranış Olarak Dijital Oyunlar

Türkiye



Bulgaristan



Akıllı Telefonda Oyun Oynama Sıklığı

Hiçbir zaman	10
Nadiren	45
Ara sıra	28
Sık sık	9
Her zaman	8

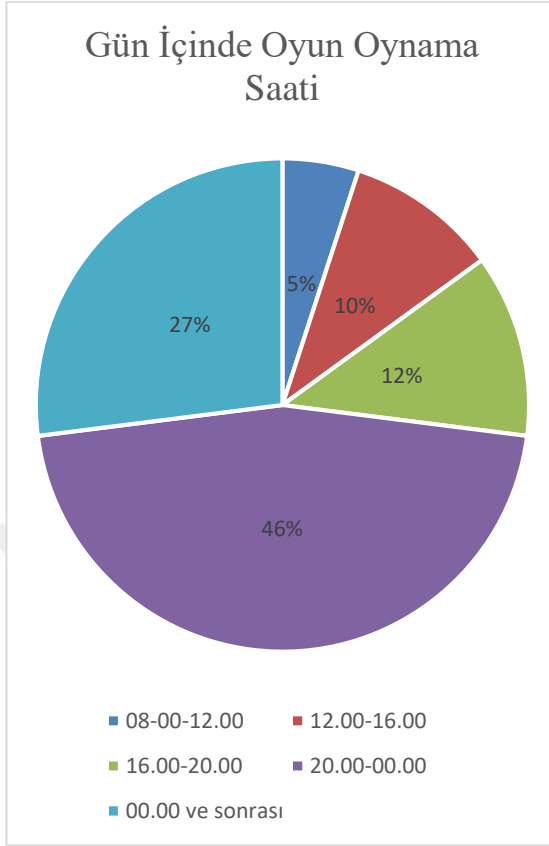
Akıllı Telefonda Oyun Oynama Sıklığı

Hiçbir zaman	9
Nadiren	43
Ara sıra	24
Sık sık	21
Her zaman	3

Türk katılımcılar da Bulgar katılımcılar da nadiren oyun oynamaktadır. Dijital oyunlara en kolay erişim akıllı telefonlar üzerindedir ancak bilgisayar ya da konsol oyunları son yıllarda popülerliğini artırmıştır.

Doğrudan oyun için ayrılmış bir aygıt oyunları daha profesyonel göstermektedir. Önceki sorularda Türk oyuncuların strateji- savaş, Bulgar oyuncuların simülasyon türü oyunları ağırlıklı oynadığı ve satın aldığı saptanmıştır. Bu tür oyunlar daha büyük ekranlarda, profesyonel materyallere ihtiyaç duyulan oyunlardır. Akıllı telefonlar bu oyunlar için yeterli konforu sağlamamaktadır. Dolayısıyla bu oyun türünü benimseyen katılımcıların oyun için akıllı telefonu kullanmaması makul bir sonuçtur.

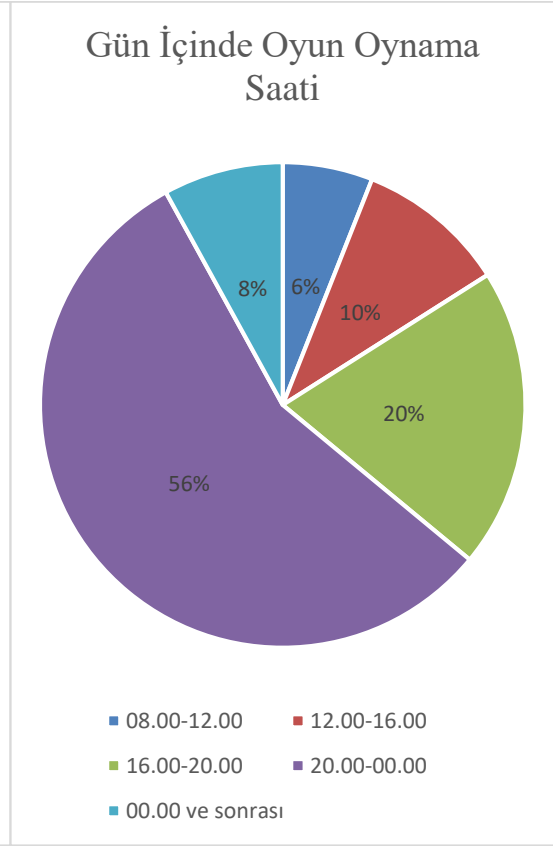
Türkiye



Gün İçinde Oyun Oynama Saati

08.00-12.00	5
12.00-16.00	10
16.00-20.00	12
20.00-00.00	46
00.00 ve sonrası	27

Bulgaristan



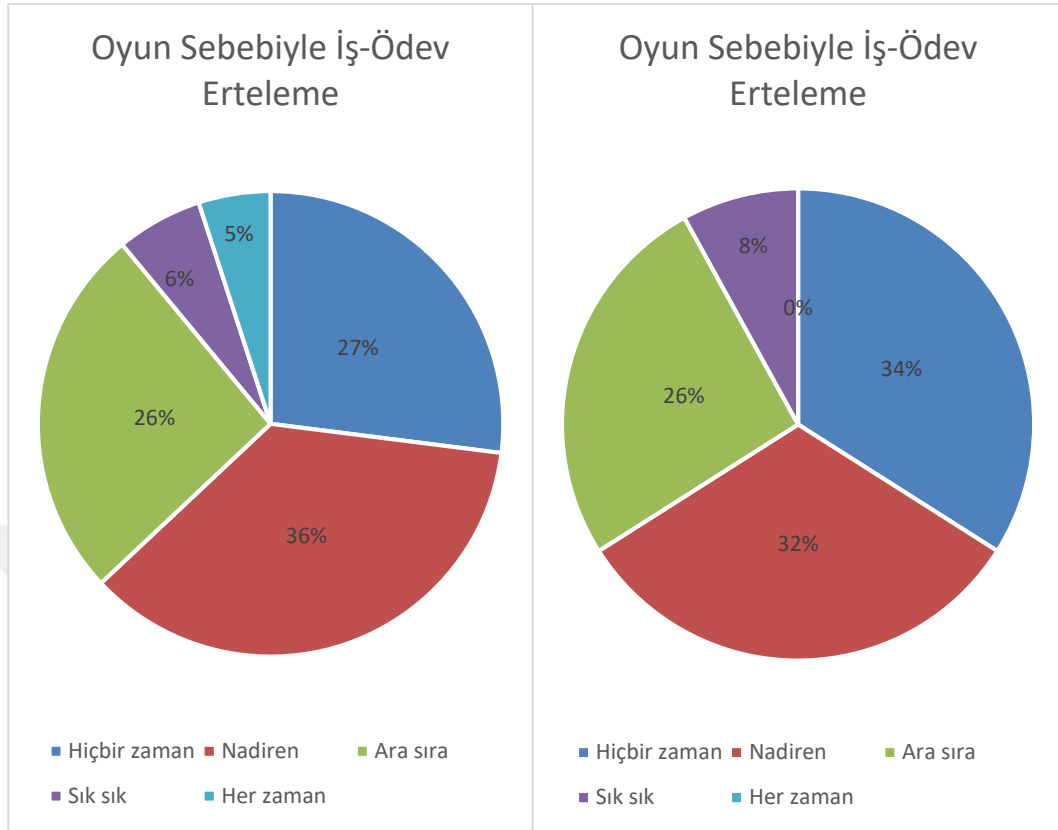
Gün İçinde Oyun Oynama Saati

08.00-12.00	6
12.00-16.00	10
16.00-20.00	20
20.00-00.00	56
00.00 ve sonrası	8

Türk öğrenciler %46 oranla en çok 20.00-00.00 arasında oynamaktadır. İkinci en yüksek oranla %27'si ise 00.00 ve sonrasında oyun oynamaktadır. Bulgar öğrenciler benzeri biçimde %56 oranla en çok 20.00- 00.00 arasında oyun oynamaktadır. Ancak ikinci tercihleri Türk öğrencilerden farklı olarak %20 oranla 16.00-20.00 arasındır. Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha fazla uyku saatlerinden alarak oyun oynamaktadır. Bulgar öğrenciler Türk öğrencilerden daha fazla gün içi faaliyetlere ayrılmış süreden alarak oyun oynamaktadır.

Türkiye

Bulgaristan



Oyun Sebebiyle İş-Ödev Erteleme

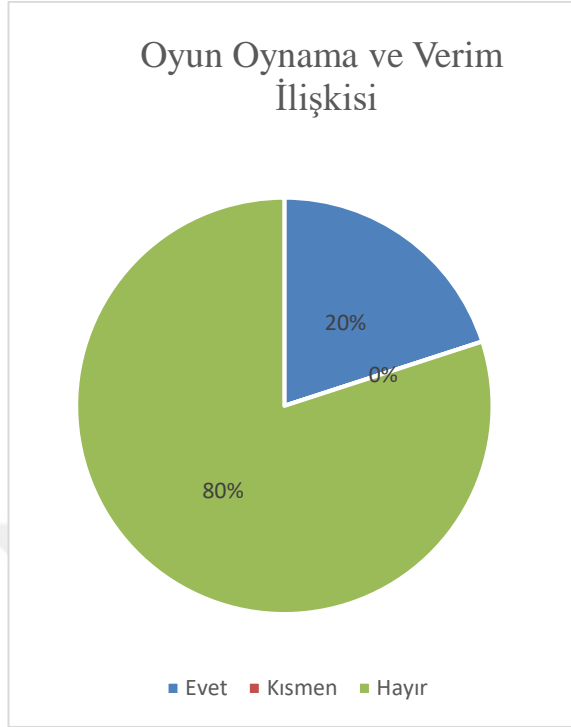
Oyun Sebebiyle İş-Ödev Erteleme

Hiçbir zaman	27
Nadiren	36
Ara sıra	26
Sık sık	6
Her zaman	5

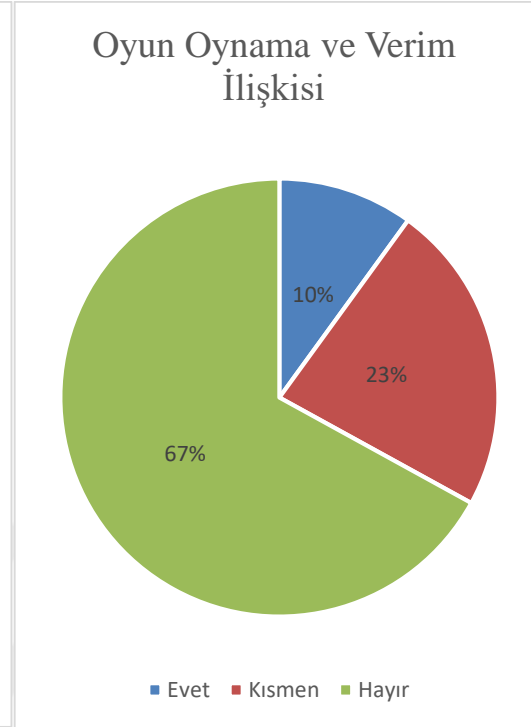
Hiçbir zaman	34
Nadiren	32
Ara sıra	26
Sık sık	8
Her zaman	0

Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin %27'si Bulgaristan'daki üniversite öğrencilerinin %34'ü hiçbir zaman oyun oynamaları sebebiyle iş ya da ödevlerini aksatmadığını ifade etmiştir. Türk öğrencilerin (%36) Bulgar öğrencilerin (%32) ortak yanıtları nadiren bir erteleme davranışı olduğu yönündedir. Ancak iki ülke oyuncuları da en çok oyun oynadıkları saati 20.00-00.00 olarak belirtmiştir. Sosyal faaliyetlere, ödev-iş vb. yükümlülüklerin gerçekleştirilmesi için en uygun olan saat diliminde iki ülke öğrencileri de oyun oynadıklarını ifade etmiş ancak ödevlerini ihmal etmediklerini belirtmiştir.

Türkiye



Bulgaristan



Oyun Oynama ve Verim İlişkisi

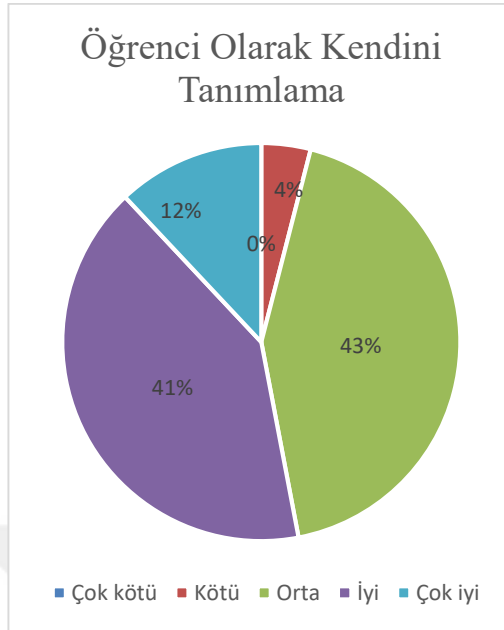
Evet	20
Kısmen	0
Hayır	80

Oyun Oynama ve Verim İlişkisi

Evet	10
Kısmen	23
Hayır	67

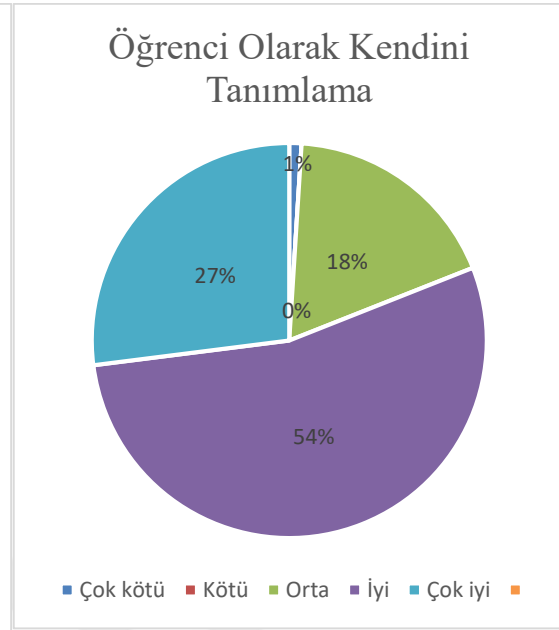
Türk öğrencilerin %80'i oyun oynamanın ertesi gün verimini düşünmemektedir. Türk öğrenciler oyun saati olarak en çok 20.00-00.00 ikinci olarak 00.00 ve sonrasını tercih etmektedir. Öğrencilerin kişisel zaman ve uyku saatini dijital oyunlara ayırıp ertesi gün verimlerinde bir düşüş olmadığını belirtmeleri verilere dayanarak oldukça ironiktir. Bulgar öğrencilerin %67'si oyun oynamanın verim düşüşünü etkilemediğini ifade etmiştir. Bulgar öğrenciler de Türk öğrenciler gibi akşam saatlerini oyun oynamaya ayırmaktadır. Bu bağlamda her iki öğrenci grubunun da ders sonrası saatlerini oyun oynayarak geçirmesi ve ödev-iş ertelediklerini, verimlerinin düşmediklerini ifade etmesi kabul edilebilir değildir. Oyun oynamak uzun süreli ekran kullanımı üzerinden bile oldukça tehlikelidir. Uyku yadsınamaz bir fizyolojik ihtiyaçtır. İhtiyaçlar, fizyolojik gereklilikler yerine dijital oyun oynamanın tercih edilmesi ve bu durumun verimliliği etkilemesi söz konusu değildir.

Türkiye



Oyun Sebebiyle İş-Ödev Erteleme	
Çok kötü	0
Kötü	4
Orta	43
İyi	41
Çok iyi	12

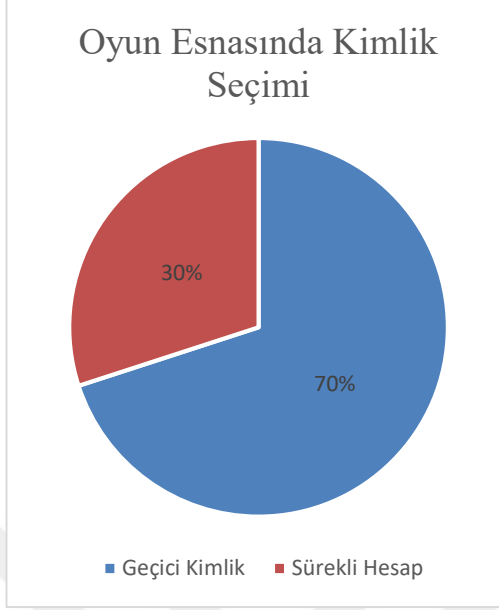
Bulgaristan



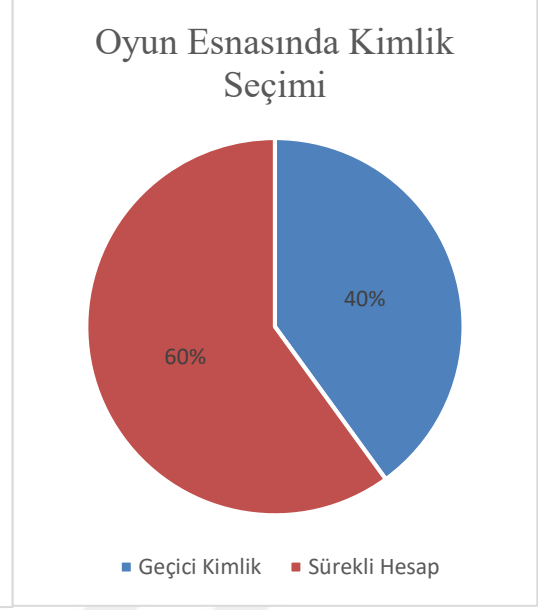
Oyun Sebebiyle İş-Ödev Erteleme	
Çok kötü	1
Kötü	0
Orta	18
İyi	54
Çok iyi	27

Türk öğrencilerin %43'ü kendilerini orta, Bulgar öğrencilerin %54'ü kendilerini iyi öğrenci olarak tanımlamıştır. Bulgar öğrenciler Türk öğrencilere göre kendilerini daha başarılı bulmaktadır. Türk öğrenciler daha çok kendilerini orta- iyi olarak değerlendirirken Bulgar öğrenciler kendilerini iyi- çok iyi olarak değerlendirmektedir. Her iki öğrenci grubu da ödevlerini aksatmadıklarını dile getirmiştir. Ancak oranlara bakıldığında Türk öğrencilerin aynı çoğunlukta “iyi-çok iyi” öğrenci olarak kendilerini değerlendirmemiştir. Yine aynı biçimde öğrenci grupları verimliliklerinin yeterliliğini ifade etmiş ama kendilerini en çok “orta” öğrenciler olarak değerlendirmişlerdir. Verimi yüksek, okul faaliyetlerini aksatmayan öğrencilerin profili motivasyonu bakımından kendini “iyi-çok iyi” olarak tanımlaması beklenmektedir. Bu tutarlı seçim yapısı Bulgaristan'daki üniversite öğrencileri arasında görülmüş, Türkiye'deki üniversite öğrencilerinde görülmemiştir.

Türkiye



Bulgaristan



Oyun Esnasında Kimlik Seçimi

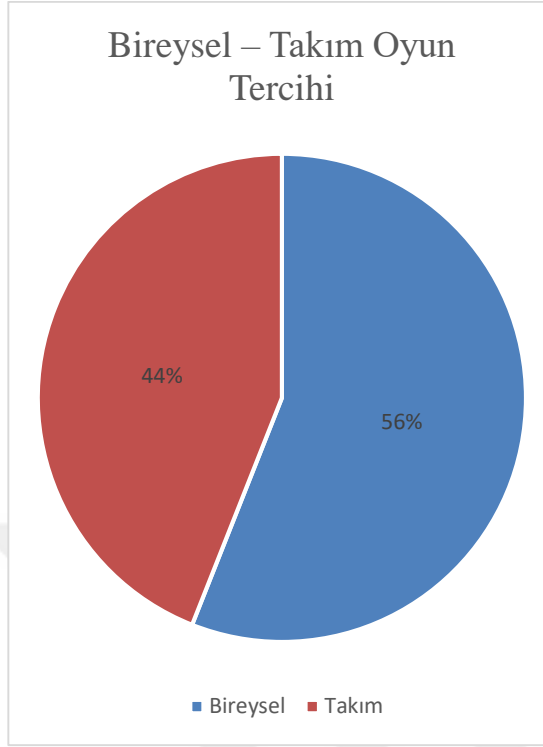
Geçici Kimlik	70
Sürekli Hesap	30

Oyun Esnasında Kimlik Seçimi

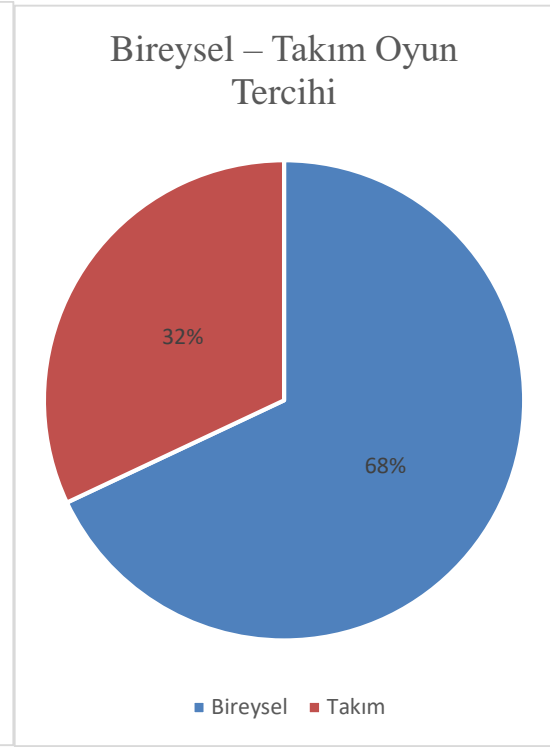
Geçici Kimlik	40
Sürekli Hesap	60

Dijital oyunlar kullanıcılardan farklı biçimlerde giriş isteyebilmektedir. Bazı oyunlar doğrudan online olarak /anonim olarak oynanırken bazı oyunlar bir kullanıcı hesabı istemektedir. Oyunlara kolay giriş sağlanabilmesi açısından mail üzerinden de giriş yapılabilmektedir. Geçici kimlikten kasıt devamlılığı olmayan anlık oynama biçimidir, sürekli hesap ise gerek mail gerek doğrudan bilgileri girerek bir kullanıcı profili oluşturmaktır. Ad, soyad, yaş, mail vb. bilgilerin paylaşılması oyuncuların inisiyatifindedir. Yukarıda da görüldüğü üzere Türk oyuncuların %70'i Bulgar oyuncuların %60'sı kişisel verilerini isteyerek paylaşp sürekli hesaplar oluşturmayı tercih etmektedir. Türk oyuncuların %30'u Bulgar oyuncuların %40'ı ise geçici kimlikler üzerinden oyun oynamaktadır. Sürekli hesap oluşturma noktasında Türkler Bulgarlardan daha çok hesap oluştursa da her iki ülkede de büyük çoğunluk verileri girerek oyun oynama taraftarıdır.

Türkiye



Bulgaristan



Bireysel – Takım Oyun Tercihi

Bireysel	56
Takım	44

Bireysel – Takım Oyun Tercihi

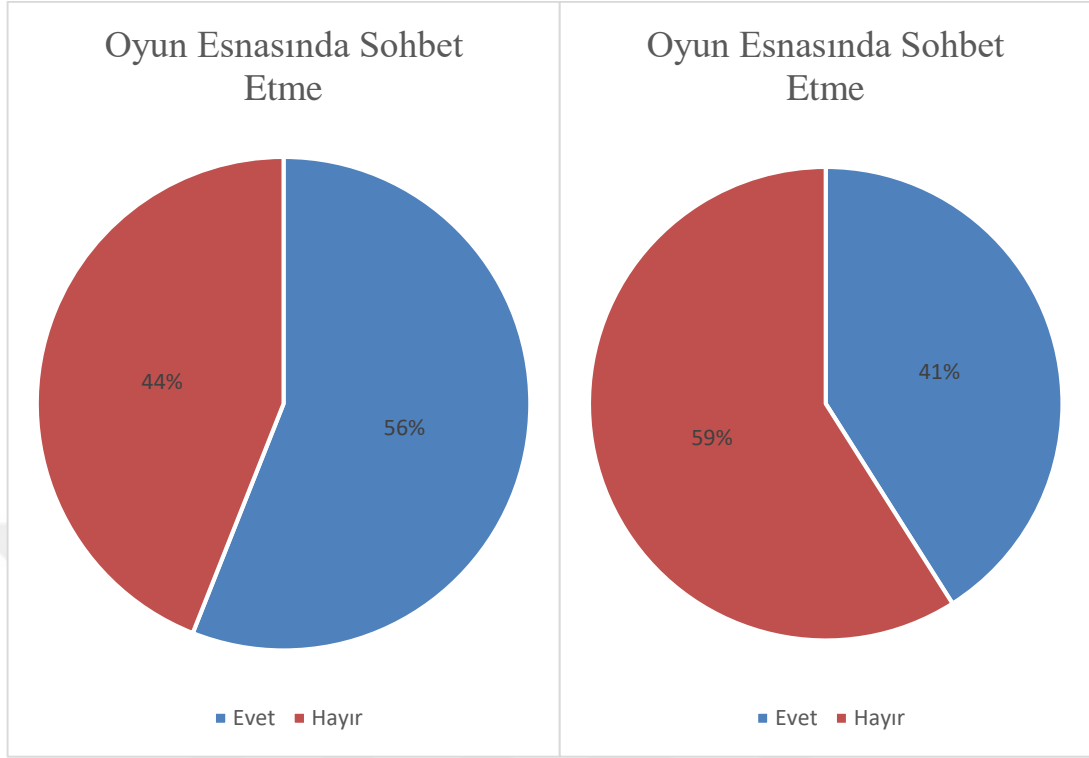
Bireysel	68
Takım	32

Dijital oyunlar hem bir kaçış hem de sosyalleşme aracıdır. Kişiyi olabildiğince bireysel ve kendi dünyasında olmaya iterken bir yandan da dijital bir dünya içinde farklı kullanıcılarla tanışma, takım olma, ait olma, ortak hareket etme vb. grup davranışlarını desteklemektedir.

Türk öğrenciler de Bulgar öğrenciler de daha çok bireysel oyun oynamayı tercih etmektedir. Türk oyuncular da bireysel oyun oynayanlar ile takım oyunları oynayanların arasındaki fark oldukça azdır. Bulgar öğrenciler de ise bu fark oldukça fazladır. Fark Türklerde %12 Bulgarlarda %36'dır. Türk oyuncular takım olarak hareket edilen oyunları oynamayı Bulgar oyuncularından daha çok tercih etmektedir.

Türkiye

Bulgaristan

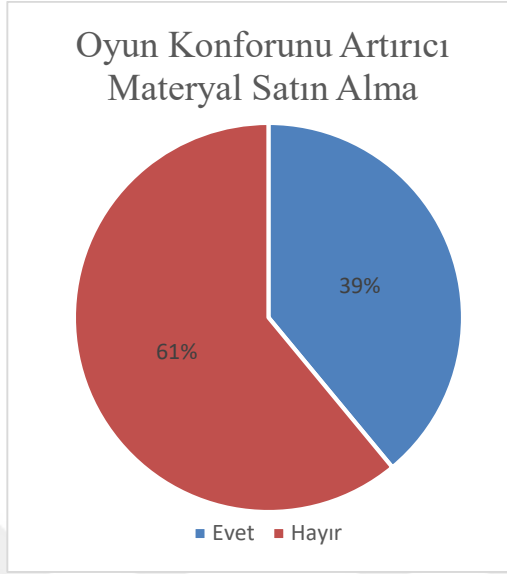


Oyun Esnasında Sohbet Etme	
Evet	56
Hayır	44

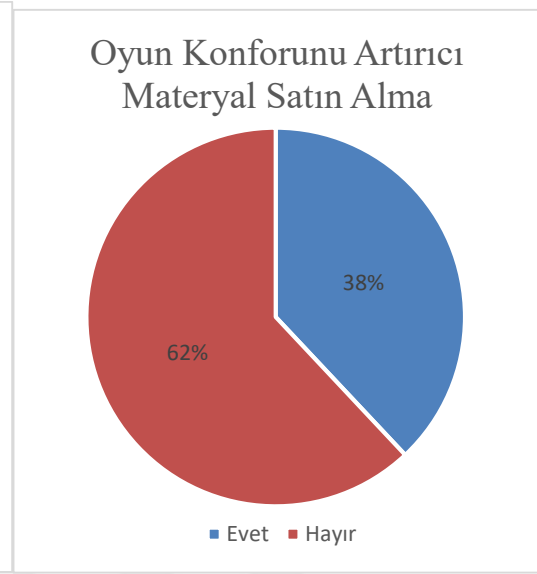
Oyun Esnasında Sohbet Etme	
Evet	41
Hayır	59

Dijital oyunlar oynanırken bireysel oyunlarda doğrudan rakiple sohbet edilebilecek “chat” alanı bulunmaktadır. Takım oyunlarında ise hem takım arkadaşları ile hem de rakip takım üyeleriyle benzeri biçimde sohbet edilebilmektedir. Bu alanı kullanıp kullanmamak kullanıcıya bağlıdır. Ancak takım oyunlarında diyalog kurmak neredeyse bir gerekliliktir. Yanıtlar incelendiğinde Türk öğrencilerin % 56’sı oyun esnasında sohbet ederken %44’ü oyun esnasında sohbet etmemektedir. Bulgar öğrencilerin ise %41’i bu alanı kullanırken %59’u kullanmamaktadır. Hatırlatmak gerekirse Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha çok takım oyunu oynamaktadır. Bunun bir uzantısı olarak Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha çok oyun esnasında sohbet etmektedir. Oyunlarda Türk öğrenciler iletişimsel anlamda Bulgar öğrencilere göre daha aktiftir.

Türkiye



Bulgaristan

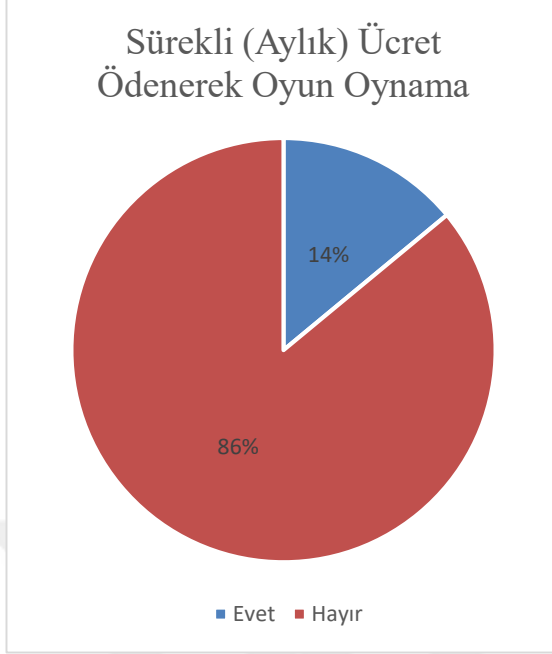


Oyun Konforunu Artırıcı Materyal Satın Alma	
Evet	39
Hayır	61

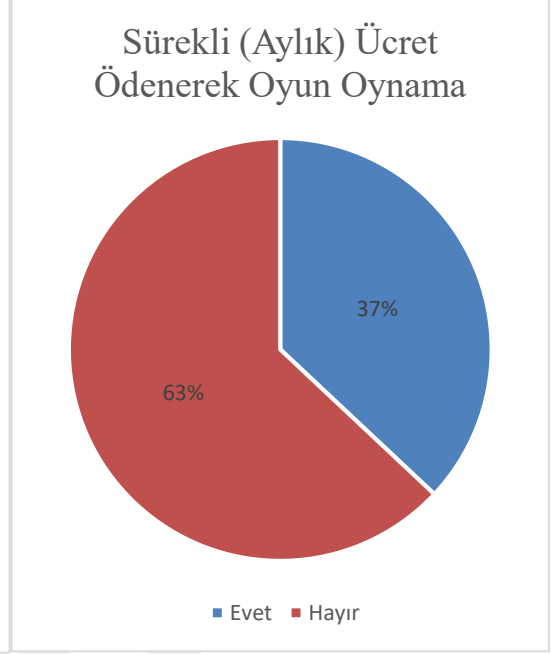
Oyun Konforunu Artırıcı Materyal Satın Alma	
Evet	38
Hayır	62

Dijital oyun oynamak için bireyler ekran başında uzun saatler harcayabilmektedir. Bu esnada olabildiğince rahat edebilmek üzere piyasaya sürülmüş oyunlar vardır. Eli tam kavrayarak rahat hamle yapmayı sağlayan fareler (Mouse), ışıklandırılmalı klavyeler, oyun esnasında yazarak sohbet etmek yerine mikrofon ve kulaklıklar, oyuncu koltukları doğrudan oyun bilgisayarları bu başlığa örnek verilebilir. Bu tür ürünler en az oyunun kendisi kadar pahalı ürünlerdir. Dolayısıyla öğrenci gruplarının kolay erişim sağlayamama ihtimalleri de mevcuttur. Soru satın alıp alınmadığını irdelemektedir. Soruya almak isteyip herhangi bir sebeple alamama durumu bildirilmemiştir. Örneklem grubunun yaş düzeyi, gelişim özellikleri dikkate alınarak ekonomik düzeyleri üzerine bir sorunun motivasyonlarını etkilemesi ihtimaline karşın yalnızca satın alıp almadıkları sorulmuştur. Yanıtlar incelendiğinde Türk öğrencilerin %39'u konfor artırıcı bir materyal satın alırken %61'i herhangi bir ürün satın almamıştır. Bulgar öğrencilerin %38'i konfor artırıcı materyal satın alırken %62'si herhangi bir ürün satın almamıştır. Türk öğrenciler %1 farkla Bulgar öğrencilerden daha fazla konfor artırıcı ürün satın almamıştır. Bu konuda iki ülkenin üniversite öğrencileri benzerlik göstermektedir.

Türkiye



Bulgaristan



Sürekli (Aylık) Ücret Ödenerek Oyun Oynama	
Evet	14
Hayır	86

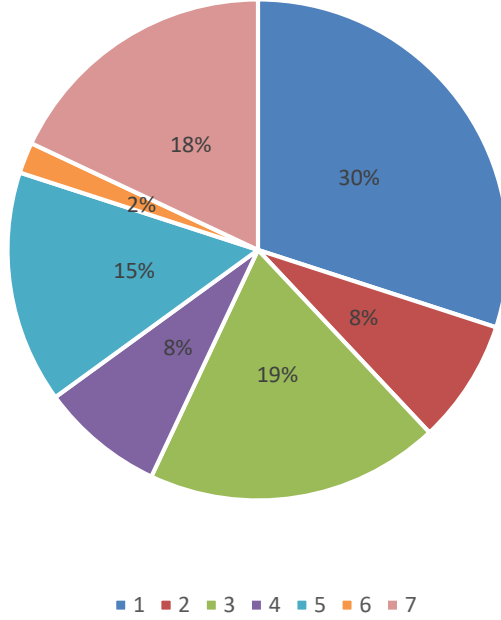
Sürekli (Aylık) Ücret Ödenerek Oyun Oynama	
Evet	37
Hayır	63

Dijital oyunlar yalnız bir kez ödeme yapılarak ödendiği gibi belli periyotlarda ödeme yapılarak da oynanmaktadır. Genellikle faturalandırma biçimi aylıktır. Bu ödeme- oynama yöntemi sosyal yaşamdaki tüketim davranışına benzemektedir. Düzenli ödeme yapma oyunları bir alışveriş nesnesine çevirmekte, oyun oynamayı tüketim davranışı olarak değiştirmektedir. Oyun tüketimi genel olarak zaman, sağlık, sosyal yaşamdan vererek tüketme olarak gözüktüğü de doğrudan ücret ödeme de mevcuttur. Türk öğrencilerin %14'ü Bulgar öğrencilerin %37'si hali hazırda ücret ödeyerek oyun oynamaktadır. Türk öğrencilerin %86'sı Bulgar öğrencilerin %63'ü düzenli ödeme yapmamaktadır. Dijital oyunlara Bulgar öğrenciler Türk öğrencilerden daha fazla düzenli para ödemektedir. Hatırlatmak gerekirse Bulgar öğrenciler Türk öğrencilerden daha fazla oyun satın almıştır. Türkiye'deki öğrenciler Bulgaristan'daki öğrencilerden daha az maddi güce dayalı oyun oynamaktadır.

Katılımcılar aktif olarak öğrencilik hayatına devam etmektedir. Bu sebeple tüketim davranışları kısıtlı olabilir.

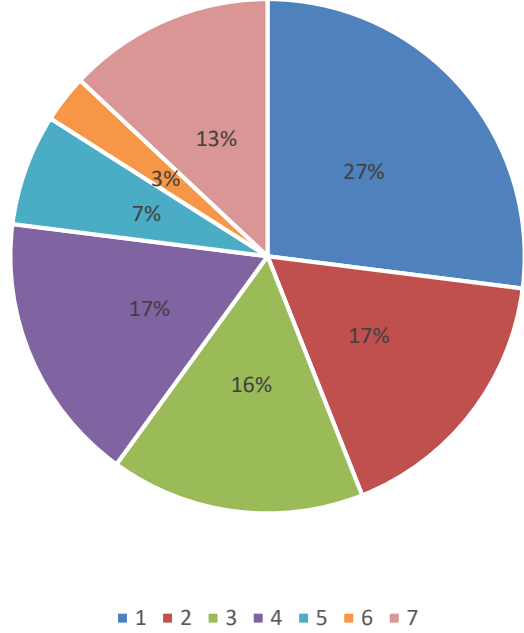
Türkiye

Haftalık Oyun Oynama Süresi



Bulgaristan

Haftalık Oyun Oynama Süresi



Haftalık Oyun Oynama Süresi

1	30
2	8
3	19
4	8
5	15
6	2
7	18

Haftalık Oyun Oynama Süresi

1	27
2	17
3	16
4	17
5	7
6	3
7	13

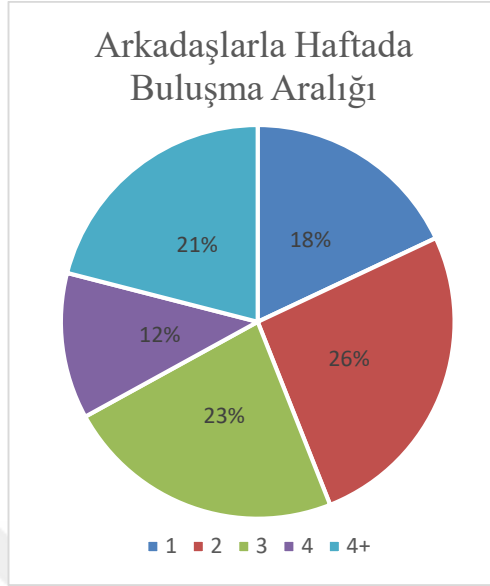
Türkiye'deki üniversite öğrencilerinden %30'u haftada bir dijital oyun oynamaktadır. Bulgaristan'daki üniversite öğrencilerinden %27'si haftada bir dijital oyun oynamaktadır. Sırasıyla Türkiye'de 1 gün, 3 gün, 7 gün cevapları verilmiştir. En fazla oy verilen seçenekler incelendiğinde Türk öğrencilerin oyun oynama davranışı tutarsızdır. %30'u haftada bir gün oyun oynarken %18'i haftada 7 gün oyun oynamaktadır. Bulgaristan'a bakıldığında sırasıyla 1 gün, 2 gün/ 4 gün, 3 gün yanıtları en yüksek yanıtlardır. Bulgar öğrencilerin oyun oynama oranı tutarlıdır.

Türk öğrenciler ya oyunu hayatlarında minimum düzeyde tutmakta ya da her gün oynamaktadır. Bu görüntü bağımlılık görüntüsünü desteklemektedir. Örneğin; sigara, alkol, kumar vb. alışkanlıklarda bireyler ya gerekli görmeyerek "sosyal bir davranış" olarak kullanmakta/ oynamakta ya da tümüyle hayatının bir parçası yapmaktadır. Bağımlılık davranışı destekleyici olarak Türk öğrenciler oyunları reddetme ve vazgeçilmez kılma eğilimindedir.

Bulgar öğrenciler oyunu hayatlarında haftanın 1-2 günü oynadıklarını ifade etmiştir. Bu yanıt bir sosyal faaliyet olarak oyunu tercih ettiklerinin göstergesidir. Dijital oyun oynama oranları kendi içinde tutarlıdır. Ancak haftanın her günü oyun oynayanların oranı %13'tür bu oran yadsınamaz yüksekliktedir.

Türk öğrencilerde haftanın her günü oyun oynayanlarla bir gün oyun oynayanların arasındaki fark % 12 iken Bulgar öğrencilerde bu fark % 14'tür. İki ülkede de yukarıdaki bağımlılık davranışını destekleyici sonuçlar çıkmıştır. Ancak çoğunluğa bakıldığında nispeten Bulgar öğrenciler Türk öğrencilerden daha düzenli/ belirli oyun oynamaktadır.

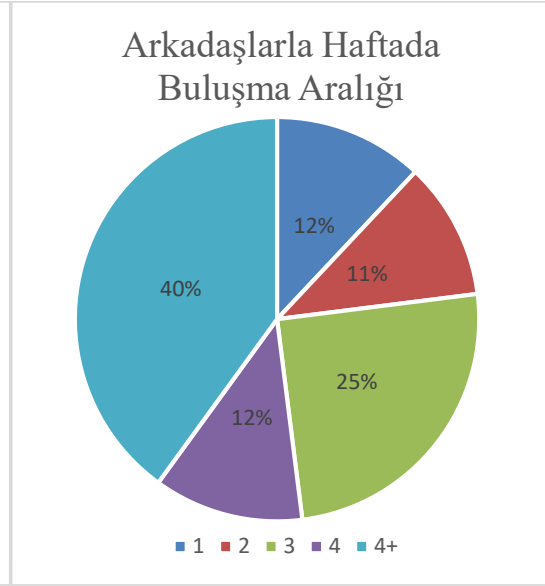
Türkiye



Arkadaşlarla Haftada Buluşma Aralığı

1	18
2	26
3	23
4	12
4+	21

Bulgaristan



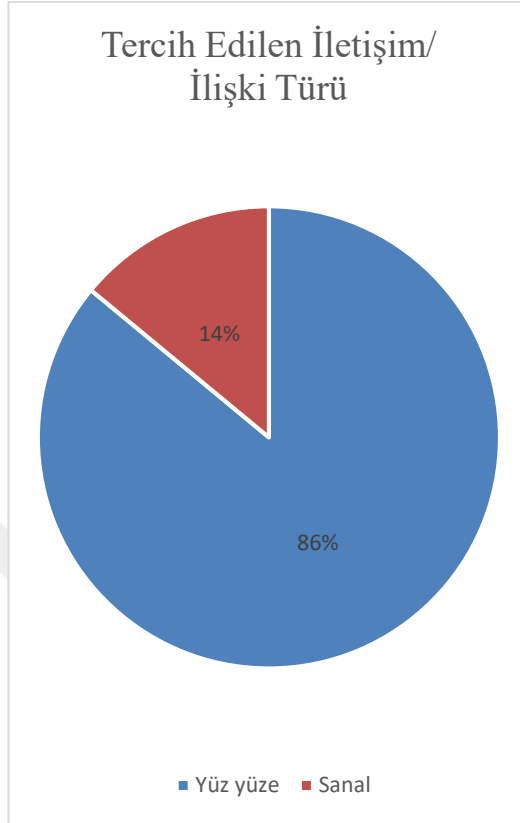
Arkadaşlarla Haftada Buluşma Aralığı

1	12
2	11
3	25
4	12
4+	40

Türk öğrencilerin verdikleri yanıtlar birbirine yakındır. Ancak en yüksek oran % 26 ile iki gündür. Bulgar öğrenciler ise %40 oranla dört gün üstünde arkadaşlarıyla buluşmaktadır. Bulgar üniversite öğrencileri Türk üniversite öğrencilerinden daha çok arkadaşlarıyla görüşmektedir. Türk öğrenciler de Bulgar öğrenciler de daha çok haftada bir gün oyun oynadıklarını ifade etmiştir. Bu sonuca bakarak iki ülkenin de oyun oynamak yerine gerçek hayatta sosyalleşmesi beklenmektedir. Bulgar öğrenciler bu beklentiye uygun olarak haftada dört günden fazla arkadaşlarıyla buluşmaktadır.

Türk öğrenciler ise haftada iki gün arkadaşlarıyla buluşmaktadır. Türk öğrencilerin Bulgar öğrencilerden daha çok oyun içinde “sohbet” kısmını kullanarak iletişim kurduğu/ sosyalleştiği bilinmektedir. Bu denklemde Bulgar öğrencilerin oyun içi sosyalleşme yerine, fiziki sosyalleşmeyi tercih etmesi olağandır. Türk öğrencilerin oyunu bir sosyalleşme aracı olarak kullanması ancak yalnızca bir gün oyun oynaması, oyunu minimum düzeyde tuttıklarını ifade edip fiziki buluşmayı da iki gün olarak ifade etmesi ironiktir.

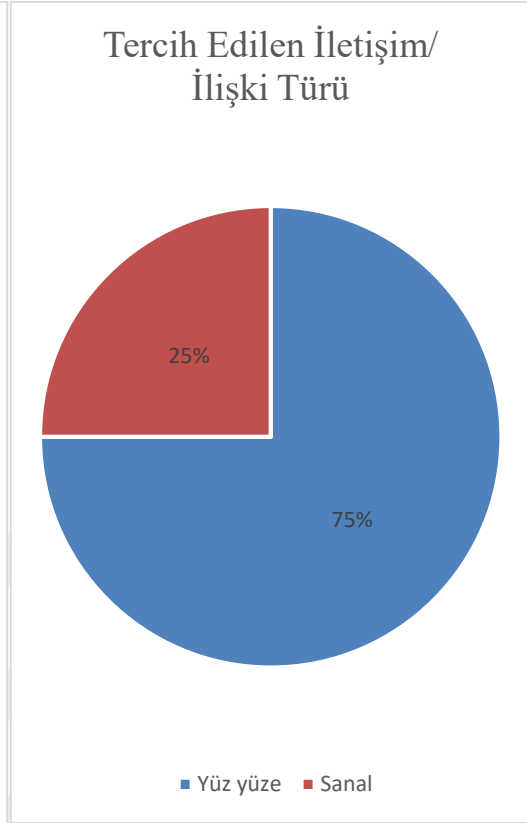
Türkiye



Tercih Edilen İletişim/ İlişki Türü

Yüz yüze	86
Sanal	14

Bulgaristan



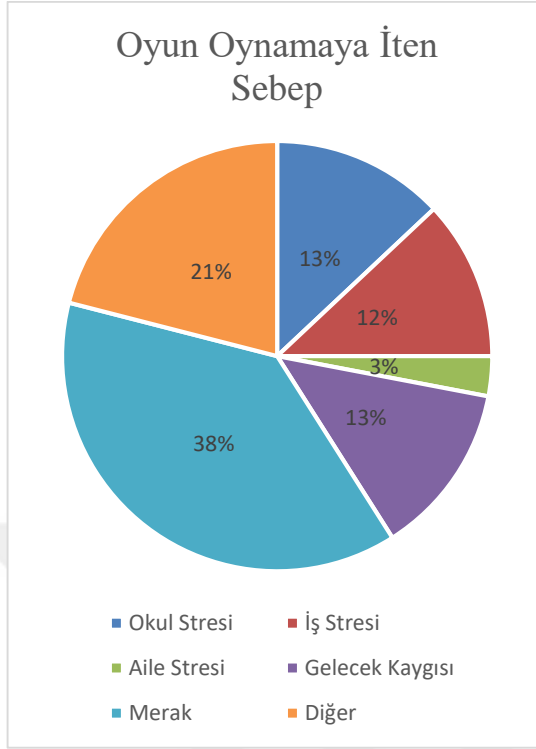
Tercih Edilen İletişim/ İlişki Türü

Yüz yüze	75
Sanal	25

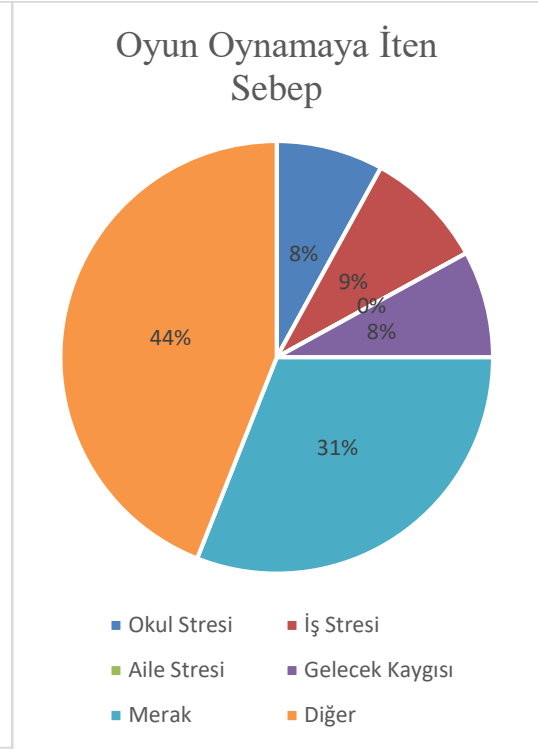
Türkiye'deki üniversite öğrencileri de Bulgaristan'daki üniversite öğrencileri de yüz yüze ilişkilerde kendilerini daha rahat hissetmektedir.

Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha çok yüz yüze ilişkileri tercih etmekte, Bulgar öğrenciler ise pratikte Türk öğrencilerden daha çok yüz yüze ilişkiler sürdürmektedir.

Türkiye



Bulgaristan



Oyun Oynamaya İten Sebep

Okul Stresi	13
İş Stresi	12
Aile Stresi	3
Gelecek Kaygısı	13
Merak	38
Diğer	21

Oyun Oynamaya İten Sebep

Okul Stresi	8
İş Stresi	9
Aile Stresi	0
Gelecek Kaygısı	8
Merak	31
Diğer	44

Türk öğrencilerin %13'ü okul stresi sebebiyle oyun oynamaktadır. Bulgar öğrencilerin %8'i okul stresi sebebiyle oyun oynamaktadır. Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha çok okul stresi sebebiyle oyun oynamaktadır.

Türkiye'deki öğrencilerin %12'si Bulgaristan'daki öğrencilerin %9'u iş stresi sebebiyle oyun oynamaktadır. İş sebebiyle oyun oynayan Türkiye'deki öğrencilerin sayısı Bulgaristan'daki öğrencilerin sayısından fazladır.

Aile stresi ile oyun oynayan Türk öğrencilerin oranı %3'tür. Aile stresi ile oyun oynayan Bulgar öğrenci bulunmamaktadır.

Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin %13'ü gelecek kaygısı sebebiyle oyun oynamaktadır. Bulgaristan'daki üniversite öğrencilerinin %8'i gelecek kaygısı sebebiyle oyun oynamaktadır. Oyun oynamada itici bir güç olarak gelecek kaygısı bulunan Türk öğrencilerin sayısı Bulgar öğrencilerin sayısından fazladır.

Türklerin %38'i Bulgarların %31'i merak sebebiyle oyun oynamaktadır. Merak ettiği için oyun oynanan Türklerin sayısı Bulgarların sayısından fazladır.

Türklerin %21'i Bulgarların %44'ü farklı sebeplerle oyun oynamaktadır. Kategoriler Türklere, Bulgarlardan daha uygundur.

Türk öğrencilerin %6'sı, Bulgar öğrencilerin %7'si can sıkıntısı sebebiyle oyun oynamaktadır.

Türkiye'deki öğrencilerden %3'ü Bulgaristan'daki öğrencilerin %6'sı zaman geçirmek/ oyalanmak için oyun oynamaktadır. Türklerin %6'sı eğlenmek amacıyla oyun oynamaktadır. Bulgarların %7'si eğlenmek amacıyla oyun oynamaktadır. Bulgarların %4'ü "hobi" yanıtını vermiştir. Eğlence-hobi birlikte düşünülebilecek yanıtlardır. Bu sebeple eğlence aracı olarak oyunu tercih eden Türklerin oranı %6 Bulgarların oranı %11'dir. Bulgarlar Türklere daha çok eğlenmek için oyun oynamaktadır.

Türk öğrencilerin %1 her faktörden biraz etkilenecek oyun oynadığını ifade etmiştir. Tüm sebeplerin etkilediği Bulgar öğrenci bulunmamaktadır. Ancak birkaç seçenektan aynı oranda etkilenen 1 Bulgar öğrenci bulunmaktadır.

Türk öğrencilerin %2'si oyun oynama sebebini "oyunları sevmem" olarak yanıtlamıştır. Oyunlara karşı beğeni oranları değil oyun oynama sebepleri irdelendiğinden bu yanıt sorunun dokusuna aykırıdır.

Türk öğrencilerin %1'i alışkanlık sebebiyle oyun oynamaktadır. Alışkanlık olduğu için oyun oynayan Bulgar öğrenci bulunmamaktadır.

Türkiye'deki üniversite öğrencilerden %1'i neden oyun oynadığını bilmemektedir. Oyun oynama sebebini bilmeyen Bulgar öğrenci bulunmamaktadır.

Türk öğrencilerden %1'i "kontrol" sebebiyle oyun oynamaktadır. Bu yanıt kaygı, endişe, stres vb. herhangi bir duyguyu ya da somut bir sorunu kontrol etmek gibi algılanabilir ancak katılımcı yanıtı açmamıştır. Bu sebeple oyun oynayan Bulgar öğrenci yoktur.

Bulgar öğrencilerden %1'i oyunla özdeşleşmesi sebebiyle oyun oynamaktadır. Sanal dünya ya da karakterlerle özdeşleştiği için oyun oynayan Türk öğrenci bulunmamaktadır.

Bulgar öğrencilerden %8'i kategoriler dışında genel olarak stres atmak amacıyla oyun oynadıklarını ifade etmiştir. Türk öğrencilerin tüm stres sebepleri kategoriler içinde bulunmaktadır.

Bulgar üniversite öğrencilerden %2 'si tatmin olmak için oyun oynamaktadır. Hangi konuda tatmin olduğuna dair bir veri bulunmamaktadır. Bu sebeple oyun oynayan Türk öğrenci bulunmamaktadır. Ancak diğer yanıtlardan "kontrol" yanıtı, kontrol ederek tatmin olmak şeklinde değerlendirmeye uygundur. Yanıtlar; öğrencilerin kültürel ve kişisel farklılıkları gözetilerek minimum düzeyde öznel yorumlama yapılmaktadır.

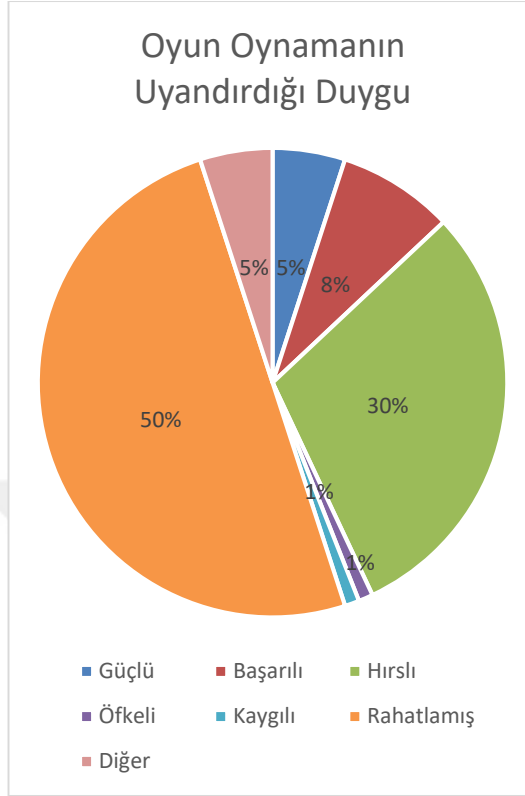
Bulgar öğrencilerden %1'i dijital oyunlardan ilham aldığını belirtmiştir. Oyunlardan ilham alan Türk öğrenci bulunmamaktadır. Oyunlar kendi içinde görsel ve işitsel öğelerle dolu bir yapıya sahiptir. Yaratıcılık gereken işler, ödevler için içerdiği öğeler sebebiyle ilham olabilmektedir.

Bulgaristan'da okuyan öğrencilerden %4'ü oyun oynadıklarını ancak sebeplerinin bu seçeneklerin hiçbiri olmadığını belirtmiştir.

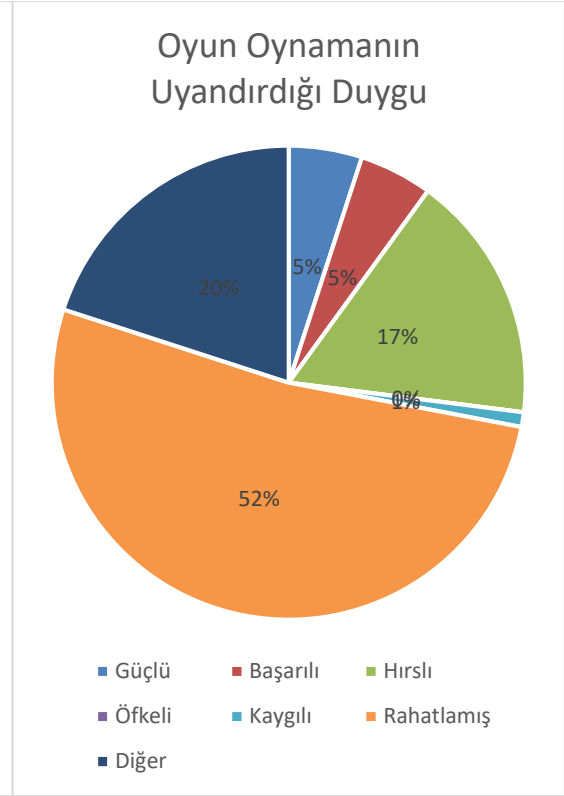
Aile stresi ile oyun oynamaya başlayıp bu konuda başarılı olduğunu gördüğü için oyun oynamaya devam eden bir Bulgar öğrenci bulunmaktadır. Başlama ve sürdürme sebebi farklı olan Türk öğrenci bulunmamaktadır.

Bulgar öğrencilerden %2'si arkadaşlarıyla vakit geçirmek için oyun oynadığını ifade etmiştir. Oyun esnasında daha çok sohbet eden Türk öğrencilerden ise arkadaşlarla sosyalleşmek amacıyla oyun oynayan bulunmamaktadır.

Türkiye



Bulgaristan



Oyun Oynamanın Uyandırdığı Duygu

Güçlü	5
Başarılı	8
Hırslı	30
Öfkeli	1
Kaygılı	1
Rahatlamış	50
Diğer	5

Oyun Oynamanın Uyandırdığı Duygu

Güçlü	5
Başarılı	5
Hırslı	17
Öfkeli	0
Kaygılı	1
Rahatlamış	52
Diğer	20

İki ülkenin öğrencileri de oyun oynarken daha çok rahatlamış hissetmektedir. Bulgar öğrenciler %52 Türk öğrenciler %50 oyun oynarken rahatlamaktadır. Oyun oynarken %2 farkla Bulgarlar Türklere daha fazla rahatlamış hissetmektedir.

Her iki ülke öğrencileri de ikinci olarak hırslı hissetmektedir. Oyunlar Türk öğrencilerin %30'unda Bulgar öğrencilerin %17'sinde hırs duygusunu uyandırmaktadır. Türkler oyun oynarken Bulgarlardan daha hırslı hissetmektedir.

Türk öğrencilerin de %5'i Bulgar öğrencilerin de %5'i oyun oynarken güçlü hissetmektedir. Oyun oynarken güçlü hisseden Türk ve Bulgarların sayıları eşittir.

Türklerin %8'i, Bulgarların %5'i oyun esnasında başarılı hissetmektedir. Oyun oynarken Türkler kendilerini Bulgarlara oranla daha başarılı hissetmektedir.

Türk öğrencilerin %1'i oyun oynarken öfkelenmektedir. Oyun oynarken doğrudan öfkeli hisseden Bulgar öğrenci bulunmamaktadır ama Bulgar öğrencilerden biri bölümü geçerse rahatlamış geçmeyince sinirli olduğunu ifade etmiştir.

Bulgar öğrencilerin de Türk öğrencilerin de %1 'i oyun oynarken kaygılı hissetmektedir. Her iki ülkede de oyun esnasında kaygılı hissedenlerin sayısı düşük ve eşittir.

Türk öğrencilerin %1'i Bulgar öğrencilerin %4'ü oyun oynarken mutlu olmaktadır. Oyun oynamanın mutluluk verdiği Bulgar öğrenci sayısı Türk öğrenci sayısından fazladır.

Görsel ve işitsel öğelerin oldukça fazla olmasına karşın Bulgar öğrencilerin %4'ü oyun oynarken odaklanmış hissetmektedir. Odaklanmış hisseden Türk öğrenci bulunmamaktadır. Oyunların nitelikleri sebebiyle Bulgar öğrencilerin %2'sinin ise dikkati dağılmaktadır. Dikkati dağılan Türk öğrenci de bulunmaktadır. Dijital oyun oynama deneyimi aynı kültüre ait insanlarda dahi farklı duygular uyandırmaktadır. Bu anlamda Türk öğrenciler Bulgar öğrencilerden daha çok ortak duygular hissetmektedir.

Türk üniversite öğrencilerininin %1'i Bulgar üniversite öğrencilerininin %3'ü oyun oynadıkları esnada heyecanlanmaktadır. Oyun oynamayı heyecanlı bulan Bulgar öğrencilerin sayısı Türk öğrencilerin sayısından fazladır.

Bulgaristan'daki öğrencilerin %2'si oyun oynarken ödül kazanmış gibi hissetmektedir. Bu şekilde hisseden Türk öğrenci bulunmamaktadır.

Türk öğrencilerin %1'i eğlenmiş, %1'i düşünceli hissetmektedir. Oyun oynarken eğlenmiş ya da düşünceli hisseden Bulgar öğrenci bulunmamaktadır.

Türk üniversite öğrencilerin %1'i Bulgar üniversite öğrencilerinin %2'si oyun oynarken tüm duyguları hissetmektedir. Bulgar öğrencilerin %1'i ise hiçbir duygu hissetmeden oyun oynamaktadır. Hiçbir duygu hissetmeyen Türk oyuncu bulunmamaktadır. Yine oyunun her oyuncuya farklı hissettirmesine örnek olarak Bulgar öğrencilerin %1'i ise aynı anda yukarıdaki kategorilerden birkaçını hissetmektedir. Bulgar öğrencilerin oyun oynarken hisleri Türk öğrencilere göre daha karışık ve bireyseldir. Kategori dışında yanıt veren öğrenci sayısı Türkiye'de 5 iken Bulgaristan'da 20'dir.

TARTIŞMA

Teknoloji ve internet odaklı çalışmalar 2000li yıllarda sosyal bilimlerin vazgeçilmez alanlarından. İnternet kullanımına bağlı olarak her alan konuya farklı bakış açıları getirmiştir. Bu kullanım oranı arttıkça bilişsel ve toplumsal değişimler kaçınılmaz olmuş, risk alanları doğmuştur. Sosyal bilimciler hem bu riskleri saptamak hem de öneriler getirmek amacıyla merkeze “dijitalleşmeyi” alarak birçok çalışma yürütmüştür.

Barut’un(2009) çalışmasında dijital oyun oynayan ergen bireylerin sosyal destekleri algılama düzeyi bağımlılık düzeyinde oynamayanlardan farklıdır. Bu olumsuz etkide savaş-strateji oyunlarının yüksek işlevli olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca ergenlerin özellikle oyun için akıllı telefonlardan yararlandıkları dile getirilmiştir. Türkiye- Bulgaristan üzerinden yürütülen çalışmada da özellikle Türk öğrencilerin savaş- strateji oyunları oynadığı gözlemlenmiştir. Akıllı telefona sahip olmayan öğrenci bulunmamaktadır. Dolayısıyla hem oranlar hem de etki eden faktörler katlanarak artmaktadır.

2018’de lise öğrencileri üzerinden dijital oyun bağımlılığını irdeleyen Göldağ; bilgisayar sahibi gençlerin sahip olmayanlara oranla daha çok oyun oynadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin çevrimiçi oyunlar oynamalarında internetten yararlandıklarını ve internete ulaşımının da kolay olduğunu eklemiştir. Benzeri biçimde akıllı telefona sahip olanların olmayanlara oranla daha çok oyun oynadığı sonucuna varmıştır. 2018 yılında yapılan çalışmada akıllı telefonlara sahip olup olmama üzerine değerlendirme yapılabilirken 2022-2023 yılları arasında yapılan çalışmada Türkiye’de de Bulgaristan’da da akıllı telefonu olmayan öğrenci yoktur. Dolayısıyla mukayese şansı dahi kalmamıştır. Artık neredeyse katılımcıların tümünü akıllı cihaz sahibi, internete erişen bireyler olarak kabul etmek gerekmektedir. Çalışmada öğrencilerin veriminin düşmesine, devamlılıkların azalmasına, uyku kalitesinin etkilenmesine de sebep olarak aşırı dijital oyun oynama gösterilmiştir. Öğrencilerin gece saatlerinde oyun oynadığı bilinmektedir. Dolayısıyla bu olumsuz etkiler Türk ve Bulgar öğrencilerde de kaçınılmazdır. Ancak öğrenciler uyku, verim, başarı düzeyleriyle dijital oyun oynamanın ilgisiz olduğunu düşünmektedir. Dijital oyun oynama davranışı o denli çevreleyicidir ki oyuncular bu sürekli davranışın onları ne denli

etkilediğini fark etmeksizin uykudan, kendilerine ait zamanlardan ödün vererek oyun oynamaktadır.

Doğrudan dijital oyun bağımlılığı ve uyku kalitesini irdeleyen çalışmada Tuncay ve Göger (2021) kontrolsüz oyun oynayan ergenlerin uyku verimlerinin düştüğünü belirtmiştir. Kontrolsüz oyun oynamak hem saat anlamında hem de akşam ve gece oyun oynamayı kapsamaktadır. Kılıç (2019) yaptığı çalışmada diğer sosyal bilimcilerle benzeri bir sonuca ulaşarak çocuk ve ergenlerde dijital oyun bağımlılığın akademik başarıyı, verimliliği olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Barut (2009) gibi özellikle savaş-strateji oyunlarının içerdiği öğelerle şiddetin özümsemesinde ve dışavurumunda dijital oyunların etkisine değinmiştir. Sosyal beceriler bakımından ergenlerin dijital oyun bağımlılığını inceleyen Aslan ve arkadaşları (2022) da diğer araştırmalarla benzer sonuçlara varmıştır. Bu çalışmada dijital oyun oynamanın verimliliğe olan etkisinin ders çalışma motivasyonunun düşük olmasına bunun da dijital oyun oynamayla ilintili olmasına dikkat çekilmiştir. İstanbul ve Sofya'daki üniversite öğrencilerinin de kaygı, stres unsurlarından kaçmak için dijital oyun oynadığı görülmüştür. Düşük motivasyonun bir sebebi olarak görülen dijital oyunlar gençler arasında motivasyonu artırmak, stresi yok etmek için kullanılmaktadır. Uzmanlarca ortaya konulan verilere göre, bu gençlerin beklentisinin aksine etki etmektedir. Asıl dikkati dağıtan ve motivasyonu düşüren kullanılan bu “masum” yöntemdir. Bülbül ve arkadaşları (2018) da bu araştırmacılar tarafından dijital oyunların olumsuz etkileri ortaya konmasına rağmen bağımlı gençlerin durumu kabul etmediğini belirtmiştir. Katılımcı gruplar bu çalışmada da zaman zaman ironik yanıtlar vermiştir.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Türkiye’yi temsilen İstanbul’da üniversite okuyan 100 öğrenci, Bulgaristan’ı temsilen Sofya’da üniversite okuyan 100 öğrenci ile gerçekleştirilen bu çalışmada dijital oyun oynama davranışı, dijital oyun bağımlılığı merkezli incelenmiştir.

Türk öğrencilerin ve Bulgar öğrencilerin tamamının internet erişimi olduğu görülmüştür.

Türk öğrencilerin daha çok savaş- strateji gibi şiddet içerikli oyunları oynama ve satın alma eğilimleri saptanmıştır.

Bulgar öğrencilerin oyunları kategorize ederken güçlük çektiği görülmüştür.

Öğrencilerin stres ve kaygıdan kaçmak, kafa dağıtmak için oyun oynadıkları görülmüş. Oyun oynarken rahatladıklarını ifade etmiştir. Yüz yüze ilişkileri tercih ettiklerini belirtmelerine rağmen tatmin edici sosyal aktivite oranları yoktur. Okuldan hemen sonraki saat dilimleri ve uyku saatlerini oyun oynamaya ayırmakta ancak ödevlerini aksatmadıklarını, verimlerinin düşmediklerini iddia etmektedirler.

Oyun oynama oranları, oyun oynama saatleri vb. veriler dikkate alındığında bağımlılık eğilimi olan gençler dijital oyun oynamanın kendilerine olan etkilerinin tam anlamıyla farkında değildir. Birçok çalışma tarafından ortaya konan akademik başarının negatif yönlü etkisi, fizyolojik ve bilişsel olumsuz etkileri benzeri biçimde katılımcılar tarafından anlamsız bulunmuştur. Kontrollü ve “öylesine” oynadıkları dijital oyunlar birçok alanda gençleri etkilemektedir.

Araştırma, dijital oyun oynayan gençlerin dijital oyun bağımlılığına yatkın olduğunu ve konu hakkında farkındalık düzeylerinin yetersiz olduğunu ortaya koymuştur.

Bu bağlamda getirilecek öneriler;

- Dijital oyunların içerdiği öğeler ve verdikleri alt metinler konusunda denetlenmesi,
- Dijital oyun bağımlılığının gençleri fark etmeden ele aldığı konusunda farkındalık çalışmalarının artırılması,

- E-spor adı altında artan dijital oyun turnuvalarının doğrudan ilgili kurumlarca düzenlenmesi,
- Medya okuryazarlığı konusunda çalışmaların artırılması,
- Akademik başarı ve oyun oynama arasındaki negatif ilişkinin müfredat kapsamında eğitimlerinin verilmesi,
- Dijital oyun satışı yapılan mecraların denetlenmesi,
- Dijital oyun oynama konusunda ebeveynlerin bilgilendirilmesi ve işbirliğine katkı sağlamasına yardımcı faaliyetlerin yürütülmesi,
- Sanal dünyayı gerçek dünyaya tercih eden gençleri kazanmak adına gerçek dünyanın sosyal faaliyetler açısından çekici kılınması (etkinlikler, gençlik oluşumları vb.) adına çalışmaların artırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Ağırman, E., & Barakalı, Öç (2022). Finans ve finansal hizmetlerin geleceği: Metaverse. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* , 9 (2), 329-346.

Ak, D. (2007). *Oyun ve oyuncak kavramlarının tarihsel ve kültürel değişimine endüstriyel tasarım açısından bir bakış* (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).

Akgül, H., & Öztürk, M. C. (2004). Oyun ve oyuncağın tarihsel gelişimi.

Aksoy, A. B., & Dere Çiftçi, H. (2014). Erken çocukluk döneminde oyun. *Ankara: Pegem Akademi*.

Altınölçek, S. (2010). Güreş Karşılaşmalarında Müziğin Yeri ve Önemi. *Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 1, 321-328.

Anadolu Ajansı / Avrupa Dijital Yenilik Merkezi , <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/bulgaristanda-avrupa-dijital-yenilik-merkezi-acildi/2801884>, Erişim Tarihi: 21.03.2023

Aslan, H., Başcılar, M., & Karataş, K. (2022). Ergenlerde Dijital Oyun Bağımlılığı ile Sosyal Beceriler Arasındaki İlişki. *Bağımlılık Dergisi*, 23(3), 1-1.

Aytaş, G., & Uysal, B. (2017). Oyun Kavramı ve Sınıflandırılmasına Yönelik Bir Değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 675-690.

Gülsoy, S. (2019). Oyun, kültür ve zaman. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (62), 317-337.

Babaoğul, M., Şener, A., & Buğday, E. (2010). Tüketici yazıları (II). *Hacettepe Üniversitesi, Ankara*.

Bakan, U., Bakan, U., & Üstündağ, E. N. (2022). Ghost of Tsushima Oyununun Greimas' ın Eyleyensel Modeline Göre Çözömlenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (74), 315-329.

Barut, B. (2019). *Ergenlerde dijital oyun bağımlılık düzeyi ile algılanan sosyal destek ve duygu düzenleme arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Hasan Kalyoncu Üniversitesi).

Başal, H. A. (2007). Geçmiş yıllarda Türkiye'de çocuklar tarafından oynanan çocuk oyunları. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 243-266.

Başaran, F. (2010). Yeni iletişim teknolojileri, alternatif iletişim olanakları. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 255-270.

Bekir, O. N. U. R. (1992). Tarih boyunca oyunlar ve oyuncaklar. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 25(2), 365-386.

Bekmezci, H., & Özkan, H. (2015). Oyun ve oyuncağın çocuk sağlığına etkisi. *İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hastalıkları Dergisi*, 5(2), 81-87.

Bıçakçı, İ. (2008). Sanayi toplumundan bilgi toplumuna tüketimin evrimi ve Türkiye'deki yansımaları. *Uluslararası insan bilimleri dergisi*, 5(1), 1-25.

Bulgaristan Data Market (Statiska),(online)
<https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/gaming-networks/bulgaria> , Erişim Tarihi: 23.03.2023

Bulunmaz, B. (2016). Gelişen teknolojiyle birlikte değişen pazarlama yöntemleri ve dijital pazarlama. *Trt Akademi*, 1(2), 348-365.

BÜLBÜL, H., Tarkan, T. U. N. Ç., & AYDİL, F. (2018). Üniversite öğrencilerinde oyun bağımlılığı: Kişisel özellikler ve başarı ile ilişkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(3), 97-111.

Büyükbaş, Z. (2011). Bilgisayar kullanıcılarında görülen oküler yüzey değişikliklerinin değerlendirilmesi.

Canlı, S. K., & Demirarslan, D. (2020). Çocuk Oyun Alanlarının Tarihi Gelişimi. *Çocuk ve Gelişim Dergisi*, 3(6), 60-75.

Cansever, A. B., & Poyraz, E. (2021). Dijital Oyunlarda Biyopolitik Söylem ve Anlatı: "The Sims 4" Örneği. *Intermedia International e-Journal*, 8(14), 117-137.

Coşkun, H. (2008). Türkiye'de İkinci Yabancı Dilin Oyun Yoluyla Etkili Öğretimi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 1(2), 73-89.

Creswell, J. W. (2017). *Eğitim araştırmaları: Nicel ve nitel araştırmanın planlanması, yürütülmesi ve değerlendirilmesi*. Edam.

Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.

Çaycı, B., & Karagülle, A. E. (2016). İletişimin dijitalleşmesi ve kültürel melezleşme.

Çaycı, B., & Karagülle, A. E. (2016). İletişimin dijitalleşmesi ve kültürel melezleşme.

Çelik, R. (2022). Metaverse Nedir? Kavramsal Değerlendirme ve Genel Bakış. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 67-74.

Demir, Y. P., Çırak, Y., Dalkılıç, M., Yılmaz, G., İsmail, U. R. A. Ş., & Kömürcü, M. (2012). İlkokul çocuklarında çanta taşıma, bilgisayar kullanma alışkanlığı ve postür. *Ankara Medical Journal*, 12(4), 182-187.

DİGİTAL OYUN BAĞIMLILIĞI ÇALIŞTAYI. (2018). Digital Oyun Bağımlılığı Çalıştayı. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü:

Dijital 2021: Bulgaristan, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-bulgaria>, Erişim Tarihi: 23.03.2023

"Digital Transformation of Bulgaria for the Preiod 2020-2030", Bulgarian National Document Decision No 493 of 21 July 2020, (online), 21.03.2020, <https://www.mtc.government.bg/en/category/283/national-strategic-document-digital-transformation-bulgaria-period-2020-2030-0>

Dumangöz, P. D., & Çavuşoğlu, S. B. Oyun Mu Kültürü Etkiler? Kültür Mü Oyunu Etkiler?. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 35-44.

Ersan, I. (2011). *Gölge Oyunu Estetiğinde Figür ve Türk Gölge Oyunu: Karagöz* (Doctoral dissertation, DEÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü).

Freud, S. (1953). The interpretation of dreams. In J. Strachey (Ed. & Trans.), The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud (Vols. 4-5). London, England: Hogarth. (Original work published 1900)

Gaftandzhieva, S., Doneva, R., & Docheva, M. (2021). Digital Maturity Level of Bulgarian Primary and Secondary Schools. In *ERIS* (pp. 116-129).

Gamze, İ. N. A. N. (2018). Oyun ve Tarihsel Olarak Oyunun Eğitimdeki Yeri. *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi*, 2(1), 66-78.

Göldağ, B. (2018). Lise öğrencilerinin dijital oyun bağımlılık düzeylerinin demografik özelliklerine göre incelenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 1287-1315.

Gömeç, S. (1998). Şamanizm ve eski Türk dini. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(4), 38-52.

Gönenç, E. Ö. (2007). İletişimin tarihsel süreci. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* | *Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (28).

Griffith, TL (1998). Yeni teknolojinin uygulanmasında kültürler arası ve bilişsel konular: grup destek sistemlerine ve Bulgaristan'a odaklanma. *Bilgisayarlarla Etkileşim* , 9 (4), 431-447.

Gul, M., Nur Uzun, R., & Cebi, M. (2018). Türk Kültürlerindeki Geleneksel Oyunlar Ve Sporlara Yüzeysel Bir Bakış.

Güliz, U. L. U. Ç., & Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.

Gülsoy, S. (2019). Oyun, kültür ve zaman. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* , (62), 317-337.

Gümüş, K., Arda, H., Öner, A. Ö., Kaküçük, S., & Mirza, E. (2009). Bilgisayar kullanımının kuru göz parametreleri üzerine olan etkisinin değerlendirilmesi. *Türk Oftalmoloji Dergisi*, 39(4), 244-249.

Güngör, N. (2019). Dijital Çağın İnsanı. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(13), 143-151.

Hall, G. S. (1883). The contents of children's minds. *Princeton Review*, 11, 249-272

Horzum, M. B., Ayas, T., & Balta Çakır, Ö. (2008). Çocuklar için bilgisayar oyun bağımlılığı ölçeği. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30), 76-88.

Huizinga, J. (1995). Homo Ludens. Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme (M.A. Kılıçbay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı

Ilgaz, C., & İnci, A. B. A. Y. (2020). Türkiye’de yeni medya ortamı ve dijital oyun olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 1-9.

Ilgaz, C., & İnci, A. B. A. Y. (2020). Türkiye’de yeni medya ortamı ve dijital oyun olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 1-9.

İnci, M. A., Akpınar, Ü., & Kandır, A. (2017). Dijital kültür ve eğitim. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37(2), 493-522.

İpek, S. U. C. U. (2021). Gerçekliğin Yeni Dünyası ve İletişim Alanı Olarak Sanal Sayısal Oyunlar. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 204-215.

İspir, B., Birsen, H., Binark, F. M., Özata, F. Z., Bayraktutan, G., Öztürk, M. C., & Ayman, M. (2013). Dijital iletişim ve yeni medya. *Eskişehir: Web-Ofset*.

Kadıoğlu, Z. K. (2013). Teknoloji çağında e-tüketim ve genç tüketicilerin değişen tüketim algıları. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 4(13), 109-114.

Karaca, M. (2016). Sosyolojik perspektiften iletişim. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(57).

Karaca, M. (2016). Çocukların Kültürel Gelişiminde Oyun Faktörü Çankırı Yöresinde Oynanan Çocuk Oyunları. *Millî Folklor*, 28 (109).

Karl Groos., "Playful Use of the Sensory Apparatus." Chapter 1 in *The Play of Man*, translated by Elizabeth L. Baldwin. New York: Appleton (1901): 7-71.

Kepenek, E. B. (2020). Yeni ve yükselen bir alan: Dijital oyunlar sosyolojisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 186-213.

Kılıç, KM (2019). Ergenlerde Dijital Oyun Bağımlılığı, Zorbalık Bilişleri ve Empati Düzeyleri Arasındaki İlişkiler. *İlköğretim Çevrimiçi*, 18 (2).

Kul, M. (2018). Türk'ün Strateji ve Zekâ Oyunu" Mangala". *Electronic Turkish Studies*, 13(18).

Küresel Eğlence ve Medya Görünümü Perspektifleri Raporu <https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook/outlook-perspectives.html> (Erişim Tarihi: 19.02.2023)

Newzoo Oyun Pazarı Raporu (2022) <https://newzoo.com/insights/articles/the-latest-games-market-size-estimates-and-forecasts> (Erişim Tarihi: 15.02.2023)

Niemann, H., & Bekir, O. (1991). Oyunağın Gelişim Tarihi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 24(1), 55-61.

Oğuz, Kuş. (2022). Metaverse:'Dijital büyük patlamada'fırsatlar ve endişelere yönelik algılar. *Intermedia International e-dergi*, 8 (15), 245-266.

Olgun, C. K. (2020). Dijital Kültürün Yükselişine Doğru: Riskler ve Fırsatlar. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 185-218.

Ördem, Ö., & Yıldız, F. (2018). Çocukların Oyun Kavramına Yönelik Algıları ve Düşünceleri. *Electronic Turkish Studies*, 13(18).

Özdemir, A. A., & Ramazan, O. (2012). Oyunağa çocuk, anne ve öğretmen bakış açısı. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-16.

Özel Sağlamtimur, Z. (2010). Dijital sanat.

Özhan, S. (2011). Dijital oyunlarda değerlendirme ve sınıflandırma sistemleri ve Türkiye açısından öneriler. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 25(25), 21-33.

Özlem, A. V. C. I. (2015). Dijital yaşamın dijital özne (l) eri: Herkes ya da hiç kimse. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 249-266.

Özyürek, A. (2019). Yakın geçmişte çocukların oynadıkları oyun ve oyuncaklar. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37), 105-119.

Özyürek, A., Şahin, F. T., & Gündüz, Z. B. (2018). Nesilden nesile kültürel aktarımda oyun ve oyuncakların rolü. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27(1), 1-12.

Pehlivan, H. (2005). *Oyun ve Öğrenme*, Anı Yayınları, Ankara.

Piaget J. (1977). *The Essential Piaget*. Gruber HE, Voneche JJ. eds. Basic Books.

Radio Bulgaria, Derleme Haber, 2020 (<https://bnr.bg/tr/post/101373207>)

Radio Bulgaria, Teknoloji Devrimi Röportajı, 2023 (<https://bnr.bg/tr/post/101784928>)

Sariyska, R., Reuter, M., Bey, K., Sha, P., Li, M., Chen, Y. F., ... & Montag, C. (2014). Self-esteem, personality and internet addiction: A cross-cultural comparison study. *Personality and Individual Differences*, 61, 28-33.

Sarpkaya, S. (2021). Dijital oyun/video oyunu folkloru üzerine bir yöntem denemesi. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 4(6), 155-172.

Sayar, K. (2016). Dijital toplum. *TRT Akademi*, 1(2), 762-775.

Sayar, S. (2019). *Dijitalleşme ile yeni oluşan kavramlar: endüstri 4.0, iot ve blockchain uygulamaları* (Master's thesis, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Sepetci, T. (2017). Dijital oyunlar, dijital oyuncular: karşı hegemonya pratikleri ve sosyal etkileşim.

Serbest, K. (2019). Divânü Lugâti't-Türk ve Uygur Türklerinde çocuk oyunları. *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi*, (13), 101-114.

Seven, M. A., & Engin, A. O. (2008). Öğrenmeyi etkileyen faktörler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 189-212.

Spencer, H. (1891). On the Origin of Music, *Mind*, Volume os-XVI, Issue 64, 1 October 1891, Pages 535–537.

Şekeroğlu, S., & Özüdoğru, H. (2018). Pazarlamada Yeni Trend: Oyunlaştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi*, 341-348.

Tailaiti, T. (2018). *Dijital medya ve kültür endüstrisi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Taşdelen, V. (2016). İnsan Açısından Teknoloji. *Hece*, (234).

Tuğrul, B., Ertürk, H. G., Özen Altınkaynak, Ş., & Güneş, G. (2014). Oyunun üç kuşaktaki değişimi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 27(1), 1-16.

Tuncay, B., & Göger, B. (2022). Ergenlerde dijital oyun bağımlılığı ve uyku kalitesi arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Turkish Sleep Medicine*, 9, 79-84.

Türkiye Oyun Sektörü Raporu (2021)<https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/allpdf/tr/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2021> (Erişim Tarihi: 19.02.2023)

Türkmen, M. (1996). *Türklerde geleneksel atlı sporların yapılışı, kaynağı ve bilinmeyen yeni boyutları* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).

Türkmen, M., & Djanuzakov, K. (2019). Orta Asya Türk Halklarında Kadim Bir Atlı Spor: Ukuruk Salmaktuu-Qurik-Emdik Ürediş. *Electronic Turkish Studies*, 14(7).

Türkmen, M., İmamoğlu, O., & Türkmen, L. (2005). Dünden-Bugüne Türkler'de Kız ve Kelin Kovuu Oyunu. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 49-57.

Türktaş, M. Divani Lügatit-Türk'te Yer Alan ve X1. Yüzyılda Türkler Arasında Oynanan Oyunlar. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(5), 61-65.

Vatandaş, S. (2020). Sokaktan ekrana: oyunun mekânsal ve işlevsel değişimi. *Intermedia International E-journal*, 7(12), 19-32.

Vatandaş, S. (2020). Oyun ve Oyuncak: Teknolojik ve Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Oyun Ve Oyunağın Anlamsal Ve İşlevsel Değişimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11 (28), 913-930.

Yamakoğlu, C. (2001). Türkiye'de Çocuk Oyunları. *Erdem*, 13(39), 543-550.

Yılmaz, A., & Uzunçelebi, H. (2015). Modern tüketim kültüründen postmodern tüketim kültürüne geçişin elektronik ticaret üzerinde oluşturduğu etkiler. *Atatürk İletişim Dergisi*, (9), 13-34.

Yiğitoğlu, V. (2018). Oyun değer-dijital oyunlar ve kullanıcılar üzerine bir inceleme: To The Moon örneği.

<http://gosbf.gov.tr/Duyuru/43598/dijital-oyunlar-as-baskanligi-yeni-yonetimi-hk.aspx> (Erişim Tarihi: 14.02.2023)

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanım-Arastirmasi-2021-41132> (Erişim Tarihi: 18.02.2023)

[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) (Erişim Tarihi: 18.02.2023)

<https://sggm.saglik.gov.tr/TR,53949/dijital-oyun-bagimliligi-calistayi.html> (Erişim Tarihi: 19.02.2023)

<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 23.01.2023

<https://www.casper.com.tr/blog/2021-yilinda-steamde-en-cok-satan-ve-oylanan-oyunlar> (Erişim Tarihi: 18.02.2023)

<https://www.haberturk.com/iste-1995-2019-yillari-arasinda-en-cok-satan-oyunlar-haberler-2554102-teknoloji/18> (Erişim Tarihi: 18.02.2023)

<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/2020-yilinin-en-cok-satan-oyunlari-belli-oldu-41697082> (Erişim Tarihi: 18.02.2023)

(<https://aregem.ktb.gov.tr/> Erişim tarihi: 30 Eylöl 2022)

(www.tdk.gov.tr.) Erişim tarihi: 5 Temmuz 2022)

GÖRSEL KAYNAKLARI

- Görsel 1: 122 July, 2018, Paul Greengrass, Norveç, 1s 57 dk..... 63
- Görsel 2: Gazete haberi, Gazete Vatan, 2020, <https://www.gazetevatan.com/gundem/turkiye-bu-olayla-sarsilmisti-olduren-oyun-1355080>..... 64
- Görsel 3: Savaş Oyunları ve Savaş, Trt Haber, 2023, <https://www.trthaber.com/haber/dunya/savasta-yeni-donem-iyi-bir-bilgisayar-oyuncusu-savasci-da-olabilir-mi-749797.html>..... 65
- Görsel 4: Dış Haberler/ Rusya Cinayeti, Milliyet Gazetesi, 2020, <https://www.milliyet.com.tr/gundem/ankara-ve-malatyada-cocuklar-dehset-sacti-gercek-sanal-birbirine-karisiyor-6358244>..... 66
- Görsel 5: Macera-Aksiyon filmleri, İnternet Haberi (Onedio), 12.03.2023, <https://onedio.com/haber/oyunlardan-beyaz-perdeye-uzanan-en-iyi-11-film-1122739>..... 66
- Görsel 6: Çift Hediyesi Oyun Karakterleri, Trendyol(Alışveriş Sitesi), (online), 12.03.2023, <https://www.trendyol.com/daphne/ates-ve-su-cift-kolyesi-2-adet-kolye-p-356047658>..... 67
- Görsel 7: Akıl ve Zekâ oyunları kursu, Esenler Belediyesi(website), 2022, <https://esenler.bel.tr/haberler/duyurular/esgev-yeni-donem-kayitlari-basladi/>..... 67
- Görsel 8: Konya Akıl ve Zekâ Oyunları Turnuvası, 2020, <https://konyaarge.meb.gov.tr/www/konya-akil-ve-zek-oyunlari-yarismasi-2020/icerik/225>..... 68
- Görsel 9: Akıl ve Zekâ Oyunları Topluluğu, Çevrimiçi Oyun Topluluğu, 12.03.2023, <https://azotturkiye.blogspot.com/>..... 68
- Görsel 10: Oyuncak Firması Kategorileri, Pilsan Oyuncak, 12.03.2023, <https://www.pilsan.com.tr/tr/urunler/rol-yapma-ve-taklit-oyunlari>..... 69
- Görsel 11: Online Rol Yapma ve Taklit Oyunları, Wordwall (eğitim platformu), 12.03.2023, <https://wordwall.net/tr-tr/community/rol-taklit>..... 69
- Görsel 12: Oyun Terapisi, Rol Yapma Oyunları, 12.03.2023, <https://www.uzaktanegitim.com/blog/terapotik-oyun-nedir-ne-ise-yarar...> 70
- Görsel 13: Kullanıcı yorumları(Twitter), 12.03.2023 70
- Görsel 14: Simülasyon Oyunları, Mars Metaverse, 12.03.2023, <https://webrazzi.com/2022/10/31/bitci-holding-3-metaverse-projesine-30-milyon-tl-yatirim-yapti/>..... 71
- Görsel 15: Türkiye Simülasyonu, Online Oyun, Google Play, 12.03.2023, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.kalamayka.turkiyesimulasyonu&hl=tr&gl=US>..... 72
- Görsel 16: Dijital Forma Tasarımları, 12.03.2023, <https://www.acilforma.com/dijital-voleybol-formalari>..... 72

Görsel 17: Dijital Spor Oyunları Etkinlikleri (Basketbol Etkinliği), 12.03.2023, https://eddra.com/hizmetler/dijital-etkinlik-aktiviteleri/dijital-basketbol-aktivitesi.html	73
Görsel 18: Oyun ve Motivasyon (Football Manager), 13.02.2023, https://www.trtspor.com.tr/haber/futbol/football-managerdan-ligue-1e-271215.html	73



EKLER

EK- A

ANKET SORU FORMU

*“İSTANBUL- SOFYA ÜZERİNDEN DİJİTAL OYUN BAĞIMLILIĞI
DEĞERLENDİRMESİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ARASINDA BİR
KARŞILAŞTIRMA ÖRNEĞİ “ İLE İLGİLİ ARAŞTIRMANIN SORU ANKET
FORMU*

Bu yüksek lisans anketi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Teknoloji Sosyolojisi, Sosyoloji Bölümü'nde yürütülmektedir. Cevaplarınız dijital oyun oynama davranışının değerlendirilmesi açısından önemlidir. Kimlik bilgilerinizle ilgili herhangi bir soru yoktur. Soruların doğrudan cevabı yoktur. Cevaplarınız araştırma kapsamında değerlendirilecektir, bu nedenle lütfen soruları kendinizi yansıtarak cevaplayınız. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Önemli Not: Araştırma dijital oyun oynayan öğrencilerin eğilimlerini ölçmeye yöneliktir. Oyun oynamıyorsanız lütfen anketi doldurmayınız.

DEMOGRAFİK BİLGİLER

1.Cinsiyetiniz nedir?

Kadın () Erkek ()

2. Yaş aralığınız kaçtır?

18-25 () +25 ()

ERİŞİM BİLGİLERİ

3. Kendinize ait bir akıllı telefonunuz var mı?

Evet () Hayır ()

4. Kişisel bir bilgisayarınız var mı?

Evet () Hayır ()

5. Telefonunuzda indirilmiş herhangi bir oyun uygulaması var mı?

Evet () Hayır ()

6. Bilgisayarınızda kurulmuş bir oyun var mı?

Evet () Hayır ()

7. Online (çevrimiçi) oyun oynar mısınız?

Evet () Hayır ()

8. Hiç oyun satın aldınız mı?

Evet () Hayır ()

TÜR BİLGİLERİ

9. Ne tür oyunlar oynarsınız?

Strateji – Savaş ()

Bilgi Yarışmaları- Zeka Oyunları ()

Rol Yapma- Taklit ()

Spor ()

Diğer (Belirtiniz) :

10. Ne tür oyunlar satın aldınız?

Strateji – Savaş ()

Bilgi Yarışmaları- Zeka Oyunları ()

Rol Yapma- Taklit ()

Spor ()

Diğer (Belirtiniz) :

DAVRANIŞSAL SORULAR

11. Akıllı telefonunuzdan ne sıklıkla oyun oynarsınız?

Hiçbir zaman ()

Nadiren ()

Ara sıra ()

Sık sık ()

Her zaman ()

12. Günün hangi saat dilimlerinde oyun oynarsınız?

08.00-12.00 ()

12.00-16.00 ()

16.00-20.00 ()

20.00-00.00 ()

00.00 ve sonrası ()

13. Oyun oynamak için hiç işinizi, ödevinizi ertelediğiniz olur mu?

Hiçbir zaman ()

Nadiren ()

Ara sıra ()

Sık sık ()

Her zaman ()

14. Oyun oynadığınız günün ertesinde veriminizin düştüğünü düşünür müsünüz?

Evet ()

Kısmen ()

Hayır ()

15. Kendinizi nasıl bir öğrenci olarak tanımlarsınız?

Çok Kötü ()

Kötü ()

Orta ()

İyi ()

Çok İyi ()

16. Oyun oynarken geçici bir kimlik mi (anlık)oluşturursunuz? Hesap mı oluşturursunuz?

Geçici Kimlik ()

Sürekli Hesap ()

17. Bireysel oyunları mı tercih edersiniz, takım oyunları mı?

Bireysel ()

Takım ()

18. Oyun oynarken chat (sohbet) kısmını kullanır mısınız?

Evet () Hayır ()

19. Oyun Konforunu artırıcı herhangi bir materyale sahip misiniz? (Oyun kulaklığı, klavyesi, koltuğu vb.)

Evet () Hayır ()

20. Hala ücret ödediğiniz bir oyun var mı?

Evet () Hayır ()

21. Haftada kaç gün oyun oynarsınız?

1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 ()
7 ()

22. Haftada kaç gün arkadaşlarınızla buluşursunuz?

1 () 2 () 3 () 4 () +4 ()

23. Ne tür ilişkilerde kendinizi iyi hissedersiniz?

Yüz yüze () Sanal ()

24. Sizi oyun oynamaya iten sebep nedir?

Okul Stresi ()

İş Stresi ()

Aile Stresi ()

Gelecek Kaygısı ()

Diğer (Belirtiniz) :

25. Oyun oynarken nasıl hissedersiniz?

Güçlü ()

Başarılı ()

Hırslı ()

Öfkeli ()

Kaygılı ()

Rahatlamış ()

Diğer (Belirtiniz):



EKLER

EK- B



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ: 27.04.2022
TOPLANTI SAYISI: 2022-08

KARAR NO: 2022-08-19: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Yüksek Lisans Programı 211426007 numaralı Demet TOMBUL' un "İstanbul Sofya Üzerinden Dijital Oyun Bağımlılığı Değerlendirmesi: Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Karşılaştırma Örneği" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, İGÜ Etik Kurulumuzun 16.03.2022 tarih ve 2022-06 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Ad- Soyad: DEMET TOMBUL

Uyruğu: T.C.

Eğitim

Mezuniyet Tarihi

Derece

Eğitim Birimi

Yüksek Lisans	İstanbul Gelişim Üniversitesi- Sosyoloji	2023
Lisans	İstanbul Üniversitesi – Sosyoloji	2021
Lisans	Marmara Üniversitesi- Gazetecilik	2018
Lise	Özel Beykent Anadolu Lisesi	2013

Sertifikalar

Sertifika Adı

Alınan Kurum

Alınan Yıl

Pedagojik Formasyon	Marmara Üniversitesi	2018
Aile Danışmanlığı	Yıldız Teknik Üniversitesi	2022