



KAVRAMSAL MAKALE

Dijital Oyun Fenomeninin Sosyolojisi*

Prof. Dr. Hacer TOR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Ankara, e-posta: hacertor59@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7187-5814>

Tugay Yasin IRMAK, Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, e-posta: tugayirmak@outlook.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3218-3780>

Öz

Bu çalışmanın amacı, dijital oyun fenomeninin sosyolojik olarak araştırılmasıdır. Çalışma kapsamında oyun kavramı ile birlikte dijital oyunun gelişimi, etkileri ve türlerinden bahsedilmiştir. Dijital oyun, geleneksel oyundan sıyrılıp ekranlar üzerinden yeniden üretilerek bir simülakr örneği teşkil etmiştir. Bu sayede kendine has bir hikayesi, oyuncusu ve kurallar bütününe sahip olan dijital oyun, postmodern bir kimlik sergilemiştir. Aynı zamanda dijital oyun, tüketim sarmalı içerisinde bireylerin kendilerini ifade ettiği araçlara dönüşmüştür. Sektörel bir yapı ile birlikte küresel endüstriye dönüşen dijital oyun, tüketim toplumu içerisinde karşılık bulmuştur. Bununla beraber gündelik hayatta talep edilen dijital oyun, platform ve türler ile birlikte bir tüketim kültürü yaratmıştır. Dijital oyunun nerede ve nasıl talep edildiği, içeriğinin ne olduğu ve hangi etkilere sahip olduğu sembollerle değer kazanmıştır. Çalışma sonucunda dijital oyun olgusunun gelişen teknoloji ile birlikte toplumsal bir etki yarattığı belirlenmiştir.

* Bu çalışma Prof. Dr. Hacer TOR'un danışmanlığında Tugay Yasin IRMAK tarafından hazırlanan "Dijital Oyunların Kullanımının Sosyolojik Analizi: Donanımhaber Playstation 5 Forum Sitesi Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyun, Simülasyon, Simülakr, Postmodernizm

Makale Gönderme Tarihi: 06.10.2022

Makale Kabul Tarihi: 21.12.2022

Önerilen Atf:

Tor, H. ve Irmak, T. Y. (2022). Dijital Oyun Fenomeninin Sosyolojisi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(12): 1798-1817.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(12): 1798-1817. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1160](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1160)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Sociology of the Digital Gaming Phenomenon

Prof. Dr. Hacer TOR, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Literature, Ankara, e-mail: hacertor59@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7187-5814>

Tugay Yasin IRMAK, MSc. Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, mail, e-posta: tugayirmak@outlook.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3218-3780>

Abstract

The aim of this study is to investigate the digital game phenomenon sociologically. Within the scope of the study, the development, effects and types of digital game together with the concept of game are mentioned. The digital game has set an example of simulacrum by getting rid of the traditional game and reproducing it on the screens. In this way, the digital game, which has a unique story, player and set of rules, has displayed a postmodern identity. At the same time, digital games have turned into tools in which individuals express themselves in the spiral of consumption. The digital game, which has turned into a global industry with a sectoral structure, has found a response in the consumption society. In addition, digital games, platforms and genres demanded in daily life have created a culture of consumption. Where and how the digital game is demanded, what its content is and what effects it has gained value with symbols. According to the literature review, it has been determined that the digital game phenomenon has a social impact with the developing technology.

Keywords: Digital Game, Simulation, Simulacrum, Postmodernism.

Received: 06.10.2022

Accepted: 21.12.2022

Suggested Citation:

Tor, H. and Irmak, T. Y. (2022). Sociology of the Digital Gaming Phenomenon *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(12): 1798-1817.

GİRİŞ

İnsanlar karmaşık canlılardır. Bu sebeple insanlar, doğaları gereği toplumsal roller üstlenirler, o toplumun norm ve yasalarını öğrenirler ve bununla birlikte kendi bireysel dünyalarını da inşa ederek yaşarlar. Oyun, insanlar için hem toplumsal hem de bireysel bir araç niteliğindedir. Oyunların bir eğlence aracı ya da serbest zaman aktivitesi olduğu fikri genel olarak kabul edilse de oyunların yalnızca bu şartlarda değerlendirilmemesi gerektiği yapılan araştırmalarca ortaya konulmuştur. Her oyunun kendi içinde bir kurallar bütünü, tarzı, özelliği ve etkilendiği kültürel bir yapı vardır. Oyunun görülenin ötesinde bir eğlence aracı olması, onun bireyselliğe ve toplumsallığa katkı yapması ile açıklanabilir.

Bireylerin etkileşiminin internet ile birlikte zamanın ve mekânın ötesine geçmeyi başarması, en büyük devrimlerden birisi olarak kabul edilir. Bu sayede ortaya çıkan dijital devrim, pek çok sektörü değiştirdiği gibi oyun sektörünü de değiştirmiştir. Kitle iletişim araçları ile birlikte oyunun dijitalleşmesini tetikleyen bu süreç, birey ve teknolojiyi bütünleştiren bir durumun oluşmasına zemin hazırlamıştır. Oluşan dijitalleşme, hiç kuşkusuz sosyolojinin son dönemlerde en çok ilgisini çeken araştırma konularından olmuştur. Dijitalleşme akımı ile birlikte ortaya çıkan yeni ilişkiler ağı, video oyunlarının hayatımıza girmesi ile birlikte şekillenen hayatlar, oyunların inşa ettiği izole dünyaların geleneksel ilişkileri etkilemesi gibi alanlar son dönemde etkisini artırarak devam etmiştir.

Geleneksel sokak oyunlarının büyük şirketlerin milyon dolarlar harcadığı küresel bir oyun sektörüne dönüşmesi, dijitalleşme ile birlikte yer alan bir serüvendir. Bireylerin dijital oyunlarla kendilerini ifade etmesi, dijital oyun ve platformlarının diğer bireylerle olan etkileşimi ve bu oyunların yeni toplumsallıkları şekillendirmesi araştırmanın ana temasını oluşturmaktadır. Dijital oyunların zamanın ve mekânın ötesinde göstergeler inşasına dönüştüğü, hazlar ile beslendiği düzen, postmodern yapı ve tüketim kültürü ile birlikte kavramsallaştırılmıştır. Bu bağlamda öncelikle oyun kavramına değinilmiştir. Dijital oyun olgusuna yakından bakılarak dijitalleşme ve dijital toplum kavramı, dijital oyunun postmodernizm ve tüketim ile olan ilişkisi ele alınmıştır.

Oyunun Kavramı ve Oyunun Gelişim Süreci

Oyun, insanın toplumu anlamasında en etkili araçlardan biridir. Bireyin yaşadığı toplumu anlaması, toplumun normlarını, işleyişini, düzenini ve mantığını kavramasında yardımcı bir rol oynamaktadır. Oyun, toplumsallaşmadan bağımsız düşünülemez. Bireylerin kendi aralarında oynamış oldukları oyunda o topluma ait izler bulunmaktadır. Bireylerin bir eşya ile kurdukları oyunda da belirli kurallar ve anlamlar bütünü gözlemlenmektedir. Bu işleyiş sayesinde birey, kendisini oyuna adapte eder. Dolayısıyla oyun, toplumsallaşma ve kişilerin gelişimi için belirli notlar barındırmaktadır.

Oyunla ilgili çeşitli tanımlamalar yapılmış olup bugüne kadar oyunu en nitelikli şekilde ele alan kişi Huizinga'dır. Huizinga (2018), oyunların sadece çocukları ilgilendiren bir konu olmadığını, aynı zamanda oyunların erişkinlik döneminde de bireyler için önemli olduğunu vurgular. İnsanlar kadar hayvanlar da oyun oynar, fakat insanlar oyun oynadıklarının bilincindedir. Bu sebepten ötürü oyunun insanlar için var olmaktan öte evrende yadsınamaz bir konumda olduğunun altını çizer. Bir diğer önemli isim olan Caillois de oyun kuramı üzerinde çalışmıştır. Ona göre oyun, kabul edilmiş kurallara göre ve belli bir zaman dilimi içerisinde oynanan, eğlence ve gerilimi barındıran, gerçekten bağımsız olduğu bilinciyle gerçekleştirilen isteğe bağlı aktivitelerdir (Caillois, 2001).

Oyunu sadece bir eğlence aracı ya da boş zaman faaliyeti olarak değerlendirmek ise doğru bir argüman olmayacaktır. Çocukların zamanlarının büyük bir kısmını oyun oynayarak geçirmesi, onların hem kişisel gelişimleri hem de toplumla olan uyumları için önem arz etmektedir. Yetişkinlerin oyunlarında ise tıpkı çocuklarda olduğu gibi belli kurallar gözlemlenirken buna ek olarak farklı stratejiler, anlam derinlikleri ve çeşitli teknikler eşlik edebilir. Görünürde eğlenceli bir faaliyet olması, oyunların kişisel ve toplumsal mesajlarının olmadığı anlamına gelmemektedir.

Oyunun insanlık tarihi kadar eski olduğunu vurgulayan Poyraz (1999), günümüz modern uygarlıklarının oyunu ve oyun etkinliklerini anlama ve çözümlene çabasında olduğunu vurgular. Oyun, sosyolojinin olduğu kadar antropoloji ve psikoloji gibi diğer sosyal bilimler ve dil bilimlerinin de önemli araştırma konularından birisi olmuştur. (Emiroğlu ve Aydın, 2003).

Orta Çağ'daki çocukların oynadığı oyunlar yetişkinliklerin oyunları ile benzer nitelikler taşımaktadır. Henüz çocukluk diye bir kavramın olmaması, çocukların alkol, kumar gibi kötü alışkanlıklara sürüklenmesine, yetişkinlerin kullandığı esprileri kullanmasına ve kalıpları benimsemesine sebep olmuştur. Orta Çağ Türk toplumlarında avcılık, at biniciliği, güreş, cirit, top kapma, satranç, koşu, dağa çıkma ve inme gibi oyun ve aktiviteler yer almıştır. Bu oyunlardan bazıları günümüze kadar ulaşmıştır. Oynanan oyunlarda çocukların fiziksel kondisyonunu ve zekâsını geliştiren unsurlar vardır ve bu oyunlar çocukları iyi bir asker olmak için hazırlamaktadır (Turan ve Kırpık, 2016).

Yeni ve yakın çağa gelindiğinde, oyun oynanması için oyuncak evler inşa edildiği görülmüştür. Avrupa'da da gözlemlenen bu evler, minyatür ya da bebek evleri olarak da adlandırılmıştır. Bu evlerin misyonu sadece oyun oynamak için değil, aynı zamanda özellikle kız çocuklarının ev işlerini öğrenmesi için de bir fırsat olarak görülmüştür.

Sanayi devrimi ile birlikte oyun ve oyuncaklarla ilgili büyük bir devrim yaşanmış olup buharlı, elektrikli hatta pilli oyuncakların üretimine başlanmıştır.

19. yüzyılda çocuklar için önemli gelişmeler yaşanmıştır. Çocuğun yetişkinlerden farklı ihtiyaçlarının olduğu ve küçük bir kopya yetişkin olmadığı anlaşılmıştır. Kendine ait alanı olmayan çocuklar hep sokaklarda, evinin bahçesinde, dere kenarında, yollarda oyun oynamıştır. Araç trafiğinin kazalara sebep olması yüzünden pek çok çocuk zarar görmüştür. Çocukları sokakta oynamanın tehlikelerinden korumayı umarak bir takım aktivist, Kuzey Amerika'da 1880-1890 yıllarında ilk çocuk oyun alanlarını kurmuşlardır (Canlı ve Demirarslan, 2020: 66).

Hızlı gelişen teknoloji, akabinde şehirleşme ile beraber oyun oynanan mekânların azalması, oyun sektörünün bilgisayarlar ile birlikte farklı bir alana kayması çocukların dijital oyunlara sarılmasına zemin hazırlamıştır. Sokaklarda oynanan körebe, saklambaç, ip atlama gibi geleneksel oyunların yerini çocukların enerjilerini fiziksel olarak yansıtmak durumunda olmadıkları dijital oyunlar almıştır. Bu durum, çocuklar için yeni bir sosyalleşmenin kapılarını aralamıştır (Mustafaoğlu, Zirek, Yasacı ve Razak-Özdinçler, 2018).

Teknoloji ile beraber şehirleşme faktörü, risk toplumunun bir sonucu olarak artan suç oranları ve sokağın eskisi kadar güvenli olmaması geleneksel oyunları değiştirmiştir. Bu durum, çocukların daha çok evde vakit geçirdiği bir oyun düzeninin etkili olmasına kapı aralamıştır. Oyun sektörü de bu değişimle beraber dijital oyun sektörünün doğuşuna tanıklık etmiştir.

Bu değişim ve dönüşüm, klasik oyunların önemini kaybetmeye başlamasına zemin hazırlarken dijital oyunların da bireylerin hayatında etkili olmasını sağlamıştır. Klasik ya da geleneksel oyunlarda oyunun oynandığı alan fiziksel olarak betimlenir. Bu mekânın kapasitesine göre belirli oyuncular alındığı için oyuncu sayısı sınırlandırılmış olur. Dijital oyunlarda ise oyun oynanan mekân, fizikselliğin ötesinde bir nitelik taşır (Akbulut, 2009).

Oyunun Özellikleri ve Etkileri

Farklı zamanlarda araştırmacılar oyunlarla ilgili farklı görüşler dile getirmiş olsalar da her oyunun belirli bir kural bütünü ve sistematığı vardır. Dama, satranç ve tavla gibi komplike ve sistematik kurallardan oluşan oyunlardan ip atlama, saklambaç ve körebe gibi daha yüzeysel kurallara sahip oyunlar, her oyunun kendi içinde sistemli bir organizasyon olduğu fikrini verir. Bununla beraber oyunlar hem bir eğlence aracı hem de öğretici fikirler içeren etkinlikler olabilir.

Huizinga (2018)'ya göre kuralsız bir oyun düşünülemez. Oyunların bir sınırının belirlenmesinde, nasıl oynanması gerektiğine dair etkili bir kural niteliği taşır. Bu kurallar oyun dünyasında güce ulaşmak için neyin nasıl olması gerektiğini anlatan, tartışmasız hüküm vericidirler.

Oyunlar, içeriğinde birlik olma, uyum içinde hareket etme ya da çatışmaya mahal verebilecek unsurlar barındırır. Oyunun her ne kadar başlangıç motivasyonu eğlence olsa da kazanma arzusu bireylerin ulaşmaya çalıştığı bir motivasyondur. Başarıya giden yol değerlendirildiğinde oyun, içinde gerilim duygusu da dahil zorlu yolları da tetiklemiş olur ve bu sayede bireylerin etkileşimi devreye girmeye başlar. Bu bağlamda oyun, kazanmak uğruna mücadele etme, bir uğraş verme etkinliğidir. (Suits, 2012).

Tarih boyunca insanlar, oyunlar oynayarak temsil ettikleri toplumsal değerler ve kültürel öğeler ile ilgili olarak bizlere geniş bilgi vermişlerdir. Tarihi kaynaklardan ve arkeolojik kazılardan günümüze ulaşan veriler bu bilgileri doğrulamakla birlikte oyunun insanın toplumla olan ilişkisini de belgelemektedir. Toplumların sınıf yapısı ve normlarına kadar geniş ölçekte bir kültürel hazine, oyunlar üzerinden erişilebilmektedir.

Goffman (2018), oyun oynamanın eğlenceli olduğunu vurgularken oyunların gündelik hayat pratiklerinde önemli yer edindiğini ve bireyi psikolojik olarak da rahatlattığını ileri sürmektedir. Modern zaman diliminde boş zaman etkinliklerinin önemli bir bölümünü oluşturan oyunlar, her yaştan insan için bir tercih olabilir. Gündelik hayatın ağır sorumluluklarına bir ara vererek oynanan bir oyun, hayatın siyah ve beyazının arasından parlayan renkli ışıklar gibidir. İnsanı rahatlatan, psikolojik olarak iyi hissettiren oyunlar, motivasyon duygusunu artırdığı gibi diğer insanlarla olan etkileşimi de kuvvetlendirir.

Çocuklar, oyun sayesinde hayata hazırlanır. Onların stres ve kaygı gibi hayatta karşılaşacağı zorluklara karşı göğüs germesini kolaylaştırmaktadır, takım çalışmasını öğrenerek takıma adapte olmasını sağlamaktadır, diğer bireylerle etkileşimlerini kolaylaştırmakla birlikte güçlü bir sosyal kimlik inşasına da yardım etmektedir. Bateson ve Martin (2014), oyunun aynı zamanda bir çeşit keşif süreci olduğunu vurgulamaktadır. Bu sayede oyun oynayan kimseler daha hırslı, liderlik özellikleri gelişmiş ve yeteneklerinin daha kolay farkına varan insanlar olurlar. Ayrıca oyunlar, çocukların zihinsel gelişimlerini güçlendirerek onları topluma hazır bireyler haline getirmektedir.

Yetişkinler için oyun oynamak ise onları sadece gündelik hayatın akışına daha hazır hale getirmez, onların gerek iş hayatında gerek sosyal hayatlarında motivasyonlarını da artırır. Arkadaşlarıyla uyum içinde çalışan, iletişimi ve algıları güçlü, etik ve sosyal ilkeleri bilen ve fark yaratan insanlar olarak ön plana çıkarlar. Oyunun bu çok yönlü etkisi, sihirli dünyasına bağlıdır. O sihirli dünyada yoğrulan duygular, bireyleri çok daha etkin insanlara dönüştürür.

Oyunun sihirli dünyası, bilgisayar ile birlikte bir dönüşümün de parçası olmuştur. Gerçek hayattan esinlenen oyunların dijital bir formata aktarılması ya da bilgisayar teknolojilerinin kullanılarak tamamen kurgusal bir oyunun tasarlanması mümkün olmuştur. Dijital oyun kavramı, bu sayede geleneksel oyunlardan ayrılarak yeni bir tür olarak ortaya çıkmış ve zamanla gelişim göstermiştir.

Dijital Oyunun Gelişim Süreci

Şehirlerdeki fabrikalarda dumanların tıttığı ilk zamandan itibaren başlayan göç akımı ile birlikte aileler küçülmüş, dışarıda oynanan oyunlar git gide azalmaya başlamış, eğlence ve boş zaman pratikleri şehir hayatına göre şekillenmiştir. Çocukların ellerine top alıp kendilerini sokakta bulmaları hala bir tercih olarak onların elinde bulunurken, bilgisayarlar ile birlikte dijital oyun sektörünün ortaya çıkması, yüksek bir cazibe ve merak duygusunu da beraberinde getirmiştir. Yetişkinlerin ise şehir hayatına adapte olmasından ötürü boş zamanları dolduran bir alan olarak dijital oyunlar, son yıllarda etkisini daha da artırmıştır. Günlük hayatın bir parçası haline gelen dijital oyunlar, serbest zaman aktivitesi ya da eğlence aracı olmanın ötesinde küresel bir sektör haline gelerek yaşam biçimine dönüşmüştür. Bireyler, oyunlar ile kendilerini ifade etmekte, sosyal medya ve forum siteleri gibi dijital mecralarda yeni toplumsallıklar oluşturmaktadırlar.

Dijital oyun, ekran sayesinde elektronik ortamda belirli bir hikâye ya da tema üzerindeki oyun deneyimleri olarak açıklanabilir (Bergonse, 2017). Dijital oyunlar, video oyunları olarak da kabul görmesine karşın Türkçe’de videonun karşılığı olan terim, kafa karışıklığına yol açabilmektedir. Görüntülerin video kesitlerine dönüşerek bir araya gelmesi ile açıklanan video oyunları, gündelik hayatta kullanılmasına karşın oyunun bağlamdan koparılma riskini taşımaktadır. Bir diğer yanlış kullanılan terim ise bilgisayar oyunlarıdır. Bilgisayar, tek bir oyun platformunu temsil ettiğinden dijital oyunları genellemek için kullanılması doğru değildir.

Batı’ya (2011) göre dijital oyunlara olan talep, gündelik yaşam faaliyetleri çerçevesinde artmaktadır. Bu dünyada bireyler birden fazla duyguyu aynı anda yaşamaktadır ve hiç olmadıkları bir evrendeymiş gibi hissetmektedirler. Bununla beraber etkileşim içinde oldukları ve etkileşim gerektiren dijital oyunların büyük bir bölümü o bireylerin varlığını ve pozisyonlarını güçlendirirken tattıkları hisler sadece o bireyleri değil, temas halinde oldukları sosyal grubu da etkilemektedir.

Klasik ya da geleneksel oyunlarda bir grup insan bir araya gelirken dijital oyunlarda internet sayesinde server adı verilen sunucularda üst sınır belirlenmek suretiyle çok fazla oyuncu bir araya gelmektedir. Mekân, klasik oyunlarda sokak, ev, okul gibi fiziksel olurken dijital oyunlarda sanal mekanlar vardır ve oyuncular bulunduğu konumu değiştirmeden cep telefonu, bilgisayar, konsol, tablet gibi araçlarla bu sanal mekanlara kolaylıkla erişebilmektedir. Klasik oyunlarda önceden belirlenmiş bir formatta sınırlı bir aktivite olanağı vardır, bu da yaratıcılığı ve yeniliğini dijital oyunlara göre geri planda bırakır. Çünkü dijital oyunlar, oyun türü ve seçeneklerine bağlı olarak gelişime ve yeniliğe açıktır, oyuncuları yeni süreçlere adapte edebilecek seviyelerle ve özelliklerle doludur.

Dijital oyunların ilk ortaya çıkışında bir spor oyunu etkili olmuştur. 1958 yılında ABD’de (Amerika Birleşik Devletleri) bir laboratuvar çalışanı olan William Higinbotham, Tennis For Two adında tenis oyununun ilkel bir port ile oynanabilmesini sağlamıştır. Bu oyun, literatürdeki ilk dijital oyun olarak bilinmektedir (Donovan, 2010).

İlk oyun olan Tennis For Two ve ardından gelen Spacewar adlı oyun, dijital oyun sektörü için büyük devrimlerin habercisi olarak bilinir.

Dijital oyunların tarihsel süreç içerisindeki dönüm noktası *Spacewar* oyunudur. Steve Russel, PDP-1 bilgisayarlar için *Spacewar* adında oyunu tasarladığında MIT öğrencisiydi. Dijital oyun tarihinin en eski oyunlarından kabul edilen bu oyun, bir adet yıldızın çekim gücüyle iki geminin birbirini vurmaya çalışmasını içermektedir. *Spacewar*, zamanla diğer öğrencilerin yapmış olduğu katkılarla da dijital oyun sektörünün gelişiminde rol oynamıştır (Sezen ve Sezen, 2011: 258-259).

Ardından devam eden süreçte 1972 yılında *Atari* firması kurulmuş, 1975 yılında ise *Computer Space* ve *Pong* isimleriyle ilk ev tipi oyun makineleri üretilmiştir. Konsolların hakimiyetinin sözü konusu olduğu bu süreç, sektörün de 200 milyon dolardan fazla hasılat yapmasını sağlamıştır. Ardından 1980'lerde meşhur *Pacman* oyunu piyasaya sürülmüş, Amerika'da oyun sektörü tırmanışa geçmiştir (Rutter ve Bryce, 2006). Bu hızlı yükselişle beraber oyun dünyasında 1970'lerin önemi büyüktür.

Nintendo, *NES* (Nintendo Entertainment System) adıyla bilinen Nintendo Eğlence Sistemini üreterek Amerika'da 1985'te dönemin en popüler konsol olmuştur. Bir Japon firması olan Nintendo, diğer bir Japon firması olan *SEGA* ile muazzam bir rekabet dönemi yaşamıştır. Aynı zamanda ABD'de oyun pazarını artırarak ihracatta önemli noktalara gelmişlerdir. Ardından 1990'lara gelindiğinde ise Avrupa, oyun pazarında etkili olmaya başlamıştır. *CD-ROM* (Compact Disc Read-Only Memory) teknolojisi, konsol rekabeti yeni bir boyuta taşınmıştır.

2000'li yıllara gelindiğinde dönemin en büyük pazar dinamiklerini elinde bulunduran *SEGA*'nın konsol üretimini durdurmasıyla *Sony*, *Nintendo* ve *Microsoft* üç büyük konsol üreticisi haline gelmiştir. *CD-ROM*'dan *DVD-ROM*'a (*Digital Versatile Disc Read-Only Memory*) geçiş yapılan bu zaman diliminde, teknolojik gelişmeler ışığında üretim seçenekleri ve yerleşmenin artmasına katkıda bulunmuştur. Bu sayede küçük ölçekli firmalar da pazarda yerini almış, bu firmalar yaratıcılıklarını ve ilhamlarını sergileyebilecekleri oyunlar üretmeye başlamışlardır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016).

Dijital Oyunların Etkileri

Ekran üzerinde geçirilen zamanın artması, çocuk ya da yetişkin bireyler üzerinde başta aileleriyle olmak üzere çevresiyle olan sosyal ilişkilerde bozulmalara sebep olmaktadır. İş ya da okul hayatlarındaki radikal değişimler de bireyleri daha fazla oyun oynamaya yönltebilmektedir. Aldıkları haz arttıkça daha fazla zaman ayrılan oyun, bireylerin hayatlarında başarısızlıklara sebep olabilmektedir. Buna ek olarak obezite, depresyon, kaygı bozukluğu ve duygu durum değişiklikleri gibi sağlık sorunları, çevre ile iletişimin zedelenmesi, ailesel sorunlar gibi psiko-sosyal yansımalar da gözlemlenebilmektedir.

Dijital oyun bağımlılığı, günümüzde oyunların en olumsuz yansıması olarak kabul edilmektedir. Bireylerin oynadıkları oyuna karşı koyamaması ile başlayan süreç, oyundan başka bir şey düşünememe ve ondan kopamamayı getirmektedir (Horzum, 2011). Dijital oyun bağımlılığı, Dünya Sağlık Örgütü tarafından da tartışmalı bir hale gelerek bağımlılık statüsünde değerlendirilmeye başlanmıştır.

Lemmens, Valkenburg ve Peter (2009 akt. Göldağ, 2019: 124), oyun bağımlılıklarını 7 ayrı başlık altında toplamıştır:

- i. Dikkat çekme: Oyun, bireyler için en önemli aktivite haline gelir, oyuncunun duygu dünyasını ve davranışlarını bastırır.
- ii. Tolerans: Bireylerin oyun başında daha fazla zaman geçirmesi anlamına gelmektedir.
- iii. Duygu durum değişikliği: Bireylerin oyun oynadığı esnada yaşanan değişimlerdir. Rahatlama duygusu, sakinleşme gibi değişimler gözlenebilmektedir.
- iv. Geri çekilme: Oyun oynama azaltıldığında ya da aniden kesildiğinde yaşanan istemsiz duygusal ve fizyolojik yansımalar. Sinir hali, depresyon ya da titreme gibi semptomlar rastlanabilmektedir.
- v. Nüksetme: Oyun oynamadaki ilk hallerine geri dönüşü ifade eder. Bireyler, yaşadıkları belirtilere tekrar dönerler.

- vi.Çatışma: Aşırıya kaçan oyun oynama deneyimlerinde bireyler çevresindekilere karşı çatışmacı bir üslupta olurlar
- vii.Problemler: Oyuna ayrılan süre arttıkça, bireyler oyunları okul, iş ve sosyal hayat gibi yükümlülüklerin üzerine koymaya başlamaktadır. Bireylerin kendi içinde yaşadığı bir çatışma, kontrolünü kaybetmeye referans vermektedir.

Dijital oyunların olumsuz etkileri olduğu kadar olumlu etkilerinden de söz edilebilmektedir. Oyun üzerinde geçirilen zamandan bağımsız olarak oyunların bireylerin motivasyonunu, odaklanmasını ve plan yapma becerisini artırdığı bilinmektedir. Bununla birlikte oyunların daha iyi okuma, göz koordinasyonu, paylaşma ve yardımlaşma gibi unsurları artıran niteliklerden de bahsedilebilmektedir.

Dijital oyunların bireylerin hızlı düşünebilme, karar verme ve odaklanma becerilerini geliştirdiği pek çok kaynakta gözlenebilmektedir. Ayrıca aksiyon oyunu oynayan bireylerin, diğer bireylere oranla %25 daha hızlı karar verdikleri görülmüştür. Aynı zamanda olaylara karşı daha stratejik bakabilme, yaratıcı fikirler geliştirme ve sorgulama gibi kabiliyetler de oyunlarla birlikte açığa çıkmaktadır. Oyunun verdiği komutlar ile birlikte hikâyenin akışı ve verilen kararlar sayesinde hesaplamayı kolaylaştırdığı, matematik becerilerini geliştirdiği de belirtilmektedir. Bu bağlamda daha hızlı çalışan ve yüksek kapasiteli bir hafızanın gelişimi söz konusu olmaktadır (Essays, 2018).

Dijital Oyun Türleri

Dijital oyunların çeşitlenip türlere göre ayrılmasından önce oyunların yapılan ilk çalışmalarda anlatıbilimi terimi içerisinde yer aldığı görülmüştür. Çeşitli anlamlara gelen işaretlerin semiyotik bir temsil oluşturması anlamına gelen terim, oyunlarda olduğu gibi roman ve filmlerde kullanılmıştır. 1980'li yıllarda ortaya çıkan bu terim, günlük hayatta dijital oyunların daha fazla yaygınlaşmasıyla farklı görüşlerin ortaya çıkmasına aracı olmuştur.

RYO (Rol Yapma Oyunları)

Bilgin (2015), rol yapma oyunlarını masa başında toplanan insanların hazırladıkları, öyküsü belirlenmiş, karakterlerin ve yeteneklerinin sınırlarının belirlendiği, konuşarak maceranın gidişatına yön verdiğimiz bir tür olarak tanımlamaktadır. Bu macerada hikâyenin akışına göre karar veren, kendine has yetenekleri ve motivasyonu olan, yönetilen bir ana karakter vardır. Aynı zamanda hikâyede çıkan yan karakterler, etkileşimde bulunan nesnelere ve diğer canlılar, oyunun evrenini zenginleştirmektedir. Verdiğimiz kararların hikâyede nasıl yansımalarının olacağı ya da hikâyenin genel akışında karakterlerin başına gelecek olaylar ve duygu geçişleri bir merak konusudur. Rolü oynamak, hikâyenin bir parçası olmak ve onu yönlendirmek anlamına da gelmektedir. Rol yapma oyununu çekici ve farklı yapan ana tema da budur.

Rol yapma oyunlarının çok yönlü dünyası, değişen karakter ve deneyim örüntülerine en yakın yaklaşım için Wittgenstein örnek gösterilebilir. Yirminci yüzyılın en önemli filozoflarından biri olarak günlük dil, zihin ve öznel deneyimlere yoğunlaşan Wittgenstein, insan deneyimlerinin öznelliğine vurgu yapmıştır:

Dil dediğimiz her şeye ortak olan bir şey üretmek yerine bu görüngülerin, hepsi için aynı sözcüğü kullanmamızı sağlayan tek bir ortak şeyin olmadığını, -ama onların birbirleriyle çok farklı şekillerde bağıntılı olduklarını söylüyorum. Ve bu bağıntı veya bağıntılar nedeniyle onların

hepsine 'dil' deriz. Bunu açıklamaya çalışacağım. Sözelimi, 'oyunlar' dediğimiz işlemleri ele alın. Tahta-oyunlarını, kart-oyunlarını, top-oyunlarını, olimpiyat oyunlarını vbg. kastediyorum. Bunların hepsinde ortak olan nedir? –Şunu demeyin: 'Ortak bir şeyin olması gerekir yoksa onlara 'oyunlar' denmez.' –Ancak onlarda ortak bir şeyin olup olmadığına bakın ve görün. –Zira eğer onlara bakarsanız hepsinde ortak olan bir şeyi görmeyeceksiniz ama benzerlikleri, bağıntıları ve onların bütün bir dizisini göreceksiniz. Yinelerek: Düşünme ama bak! (Wittgenstein, 1998: 51 akt. Anlı, 2013: 155).

Bu şekilde dilin anlaşılması için kullanılan anlam pratikleri kendi içinde deneyimlenmelidir. Dili anlatmak ya da betimlemek tek başına anlamak için yetersizdir. Rol yapma oyunlarını da tek bir deneyimle özetlemek, aktarmak mümkün değildir. Her bir oyuncunun farklı seçimleri, etkileşimleri ve geliştirdiği yetenekleri sayesinde özgün bir oyun deneyimi ortaya çıkmaktadır. Orta Çağ zaman diliminde ya da kurgusal olarak benzer bir evrende geçen bir savaşçıyı her oyuncu farklı deneyimlerle aktarabilmektedir. Kimi oyuncular, savaşçıları kılıç ve kalkan ile, kimileri de ok ile kullanmayı tercih etmektedir. Kimi savaşçı karakterler, etkileşime geçtiği diğer canlıları öldürürken kimileri verilen görevler haricinde kimseye zarar vermemektedir bu sayede farklı etik kodlara sahip savaşçılar ortaya çıkmaktadır. Bazı savaşçılar doğrudan savaşmayı tercih ederken bazıları ise gizlilikle düşmanlarına saldırmaktadır. Savaşçıyı kontrol eden oyuncular, o karaktere diledikleri yönü vermekte ve farklı deneyimlerle oyun deneyimini geliştirebilmektedir. Bu sebeple tek bir savaşçı profilinden söz edilemez.

Spor Oyunları

Tarihten bugüne geleneksel ve rekabetçi sporların video oyun formatına dönüştürülmesiyle spor oyunlarının doğuşu kaçınılmaz olmuştur. Sporun türüne göre farklılık göstermekle birlikte kimi oyunlar daha büyük bir sahada, kimi oyunlar ise sporcuların yakından görüldüğü daha küçük sahalarda oynanmaktadır. Takım sporlarında takımın herhangi bir oyuncusunu kontrol edebilme, oyuncular arasında geçiş yapabilme gibi özellikler bulunabilirken bireysel sporlarda genellikle tek bir oyuncu kontrol edilebilmektedir.

Spor oyunları, oyun sektörünün başlangıcından beri önemli bir yere sahip olup 1958 yılında, bilgisayar teknolojisinin gelişmesinden önce, William Higinbotham tarafından bir osiloskop kullanılarak üretilen "Tennis For Two"nun ilk spor oyunu kabul edildiği görülmektedir (Yalıspor, 2020). 1960'lardan sonra Arcade makineleri, spor oyunlarında pedal ve direksiyon gibi gereçlerin kullanılarak interaktif bir oyun deneyimi sayfasını açmıştır.

FPS (Birinci Şahıs Nişancı Oyunları)

İngilizcede FPS (First Person Shooter) olarak bilinen tür, dilimize birinci şahıs nişancı oyunları olarak çevrilmiştir. Oyun sektöründeki gelişim düşünüldüğünde hem tarihteki savaşlar hem de kurgusal olarak üretilen savaşlar, çatışmalar ve düellolar dijital ortama aktararak oyuncuların beğenisine sunulmuştur. Genelde tek bir karakterin görüşü üzerinden belirlenen kamera açısına sahip bir oynanış sunan bu oyunlar, yaşanan aksiyonun ve şiddetin kontrol edilmesine olanak vermektedir.

Türün ortaya çıkmasında önemli oyunlar vardır. Bu oyunlar modern FPS oyunlarının gelişiminde önemli konumdadır.

FPS türünün bir fikir olarak çıkması 1970'li yıllara dayanmaktadır. 1974 yapımı Maze War ve Spasim FPS türünün fikir babası olarak görülmektedir. Maze War'da bir labirentin içinde düşmanlarla çarpışmakta iken, Spasim'da ise uzay gemisi simülasyonu idi. 1980 yılının sonlarına

doğru çıkan Battlezone’da ise birinci şahıs bakış açısından bir tankı kontrol ediyorduk. Büyük bir ses getiremeye de MIDI Maze, daha kolay oynanışa ve Pacman benzeri karakterleriyle ve Maze War’a olan benzerliği ile türün gelişimine katkı sağladı (Yüksek, 2021).

Arcade makineleri sayesinde savaş simülasyonları oynanmaya başlanmıştır. 1990’larda id Software isimli firma, Wolfenstein 3D adlı oyunu çıkararak FPS oyunlarının sektörde kabul görmesinin önünü açmıştır. Bu oyunun hemen ardından çıkan Doom oyunu ise, dönemin gelişmiş ses ve görüntü sistemlerini kullanarak türü bambaşka bir boyuta taşımıştır (Yüksek, 2021). Doom oyunun çok fazla şiddet içermesi o dönemde muhafazakâr bazı kesimlerce tepkiyle karşılanmıştır.

Birbiri ardına pek çok oyun piyasaya çıkarken FPS türü, oyunlar arasında en hızlı gelişen türlerden biri olarak kabul edilmektedir. 2000’li yıllara gelindiğinde Medal of Honor, Call of Duty ve Battlefield gibi yapımlar, tarihi savaşları canlandıran simülasyonlar olarak sektörde büyük başarı getirmiştir. 1. ve 2. Dünya Savaşlarının işlendiği bu serilerde savaşlardan kesitler olabildiği gibi farklı savaş ve cephelerde geçen hikayeler de yer almaktadır.

AAA Oyunlar

Oyunculara daha iyiyi hedefleyen oyunlar büyük bütçeli oyunlardır. Oyun endüstrisinde bu oyunlara AAA (Büyük bütçeli oyun) da denilmektedir. A harfine, buzdolapları, çamaşır makineleri gibi ev eşyaları dahil pek çok yerde karşılaşılmaktadır. Tüketim ürünlerinde üst sınıfı ya da kaliteyi nitelendiren bu harf, bazı oyunlar için de kullanılmıştır.

AAA terimini, Hollywood sinemasındaki “blockbuster” film terimi ile kıyaslayabiliriz. Hollywood’da “blockbuster” film yapıcılığı için yazılı kriterler yoktur. Ancak üretilen film nispeten yüksek bütçeliyse ve yapımda yüksek profilli oyuncular, yönetmenler, senaristler barındırıyorsa, ayrıca bol bol reklamı da yapıyorsa, “blockbuster” olduğu söylenebilir (Bayram, 2016).

Yüksek meblağların ve reklam gelirlerinin olduğu bir film stüdyosu kadar kapsamlı üretilen oyunlardır AAA oyunlar. Yapım maliyetleri oldukça fazla olduğu için marka değeri yüksek firmalar tarafından uzun yılları kapsayan süreçlerde ortaya çıkmaktadır. Oyun dünyasında oldukça popüler olan bu büyük oyunlar, sektör için de sürdürülebilir bir gelir kapısı olmuştur. Büyüklüğüne rağmen tüm AAA oyunlar, her oyuncu kitlesine hitap etmemektedir. Burada oyuncuların farklı türlerde oyunlardan hoşlanması ya da küçük yapımlı oyunları tercih etmesi gibi unsurlar etkili olmaktadır.

Dijital Oyun ve Postmodernizm

Postmodernizm, postmodernite ile başlayan değişimin sistematik hale gelmesiyle açıklanabilmektedir. Buna rağmen postmodernite ya da postmodernizm tanımı yapmak mümkün değildir. Tarihsel çizgiyi reddeden postmodernizm, farklı tarihsel çizgide ve alanlarda kendisini göstermiştir.

Postmodernizm ile birlikte sanattan bilime, endüstriden günlük hayata kadar hayatın pek çok alanında yaşanan değişimler olmuştur. Teknolojinin gelişmesi, beraberinde bilgisayar biliminin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. İnsan yaşamının dijitalleşmesi, pek çok sektörde olduğu gibi oyunları da kapsamıştır. Geleneksel oyunların dijital oyunlara olan evrimi, oyun kavramının radikal değişiminin öncüsü olarak kabul edilmektedir. Satranç, dama, tavla gibi masa oyunlarının bir tıkla deneyimlenebildiği, sokakta top peşinde koşan insanların bilgisayar faresi

ya da konsol kontrolcüsü ile topu kontrol edebildiği bir düzen, zamansal ve mekânsal açıdan gerçeğin simüle edilebilir bir versiyonu olarak dijital oyunlarda yer bulmuştur. Oyuncuların benlikleri ve arzularının metalaştığı dijital oyunlar, herhangi bir sınıf ya da etiket olmaksızın insanları bir araya getiren bir yapı olarak da dikkat çekicidir. Dijital oyunların postmodernizm ile olan yakın ilişkisi, sanal oyuncu topluluklarından çeşitli anlam ve göstergelere kadar uzanan geniş bir ölçekte değerlendirilebilir.

Modern hayatın kanıksanmış kurallar bütünüünün yıkılmaya çalışıldığı, yeni bir düzen çağruları ile birlikte mevcut düzen üzerinden yapılan parodilerin dillendirildiği, karşıt kavramların bir arada bulunduğu postmodernizm, dijital oyunlar içerisinde de benzer nitelikte hayat bulmuştur. Dünya savaşları, yıkıcı doğal afetler ya da uzaylı saldırıları gibi senaryolar üzerinden post apokaliptik dünya tasvirleri, dijital oyunlarda en sık kullanılan temalardan biridir.

Postmodernizm sorunsalında varlığın sorgulanması, bilinen kalıpların ötesinde yeni arayışların gözlemlendiğinin kanıtıdır. Dijital oyunların geleneksel oyunlardan soyutlanarak kendi kimliğini bulma arayışı, bilgisayar teknolojilerinin sağladığı sınırsız olasılıklar bütünü içerisinde mümkün olabilmektedir. Oyunların geçtiği sanal mekanların tasarlanması ve oluşumu, karakterlerin tasarımı ve etkileşimi, hikâyenin yazılması, müziklerin seçilmesi, seslendirmeler, görsel efektler ve diğer parçalar da göz önünde bulundurulduğunda yeniden tasarlanan bir sanal evren bütünü, fiziksel gerçekliğin merkezinden soyutlanarak hayal gücü ve yaratıcılığın devreye girmesine zemin hazırlamıştır.

Postmodernizm akımının başlıca özellikleri ise Kızılçelik (1996) tarafından açıklanmıştır. Parçalanma, bütünsel bakış açısının yerine parçaların analizi ile mümkündür. Kuralcılığın yıkılışında mutlak olan her türlü otoriteye karşı çıkmaktadır. Oyun sektörü, oyunun yapım aşamasındaki bütün aşamaların titizlikle değerlendirildiği bir alan olarak parçaların analizine önem verir. Ben'in yitimi olarak kabul edilen maddede ise iç ve dış diye bir ayırım kabul edilmez, ben kavramı yüzeyseldir. İroni, geleneksel olarak kabul edilen düşüncelere karşı oyun yönteminin kullanıldığı alaycı bir ifade olarak dile getirilir. Oyunlarda farklı ya da karşıt kavramlar bir arada kullanılabilir, bu sayede oyuncu kitlesi içinde dikkat çekmek, popüler olmak güdüleri hakimdir. Merkezisizleşme ise gerçek olan ve onun taklidi, simülasyonu gerçek olanla birleşir. Birbirine zıt kutuplar birlikte kullanılır. Oyunlardaki gerçek mekânlar simüle edilerek kullanılabilirdiği gibi tamamen kurgusal bir mekân da tasarlanabilmektedir. Zaman kavramında geçmiş ve geleceğin bir arada olduğu vurgulanırken her şey gider olarak adlandırılan bir diğer özellikte her şeyin ya doğru ya da yanlış olduğu vurgulanmaktadır. Oyunlarda geçen zaman, çizgisel olduğu gibi çeşitli zaman dilimleri de kullanılabilir, iç içe geçebilir hatta bir sentez yaratılabilir. Karşıtların birlikteliği, iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış, güzel ya da çirkin gibi özellikler karakterlere ya da olay örgülerine aktarılabilir, mantıksal bir düzenden bağımsız olarak yer alır. Evrensel kültür anlayışı reddedilir. Dijital oyunlarda Doğu ve Batı kültürlerinden oluşan sentez kodlar kullanılabilen ya da tamamen kurgusal bir olay örgüsü içerisinde gerçek dünyadan esinlenen göstergeler kullanılabilir. Alternatif bir gelecekte, post apokaliptik bir dünyada kabileler halinde yaşayan toplulukların robotlar ve birbirleriyle olan mücadelelerinin konu alan Horizon oyun serisi, geçmiş ve geleceği bünyesinde barındırarak karşıtların birlikteliğini temsil etmektedir.

Simülasyon ve Simülark Kavramlarının Dijital Oyunlardaki Yeri

Baudrillard, Batı merkezli çalışmalarının sonucunda evrende bir yok oluşun olduğu sonucuna varmıştır. Ona göre gerçeklik, ortadan kaybolmakta ve modernizmin öne sürdüğü kavram ve değerler bir çöküş içerisine girmiştir. Gerçeğin yerini alan sanal bir dünya, insanların göstergeler ile hipnotize edildiği ve kara bir delik gibi sürüklendiği bir dünya olmuştur. Simülakr, simüle

etmek ve simülasyon tanımlamalarına kitabında yer veren Baudrillard, kavramı anlaşılır bir temelde açıklamak istemiştir:

Simülakr: Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm

Simüle etmek: Gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmak.

Simülasyon: Bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi. (Baudrillard, 2017: 7).

Gerçeğin yerini alan simülasyon, 'mış' gibi yapmak değil, bile isteye onun olmadığını kabul etmek anlamına gelmektedir. Bu durumu açıklarken hasta olduğu için hastaneye giden bir kişinin belirtiler üzerinden yapılar tetkikler sonucunda gerçekten hasta olup olmadığı bilinirken belirtileri taklit eden bir kişi, ya da hastaymış gibi davranan kişi bir noktada doktoru inandırmayı başaramamaktadır. Bu durumda hastalık olgusu da doğallığını kaybetmiş, simüle edilebilir hale gelmiştir (Baudrillard, 2017).

Gerçeğin ya da hakikâtin kaybolması, dijital oyunlar üzerinden değerlendirildiğinde ise günümüzde oynanan oyunların kökenlerinin sanal bir ortamda kontrolsüz bir şekilde değiştirilip aktarılabilirliği düşüncesini beraberinde getirmektedir. Oyunun kuralları ve işleyişi değiştirilebilir, oyuncu istekleri ya da firmaların istekleri doğrultusunda oyunlar tamamen farklı bir formata kavuşabilir.

Gerçek olayların yeniden canlandırılarak aktarıldığı Call of Duty serisi, tarihteki savaşların konu edilerek bu savaşların dijital oyun formatına işlenmesini sağlamaktadır. Savaş mekânları, ya da savaşta yer alan karakterler simülakr olarak oyunda yer alırlar. Marka haklarının Amerikan firması Activision'a ait seride yer alan savaş senaryolarında oyuncular, Amerikan askerlerinin kahramanlığını deneyimlerken Rusların ya da Ortadoğu ülkelerinin kötülüklerini durdurmak için harekete geçmektedir. Bu sebeple de Amerikalıların kahramanlığı ve iyi olan motivasyonları aktarılırken Rus ve Ortadoğuluların ise savaş suçu işleyen yönlerini ve kötülükleri yer almaktadır.

Gerçek ile simülasyon arasındaki ayrımın git gide belirsiz bir hal alması, sanal gerçeklik gözlükleriyle oynanan oyunlarının oyuncuya gerçeğe yakın bir deneyim sunması ile açıklanabilmektedir. Takılan gözlükler ile 360 derece bir ekranda kendisini oyunun parçası gibi hisseden oyuncu, el ve kol hareketleriyle oyun içerisinde etkileşimde bulunmaktadır. Zıplama, tırmanma ve koşma gibi aksiyonlarda oyuncunun hareketleri taklit etmesi, tıpkı oyundaymış gibi o anı yaşamasını sağlamaktadır.

Simülasyon oyunları, doğrudan gerçek hayat aktivitelerinin yerini alan deneyimler olarak dikkat çekmektedir. Uçuş simülatörüyle uçaktaymış hissi, araç ya da tır simülasyonu ile o araçları kullanıyormuş hissi, aksesuarlar ile birlikte güçlendirilmektedir. Direksiyon ya da vitesin oyun aksesuarı olarak bağlanması, yapılan komutların gerçek hayattaki gibi oyunda aracı kontrol etme hissini vermektedir.

Dijital Oyun ve Tüketim

Tüketmek, tıpkı oyun oynamak gibi insanlık tarihinde uzun bir süredir yer edinmektedir. Geçmiş zamanda tüketim, insanların zorunlu ihtiyaçları için yapılan bir eylemdir. Hayatta kalmak için verilen mücadelede önemli bir konumda olmuştur. Tüketerek hayatta kalan insanlar, diğer insanlar ile etkileşimde bulunarak tüketimi toplumsal bir olgu olarak deneyimlemişlerdir. Yiyecek, giyecek, barınma gibi en temel ihtiyaçlarını tüketim ile karşılayan insanlar, artan

tüketim ihtiyaçları ile birlikte tüketimin biçim değiştirmesine tanıklık etmiştir. Sosyal ve ekonomik gelişmeler ışığında tüketim, çok daha komplike bir faaliyet haline gelmiştir.

Oyunlar ile kendini gerçekleştiren insanlar, kendilerini aldıkları haz ve mutluluk ile tanımlamaktadır. Eğlence ya da vakit geçirme amacı taşıyarak teknolojinin günlük hayatla iç içe olma durumu, bireylerin kendilerini oyunlar ile tanımlamasına referans vererek onların piramidin zirvesinde temsil edilmelerini sağlamıştır. Sembolik değerler ile bezenen oyunlar, bireylerin oyunları kullanma güdülerini tetikleyerek devamlılık kazanan bir eyleme dönüşmüştür.

Tüketimin sonu görünmeyen ve kendisini besleyen yapısı ile birlikte bir kara delik gibi dünyayı yutması, Fromm'a göre bir bağımlılık yaratmaktadır. *Sahip Olmak Ya Da Olmak* adlı eserinde tüketicilerin tüketimin bir parçası olduğunu vurgulayan Fromm, tüketimin duyguları tatmin eden ve ondan kopmanın zorluğuyla bireylerin tüketim dışında bir anlam ifade etmeyeceğini aktarmıştır. "Kullan At" motivasyonu ile tüketimin daima yeni ve farklı mallar üzerinde geçişken bir düzeyde gerçekleşmesi, bireyin aldığı tatmin hissini geçici olmasına zemin hazırlamıştır. Bu sayede eski malların değersizleştirilmesi ve yeni malların yüceltilmesi süreci, reklamlar ile gerçekleşerek tüketicilerin ihtiyaçlarını belirlemiştir (Fromm, 2003). Dijital oyunların bir sektör olarak büyümesi, tüketim zinciri içerisinde yeniden üretilmesi ile açıklanabilir. Oyuna yönelik talep, onu tüketip yenisini talep etmekle doğru orantılı olarak artmıştır.

Tüketim ile ilgili olarak önemli kuramlardan biri Thorsten Veblen'in *The Theory of Leisure Class* çalışmasıyla gündeme gelen gösterişçi tüketimdir. (Veblen, 2015). Tüketim nesnelere sahip olan tüketicilerin çeşitli statü ve sınıflar ile temsil edilmeye başlanması, ABD'de kapitalist üretim biçimlerinin gelişip küresel bir akım olarak dünyayı etki altına almaya başlaması ile eşdeğerdir. Bu ortamda ortaya çıkan yeni burjuvaların aylak sınıfını temsil ettiğini söyleyen Veblen, tüketimin toplum içerisindeki misyonuna vurgu yapmıştır.

Sony, Microsoft ve Nintendo gibi oyun sektöründe adından söz ettiren firmaların yaptığı oyunlar ile bağımsız yapımlar olarak kabul edilen, düşük bütçeli yapımlar arasında gözle görülür bir şekilde fark vardır. Daha fazla oyun yapan, daha büyük bütçeli oyun yapan ve pazarlayan büyük firmaların oyunlarını talep eden oyuncular, küçük ölçekli firmaların oyunlarını talep eden oyunculardan daha fazladır. Markaların yarattığı prestij ve farklı olma tutkusu, oyuncuların o markalarla ve cihazlar ile övünmesine yol açarak sosyal bir duruş sergilemişlerdir.

Gösterişçi tüketim ile ilgili Bocock (2005), *Tüketim* adlı eserinde üst sınıftaki bireylerin yiyecek, giyecek, barınma ve temel hizmetler dahil her türlü tüketim unsurunu en iyi şekillerde tüketmek için hayat tarzlarını da sergilemeleri gerektiğinin altını çizmektedir. Bu bağlamda boş vakit kavramı ön plana çıkarken çalışmamanın sergilenmesi, aylak sınıfı için gösterişçi tüketimin doruk noktası olarak kabul edilebilir. Tüketmenin özgürlüğü, tüketilen mal ve hizmetler kadar onların nasıl tüketildiğinin gösterilmesi de bir o kadar önemlidir.

Oyun oynamaktan daha cezbedici bir konu varsa o da hangi oyunun nasıl ve nerede oynandığının gösterilmesi, ilan edilmesidir. Üst düzey bir bilgisayar, dev ekran televizyonlar ile yeni nesil bir konsoldan oynanan oyunlar, gösteriş açısından daha güçlü doneler taşımaktadır. Oyun oynamanın ilan edilmesi, yüksek meblağlar harcanarak ulaşılan cihazların sergilenmesi, yaratılan boş zamanın gösterilmesi gibi durumlar daha yüksek bir haz sağlamaktadır.

İnsanların tüketim mallarından olan beklentilerinin kültürel ve toplumsal alanda biçimlenmesi, mal ve hizmetlerin özelleşmesine zemin hazırlamıştır. Ritzer'in *McDonaldization* olarak isimlendirdiği eserinde, küresel ürün ve markaların yerel işbirlikçi ve kuruluşlar ile bütünleşerek

kendine has bir kültürel kimlik kazanmasını sağladığını aktarmıştır. Bununla beraber üretim süreçlerinin sıradanlaşarak kâr oranının artırılması hedeflenmiştir (Ritzer, 2016).

Dijital oyun sektöründe adından söz ettirmiş büyük ölçekli firmalar, her sene büyük oyunları üzerinde önemli değişikliklere gitmeden yeni versiyonları çıkarmaktadır. Bu sayede riske girmeden yüksek kâr elde etmeyi hedefleyerek kullanıcı kitlesini elinde barındırmayı öngörmektedirler. Diğer markaların da benzer formülle, kimi zaman kopyala yapıştır olarak oyunlar üretmesi, kullanıcı deneyimi açısından tepkiyle karşılanmaktadır. Satış oranlarında radikal düşüşler gözlemlendiği zaman ancak firmalar değişime gitme fikrini masaya koymaktadır.

Tüketim ile ilgili olan bir diğer önemli kavram tüketim toplumdur. Tüketim toplumu kavramının ortaya çıkışında kapitalizm ile birlikte tüketim mallarının geniş kitlelere erişmeye başlaması önemlidir. Tüketimin özendirilerek sistemin bir çark halinde dönmesi amaçlanmıştır.

Baudrillard (2018), tüketim toplumunu açıklarken tüketimin toplumda öğrenilen bir süreç olduğunu belirtmektedir. Ayrıca tüketimin alıştırlarak meydana gelmesi, onun toplumda yeniden üretilerek özgün biçimlerde sosyalleşmeye katkıda bulunduğunun altını çizmektedir. Ayrıca tüketimin bir değiş tokuş sistemi ile birlikte yeniden yaratılan değerler ve göstergeler sistemi olarak atfedilmesi de söz konusudur. Tüketilen ürün ve hizmetlerin bir gösterge olarak toplumsal sınıfları kategorize etmesi durumu da vardır. "Bourdieu ise sınıf ile tüketim pratikleri arasındaki yakın bağa değinerek, tüketici davranışlarında ekonomik gelir yanında; bireyin geçmişten getirdiği beğeni, alışkanlık ve eğilimler bütünü olan habitusunun da bu süreçte belirleyici bir etken olduğunu belirtmektedir" (Acar, 2018). Bu bağlamda hangi malı tükettiğin, malı nereden ve nasıl temin ettiğin alt sınıflardan üst sınıflara kadar geniş bir ölçekte sınıflandırılabilir.

Dijital oyunların tüketim toplumunda değerlendirilmesi, oyuncuların toplumsal olarak kendilerini ait hissettikleri bir düzen içerisinde ele alınması gerekmektedir. Kendilerini oyunlar ile ifade eden, deneyimlerini ve aldıkları tutkuyu paylaşan bireylerin örgütlendikleri sohbet sayfaları, sosyal medya sayfaları, forum siteleri gibi dijital platformlar, oyuncu toplulukları adına önemli oluşumlar temsil etmektedir. Bu bağlamda tercih edilen oyun, oyun türü, cihaz ya da platform gibi başlıklar altında bir araya gelen bireyler, oyun ve hizmet tüketiminin gerçekleştiği toplum yapıları olarak adlandırılabilir.

Baudrillard (2018), tüketim toplumunda zamanın, göstergesel bir bolluk içerisinde olduğunu ifade etmiştir. Tüketim davranışlarına boyun eğen zaman, nesneleşmiş ve tüketilmiş olan boş zaman kavramını gün yüzüne çıkarmıştır. Boş zaman, zamanı serbest bir şekilde kullanabilme, özgürleştirme fikirleri üzerinden bir misyon kazansa da tam anlamıyla daha özgür olmamıştır.

Boş zaman etkinliklerinin ideolojisinden bahseden Baudrillard (2018), bu etkinliklerin ihtiyaç adı altında resmi bir değer kazanmasından bahsetmektedir. Dinlenme, rahatlama, gevşeme ve eğlenme gibi eylemler, zaman-bütçe ve üretim sisteminden kaçmanın bir yolu, zamanı kaybetme özgürlüğü ile şekillenmiştir.

Oyunlar aracılığı ile zamanı kaybetme özgürlüğü, bu özgürlüğün ilanı söz konusudur. Oyunlarda geçen zaman, hizmet olarak satılmakta ve oyuncular buna talip olmaktadır. Oyunda geçirilen zamanın fazlalığı, oyunda tamamlanan görev ve etkinlikler ile birlikte ödüllendirilmektedir. Playstation, oyun görevlerini tamamlayan kullanıcılarını kupa adı verilen dijital etiketler ile ödüllendirmektedir. Kupalar sayesinde oyuncu profilleri, diğer profillere oranla daha prestijli kabul edilmektedir.

Tüketim Kültürü Bağlamında Dijital Oyun

Tüketimin bir kültür haline gelmesi, yaşam tarzını belirleyen ve insanları ayırıştırın, onlara statü sağlayan bir boyut kazandırmıştır.

Tüketim kültürü göstergeleri tüketmek olduğuna göre bu kültürün tipik özelliklerine bakmak gerekmektedir. Tüketim kültürü, tüketicilerin çoğunlukla statü arama, başkalarına karşı farklılığını ortaya koyma, yenilik arama ancak bunun da son model olması gibi maksatlarla ürün ve hizmetleri tutkuyla arzuladıkları, peşine düştükleri, elde etmek için çalıştıkları bir kültüre denk gelmektedir. Bu kültürün tipik özelliklerini, çağımızın egemen kültürel biçimini yansıtan doyumsuz zevk arayışı, meta fetişizmi, kullan-at, arzular, alışveriş bağımlılığı vs. oluşturmaktadır (Aytaç, 2006: 31).

Dijital oyunların tüketim kültürü içerisinde değerlendirilmesinde bireylerin tercihleri etkili olmaktadır. Oyun tercihleri ve alışkanlıkları, kültürel bir çizgide değerlendirilir. Planlı, programlı ve kendisini geliştirmeyi seven bireylerin strateji oyunlarını sevmesi tesadüf değil iken günlük hayatında sporla iç içe bir yaşamı olan ya da sporu takip eden bireylerin spor oyunlarını tercih etmesi de benzer şekilde öngörülen bir durumdur. Bu sebeple yaşam tarzı ve kültürel unsurların oyun tercihlerini şekillendirmesi görülmektedir.

Dijital oyunlar, tüketim kültürünün bir parçası olarak teknolojik gelişmeler ışığında en çok talep edilen ürünler olmuşlardır. "Gelişmiş teknolojiler giderek küçülen, bedenimizle ve günlük hayatımızla iç içe geçen makinelerle yaşamaya olanak vermektedir" (Favaro ve Akşit, 2014: 14 akt. Batu ve Tos, 2017: 1013).

Satın alınan oyun platformları, elektronik cihazlar üzerinden bir kültür üretimi ve kimliğin inşasını tetiklerken aynı zamanda bir statü göstergesi olmuşlardır. Sahip olunan platformlar, oynanan oyun sayısı, oyunda geçirilen zaman ve oyunun tanıtılması gibi pek çok seçenek tüketim üzerinden yeni bir toplumsallaşma pratiği oluşturmuştur.

Tüketilen ürünün halktan parçalar taşıması, onu halkın da bir kültürü haline getirmektedir. Yaygın bir şekilde tüketilebilen ve halka ait olan kültür, popüler kültür olarak adlandırılmaktadır. Batu ve Tos (2017), "Popüler kültür, yerel özellikler taşıyan kültürel yapıların tüketim argümanı haline dönüşmesidir. Dolayısıyla popüler kültür, ucuza mal edilebilen, herkesin kolaylıkla erişebileceği nitelikte olan nesnelere kültürü olmakla beraber tekabül ettiği bireyler için söylenecek olursa bağımlı sınıfların arabesk yaşam pratikleri olarak tanımlanabilir" (s.1011) şeklinde popüler kültüre açıklık getirmiştir. Halk arasında en çok tüketilen ürünlerin daha fazla tüketilmesini sağlamak amacıyla pazarda teşvik edilip yeniden üretilmesini kapsamaktadır. Her ne kadar tüketimin sınıflar ve güçler dengesinin dışında bir kategori olarak erişilebilir olmasından söz ediliyor olsa da popüler kültür, içerisinde ideolojilerin yeniden üretimi olarak ön plana çıkmaktadır.

Dijital oyunlarda popüler kültür öğeleri bolca kullanılmakta, bu durum oyuncuların kullanımını etkilemektedir. Küresel ölçekte oyun pazarlayan firmaların oyunları içerisinde bölgesel kodlamalar ve yerleştirmeler gözlemlenebilir. Japon markası olan Sony şirketinin konsol oyunlarında Japonlara özgü manga sanatıyla tasarlanmış çizgi film animasyonlarının etkisi görülürken Amerikan şirketine ait yapımlarda Batı'ya özgü ideolojik yansımalar yer almaktadır.

Tüketim kültürünün popülerleşmesi, süreç olarak kapitalist üretim biçimi ve küreselleşme ile mümkün olmuştur. Popüler kültür, soft power olarak da adlandırılan, egemen güçlerin diğer devletler üzerinde güç kullanmadan kendi istediklerini yaptırabilme yeteneği üzerinden yayılmıştır. Fakat postmodernizm ile birlikte popüler kültürün dayandığı temel ideoloji ve kültürel kodların değişerek yeniden üretilmesi meydana gelmiştir.

Bir Amerikan şirketi olan Activision markasının popüler savaş oyun serisi Call of Duty, tüm dünya çapında büyük bir oyuncu kitlesine sahiptir. Oyun serisinde Amerikan ordusunun ağırlığının hissedildiği savaş senaryoları yer almaktadır. Amerikanlaşma ideolojisinin güç gösterileriyle, bayrak ve silah teknolojisinin tanıtılması ve düşmanlarla olan çatışmalarda galip gelmesi ile yerleştirilmesi, bilinçaltında etkili uyaranları tetiklemektedir. Marvel çizgi roman evrenine ait Spider-Man oyunlarında da Amerikan etkisini görmek mümkündür. New York gökdelenleri arasında ağırlarıyla gezinen süper kahramanın kötü adamları yakalaması, sadece Amerikan halkı için değil tüm dünyanın gözünde kahraman olarak anılmasını sağlamıştır. Amerikan şirketlerinin yarattığı oyun ve karakterler, çarpıcı bir soft power örneği temsil etmektedir.

Oyunlar ile gündelik ihtiyaçların kesiştiği noktada her sınıftan, kategoriden ya da kültürel temsilden gelen bireylerin deneyimleri kolaylaşmıştır. Cep telefonlarından bilgisayarlara, konsollardan tabletlere kadar geniş ölçekte olan araçlar sayesinde oyun kültürü, yarattığı imajla birlikte kullanıcıları bir arada tutmaktadır. Bu durum, oyunlarda kullanılan kıyafet ve aksesuarlarda da geçerlidir. Tüketiciler, cosplay olarak bilinen kurgusal karakterlerin kullanmış olduğu kıyafet ve araçların bütünü taklit ederek canlandırması üzerinden etkinlikler düzenlenmektedir. Oyun karakterinin kendisi gibi giyinen birey, onun davranışlarını da taklit ederek bundan zevk almakta ve kendisini özel hissetmektedir. Bu bağlamda hedonist bir duygu olarak beden ve cinsiyetin tüketim kültüründe yeniden tanımlanması oluşmuştur.

Sembolik tüketim, bir diğer önemli kavram olarak tüketimin karmaşıklaşan yapısında yer alır. "Tüketicilerin, ürünler ve onların markalarının taşıdıkları anlamları daha fazla anlamaya ve yararlanmaya yönelmeleri, "sembolik tüketim" kavramını, tüketim kültürünün ana unsurlarından biri haline getirmektedir" (Odabaşı, 2018: 98). Markaların anlam değerleri, şüphesiz reklamları değer yaratıcıları olarak kayda değer bir pozisyona getirmektedir. Reklamların enjekte ettiği göstergeler bütünü sayesinde ürünler ve satış yerleri, tüketicilerin mabedi haline gelmiştir. Marka ve ürünlerle kurulan bağ, materyalist olduğu kadar aynı zamanda ruhani bir boyuttadır. Bu noktada canlı cansız her nesnenin bir ruhunun olduğu inancı, animizm, markalarla bütünleşmede etkili bir bakış açısı olmaktadır (Odabaşı, 2017).

Oyunlar üzerinden sembolik tüketim, oyun ve platformların marka değerinden oyunların satış rakamları, beğeni oranları, sosyal medya ve internetteki etkinliğinden paylaşılan tanıtım ve içeriklere kadar pek çok alanda olabilmektedir. Oyunu oynamayan, herhangi bir platform sahibi olmayan bireyler bile gösterişli reklamlar ve internet paylaşımları ile tatmin olabilmektedir, kendilerini bir oyuncu gibi hissedebilmektedir.

SONUÇ

Dijital oyunu bir olgu olarak ele almak, klasik oyun kavramının teknolojik gelişmeler ışığında dijital bir formata dönüşerek bireylerin ve toplumların hayatında yer edinmesiyle mümkün olmuştur. Endüstri çağı ile birlikte şehirleşmenin artması, akabinde teknolojinin bir sanayi kolu olarak ortaya çıkması ile modern dünyanın tohumları filizlenmiştir. Hayatın her alanında etkisini gösteren teknoloji, bilgisayarlar ile birlikte bilgi stokları ve ağlarının tek bir merkezde toplanarak dünyayı birbirine bağlamasına zemin hazırlamıştır. 1950'nin sonlarına doğru bilgisayar ekranlarında ilk dijital oyun çalışmaları yapılmış, ardından 1970 ve 1980 yıllarında köklü oyun firmalarının kurularak oyun markalarının ortaya çıkışı hız kazanmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde ise bilgisayar oyunları ile birlikte konsol pazarı da etkisini artırarak oyun dünyasında ses getirmeye başlamıştır. İnternetin de etkisiyle oyun dünyası, çeşitli hizmet ve ürünler ile küresel ölçekte yaygınlaşarak birden çok platformda oynanabilir hale gelmiştir.

Dijital oyun ve postmodernizm ilişkisinin açıklanması için öncelikli olarak postmodernizmin nerede durduğu tartışmaları önemlidir. İnsanı ve doğayı anlama çabasının modern hayat içerisinde kalıplara sokulmasını eleştiren postmodernizm, kimi zaman modernizmin bir devamı, kimi zaman ise kendi gerçekliğini arayan ayrı bir dönem olarak atfedilmiştir. Dijital oyunlar ile oluşan oyuncu toplulukları, etiketsiz ve sınırları belli olmayan bir biçimde yer almıştır. Dünyanın her köşesinden insanın bir oyun platformu aracılığıyla internet üzerinden bir araya gelmesi, kimliksiz ve sınıfsız bir topluluk yapısına örnek gösterilebilmektedir. Bu sanal oluşumda bireyler, oluşturdukları profiller ile oyun ve hizmetler üzerinden fikir alışverişinde bulunmakta, oyun teknolojilerini tartışmakta, hatta alışveriş yapabilmektedir. Pandeminin etkisinde geçen iki yıllık süreçte dijital oyun topluluklarının Türkiye’de olduğu gibi dünyanın her yerinde daha aktif bir varlık gösterdiği gözlemlenmiştir. Bu durum, gündelik hayatın dijitalleşmesi ile beraber oyuncu topluluklarının daha fazla yaygınlaşacağına da bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Dijital oyun dünyasının simülasyon ile yeniden yaratılarak tasarlanan içerikleri sayesinde cazibesinin her geçen yıl artarak devam ettiği söylenebilmektedir. Gelişen teknoloji, oyunlar için tasarlanan mekânlar, insanlar, diğer canlılar ve nesnelerin görünümünü büyümlü göstergeler ile zenginleştirerek gerçeğinden daha cazip hale getirmektedir. Her biri alanında uzman kişiler tarafından ince detaylar ile kodlanarak üretilen evrenler, müzikler, hayat öyküleri ve zaman çizgisi, oyun dünyasındaki eleştirmenler ve yazarlar tarafından değerlendirilmektedir. Bu durumda gerçek dünyadan daha fazla anlam yüklenen dijital oyunlar ile kurulan bağ oldukça kuvvetlenir hale gelmiştir. Oyun karakterleri gibi davranan, onların kıyafetlerini giyen bireyler, çeşitli etkinlikler düzenlemektedirler. Cosplay olarak bir karakteri canlandıran bireylerin çeşitli etkinliklerde yer alması, bu duruma örnek gösterilebilirken oyun deneyimlerini sosyal medya kanalları aracılığıyla yayınlayan içerik üreticileri de oyun dünyasına anlam kazandırmaktadırlar.

Dijital oyun dünyası, sahip olduğu oyuncu toplulukları ve teknolojinin sağladığı gerçekçi simülasyonlar ile birlikte birer kültürel meta olarak da tüketilmektedir. Bu durum, bireylerin tüketim çılgınlığı içerisinde hazlarının ve benliklerinin metalaşarak özne konumlarını kaybetmelerine neden olmuştur.

Dijital oyun ve tüketim temasının ana örgüsünü, tüketimin karmaşıklaşan yapısı oluşturmaktadır. Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi piramidinin zirvesini temsil eden kendini gerçekleştirme, tüketimin fiziksel gereksinimlerin ötesine geçtiğini vurgulamaktadır. Bireyler, oyunlar ile kendini gerçekleştirerek günlük hayatın içerisinde yer almıştır. Dijital oyunları tüketme arzusu, Fromm’a (2003) göre tüketimin bir bağımlılık oluşturarak devamlı tüketime teşvik edilmesiyle orantılıdır. “Kullan At” motivasyonu ile oyun tüketmek, yeni oyun ve hizmetleri talep etmek söz konusudur. Oyunlar üzerinden markalar aracılığıyla prestij elde etme, Veblen’in (2015) gösterişçi tüketim kavramıyla açıklanmaktadır. Oyun ve platform markalarının oyuncuya yüklediği sembolik anlamlar neticesinde bireyler hazlarını tatmin etmektedir. Oyun oynamanın ilan edilmesi, araçların ve aksesuarların sergilenmesi de oyun oynamak kadar önemli bir unsur haline gelmiştir.

Oyun kullanımı, bir eğlence aracı olmanın ötesinde tüketilen ve talep edilen bir sektör olarak evrilmiştir. Markalar aracılığıyla üretilen oyunlar, oluşan rekabet ortamı sayesinde kendi kitlesini oluşturmuştur. Sahip olduğu oyun platformu ile anılmayı içselleştiren bireyler, bu sayede talep eden tüketiciler haline gelerek topluluğun devamlılığına katkıda bulunmaktadır. Oyun oynamak arzulanmakta, arzular yeni üretim sahalarını teşvik etmekte, üretilen oyunlar pazarlanmakta ve oyuncular bu oyunlar ile dijital dünyada bir araya gelmektedirler. Playstation, Xbox ve Nintendo gibi konsol platformu aracılığıyla bir arada bulunan oyuncu toplulukları olduğu gibi bilgisayar ve mobil platformları aracılığıyla var olan topluluklar da söz konusudur.

Dijital oyunların tüketim içerisinde yer alması, aynı zamanda bu oyunların sembolik bir değer kazanmasını beraberinde getirmiştir. Tüketilen oyunların yaygınlaşması, oyunların popüler kültür adı altında yaygın bir kültür üretiminin parçası olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Sanayi estetiği verilerek üretilen popüler kültür, her yaştan, sınıftan, inanıştan ve ülkeden insanı içerisine çekecek göstergelerle doludur. Dijital oyunlar da bu kültür içerisinde yüksek bir imaja sahiptir.

Oyunun sahip olduğu kültürel kodlar, firmaların ve çalışanların sahip olduğu değerlerden bağımsız düşünülmemelidir. Bu yüzden dijital oyun kullanımında tercih edilen oyunların içerikleri, bireylerin sahip olduğu değer yargılarına, zevklerine ve hayat tarzlarına göre şekillenmektedir. Tarihsel içeriklere sahip oyunlar olduğu gibi modern ve gelecek temalı oyunlar da vardır. Gerçek ya da kurgusal bir zemin üzerinde kendi hikayesini anlatabilen oyunlar, anlam ve içerik yönünden de çok yönlüdür. İç içe geçen kavramlar, oyuncu topluluklarının çok çeşitli ve boyutlu olarak bir araya gelebildiklerini göstermektedir. Mitolojik bir karakterin hikayesi, tarih severleri kendisine çekebilmektedir, uzay savaşları, yapay zekanın sebep olduğu yıkımlar ise distopya severleri bir araya getirebilmektedir. Bu sebeple tüketim kültürü içerisinde yer alan dijital oyunlar, kendi kitlesini farklı kültürel kodlar ile bir araya getirerek şekillendirmektedir.

Dijital oyun, oyun türleri, platformları ve oyuncu toplulukları ile bir bütün olarak değerlendirilmesi gereken komplike bir fenomendir. Oyunları sadece teknoloji ile doğmuş bir nesil olarak kabul edilen dijital yerlilere, çocuklara, ya da belirli bir zümreye aitmiş gibi etiketlemek, oyunun kendi potansiyelini ve modern insanı kavrayamamaktır. Dünyayı sarmalayan teknoloji ağının gündelik hayatı dijitalleştirilmesiyle yaygınlaşan süreç, bireyleri bağ kuracakları ve tüketecekleri ürünler ile birleştiren bir zaman dilimine dönüşmüştür. Dijital oyunlar ile modern insan, tüketimin hazzını ve gerçeküstü dünyaların hayali ile bütünleşerek kendini gerçekleştirilmektedir. Dijital oyunların sahip olduğu teknolojiler, geleceğin dünyasının tasarlanmasında da ilham kaynağı olmaktadır. Sanal evren olarak bilinen metaverse kavramı, bireylerin sanal dünyada tasarladıkları avatarlar ile temsil edilmelerini sağlayacaktır. Oyun karakterlerini yönettikleri gibi kendi hayatlarını da bir program üzerinden yönlendirmeyi öngören insanlar, dijital oyun olgusunun niteliklerinden faydalanacaklardır. Dijital oyunu sosyolojik bir perspektiften çalışmak, geleceğin dünyası için bir köprü görevi görecektir. Literatürdeki eksiklik göz önünde bulundurulduğunda bu çalışmanın gelecekteki çalışmalar için ilham kaynağı olması amaçlanmaktadır.

KAYNAKÇA

Acar, S. (2018). Tüketim Toplumu Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(7): 91-102. [Online] <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/594063> [Erişim Tarihi: 13.02.2022].

Akbulut, H. (2009). Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu, M. Binark, G. Bayraktutan Sütçü ve I. B. Fidaner içinde, *Gelenekselden Dijitale, Mekândan Uzama Oyun Kültürü*: 26-81. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Anlı, Ö. F. (2013). Wittgenstein'da 'Dil-Oyunu' Kavramı Bağlamında 'Özel-Dil Sorununun ve Yeni Bir Oyun Olanağı Olarak Metafor Kullanımının İncelenmesi, *Dört Öge*, 2(4): 149-174. [Online] <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/567415> [Erişim Tarihi: 05.12.2021].

Ankara Kalkınma Ajansı. (2016). Dijital Oyun Sektör Raporu. [Online] <http://kutuphane.ankaraka.org.tr/upload/dokumandosya/dijital-oyun-sektoru-raporu.pdf> [Erişim Tarihi: 21.11.2021].

- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1): 27-53. [Online] <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/251991> [Erişim Tarihi: 14.02.2022].
- Bateson, P. ve Martin, P. (2014). *Oyun, Oyunbazlık, Yaratıcılık ve İnovasyon* (1. b.), (Çeviren, Kirgezen, S.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Batu, U. (2011). Dijital Oyunlar: Kendi Dünyanda Yaşa, Bizimkinde Oyna. G. Terek Ünal ve U. Batu içinde, *Sekizinci Sanatın İnşası: "Dijital Oyunlar Kesişiminde Postmodernizm, Tüketim Kültürü, Üstgerçeklik, Kimlik ve Olağan Şiddet"* (2. b.): 3-33. İstanbul: Derin Yayınları.
- Batu, M. ve Tos, O. (2017). Tüketim Kültürü Odağında Modernizm ve Postmodernizmin Karşılaştırılması, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2): 991-1023. [Online] <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/357934> [Erişim Tarihi: 18.02.2022].
- Baudrillard, J. (2017). *Simülakrlar ve Simülasyon*, (Çeviren, Adanır, O.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu*, (Çeviren, Tatal, N ve Keskin, F.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayram, M. (2016). *AAA Oyun Nedir?*. [Online] <https://www.technopat.net/2016/09/19/aaa-oyun-nedir/> [Erişim Tarihi: 21.11.2021].
- Bergonse, R. (2017). Fifty Years On, What Exactly Is a Videogame? An Essentialistic Definitional Approach, *The Computer Games Journal*, 6(4): 239-255.
- Bilgin, A. (2015). *Rol Yapma Oyunları 1: RYO Nedir?*. [Online] <https://kahramangiller.com/rol-yapma-oyunu/rol-yapma-oyunlari-1-nedir/> [Erişim Tarihi: 21.11.2021].
- Bocock, R. (2005). *Tüketim*, (Çeviren, Kutluk, İ.), Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Caillois, R. (2001). *Man Play and Games*, Champaign: Illinois Press.
- Canlı, S. K., ve Demirarslan, D. (2020). Çocuk Oyun Alanlarının Tarihi Gelişimi, *Çocuk ve Gelişim Dergisi*: 60-75. [Online] <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1061705> [Erişim Tarihi: 07.10.2021].
- Dijital Oyun Sektörü Raporu. (2016). Ankara Kalkınma Ajansı. [Online] <http://kutuphane.ankaraka.org.tr/upload/dokumandosya/dijital-oyun-sektoru-raporu.pdf> [Erişim Tarihi: 21.11.2021].
- Donovan, T. (2010). *Replay: The History of Video Games*, Sussex: Wellow Yayınları.
- Emiroğlu, K. ve Aydın, S. (2003), *Antropoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Essays, UK. (2018). *Positive Effects Of Video Games Children And Young People Essay*. [Online] <https://www.ukessays.com/essays/young-people/positive-effects-of-video-games-children-and-young-people-essay.php?vref=1> [Erişim Tarihi: 05.12.2021].
- Fromm, E. (2003). *Sahip Olmak Ya Da Olmak*, (Çeviren, Arıtan, A.), İstanbul: Arıtan Yayınları.
- Goffman, E. (2018). *Karşılaşmalar: Etkileşim Sosyolojisinde İki Çalışma* (1. b.), (Çeviren, Çalıcı, S.), Ankara: Heretik Yayınları.
- Göldağ, B. (2019). Dijital Oyunlar: Olumlu ve Olumsuz Etkileri. M. Talas (Ed.), *III. Uluslararası Battalgazi Bilimsel Çalışmalar Kongresi* içinde (ss. 121-133) Malatya: İspek Yayınevi. [Online] https://www.researchgate.net/publication/339090847_dijital_oyunlar_olumlu_ve_olumsuz_etkileri_digital_games_positive_and_negative_effects_battal_goldag [erişim tarihi: 08.10.2021].

- Horzum, M. B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Eğitim ve Bilim*, 36(159): 56-68. [Online] <http://egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/viewFile/268/238> [Erişim Tarihi: 08.10.2021].
- Huizinga, J. (2018). *Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme (7.b.)*, (Çeviren, Kılıçbay, M.A.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kızılçelik, S. (1996). *Postmodernizm Dedikleri*, İzmir: Saray Kitabevleri.
- Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z. ve Razak-Özdingler, A. (2018). Dijital Teknoloji Kullanımının Çocukların Gelişimi ve Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri, *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 5(2): 227-247. [Online] <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.2.0051> [Erişim Tarihi: 08.10.2021].
- Odabaşı, Y. (2017). *Tüketim Kültürü*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Poyraz, H. (1999), *Okul Öncesi Dönemde Oyun ve Oyuncak*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Ritzer, G. (2016). *Toplumun McDonaldlaştırılması*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rutter, J. and Bryce, J. (2006). *Understanding Digital Games*, London: Sage Yayınları.
- Sezen, T. İ., ve Sezen, D. (2011). Dijital Oyun Tarihinin Dönüm Noktaları (Milestones of Digital Game History), *Dijital Oyunlar (Digital Games)*. G. T. Ünal ve U. Batı içinde: 249-284. İstanbul: Derin Yayınları. [Online] https://www.researchgate.net/publication/274309208_Dijital_Oyun_Tarihinin_Donum_Noktalar_i_Milestones_of_Digital_Game_History [Erişim Tarihi: 22.11.2021].
- Suits, B. (2012). *Çekirge: Oyun, Yaşam ve Ütopya*, (Çeviren, Sertabiboğlu, S.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Turan, R. ve Kırpık, G. (2016). *Selçuklu Dönemi Türklerde Sosyal ve Ekonomik Hayat: 18-47*, [Online] <https://www.manevisosyalhizmet.com/wp-content/uploads/2016/01/selcuklu-donemi-turklerde-sosyal-ve-ekonomik-hayat.pdf> [Erişim Tarihi: 05.10.2021].
- Veblen, T.B. (2015). *Aylak Sınıfın Teorisi*, (Çeviren, Kırmızıaltın, E. ve Bilir, H.), Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Yalıspor. (2020). *2010 ve Sonrasında En Çok Oynanan Spor Oyunları*. [Online] <https://www.yalisporspor.com.tr/blog/en-cok-oyunanan-spor-oyunlari> [Erişim Tarihi: 21.11.2021].
- Yüksek, Ö. M. (2021). *Birinci Şahıs Nişancı FPS Oyunlarının Tarihi*. [Online] <https://weblenow.com/fps-oyunlarinin-tarihi/> [Erişim Tarihi: 21.11.2021].