



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
Kültürel Çalışmalar ve Medya Bilim Dalı

BİR STRATEJİ OYUNU OLARAK FOOTBALL MANAGER VE OYUNCU DENEYİMİ

Mehmet Orhun BİLBEN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2019

BİR STRATEJİ OYUNU OLARAK FOOTBALL MANAGER VE OYUNCU DENEYİMİ

Mehmet Orhun BİLBEN

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
Kültürel Çalışmalar ve Medya Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2019

KABUL VE ONAY

Mehmet Orhun BILBEN tarafından hazırlanan "Bir Strateji Oyunu Olarak Football Manager ve Oyuncu Deneyimi" başlıklı bu çalışma, 16.09.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.


Prof. Dr. Mutlu BINARK (Başkan)


Prof. Dr. Mutlu BINARK (Danışman)


Prof. Dr. Günseli BAYRAKTUTAN (Üye)


Doç. Dr. Orhun YAKIN (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Prof. Dr. Musa SAĞLAM

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır. Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

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

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

16.09.2019

Mehmet Orhun BİLBEN

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

(1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

(2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulunun** gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

(3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, **tezin yapıldığı kurum** tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, **ilgili kurum ve kuruluşun önerisi** ile **enstitü** veya **fakültenin** uygun görüşü üzerine **üniversite yönetim kurulu** tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

* Tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** tarafından karar verilir.

ETİK BEYAN

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

Mehmet Orhun BİLBEN



TEŞEKKÜR

Tez süreci boyunca, aktarmış olduğu bilgi ve tecrübeler ile araştırmama ışık tutan ve süreç boyunca sabır ve anlayışını hiçbir zaman esirgemeyen tez danışmanım Prof. Dr. Mutlu BİNARK'a,

Tez yazım sürecindeki olumlu yaklaşımları ve değerli yardımları için Arş. Gör. Şule KARATAŞ ÖZAYDIN'a,

Bu süreçte gösterdiği yoğun çaba, fedakârlık ve kıymetli katkıları için kardeşim Alptuğ BİLBEN'e ve süreç boyunca desteklerini hiç esirgemeyen, her zaman yanımda olan annem Necibiye BİLBEN ve babam S. Selçuk BİLBEN'e,

Yüksek lisans ve tez süreci boyunca dostluğunu ve desteklerini daima benimle paylaşan arkadaşım Beril ALTUNDAL'a

Değerli görüş ve deneyimlerini paylaşarak çalışmama katkı sunan tüm katılımcılarıma teşekkürlerimi sunuyorum.

Mehmet Orhun BİLBEN
ANKARA, 2019

ÖZET

BİLBEN, Mehmet Orhun. *Bir Strateji Oyunu Olarak Football Manager ve Oyuncu Deneyimi*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2019.

Kültürden eski bir olgu olarak tanımlanan oyun kavramı, geçmişten günümüze, insanın hayatı anlamlandırdığı bir özgür zaman etkinliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyun, uyum sağlayıcı bir mekanizma olması sebebiyle, insanlığın var oluşundan günümüze uzanan bir serüvende evrimleşmiş ve birçok farklı form içerisinde insanlığın yanında yer almıştır. Yakın dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte dijital oyunlar hayatımıza girmiş ve oyunların tür ve platformlarına çeşitlilik kazandırmıştır. Bu gelişmelerle birlikte, yalnızca oyunların türleri ve platformları değil, aynı zamanda oyun oynama biçimlerini, oyuncu deneyimlerini de değişime uğramıştır. Bu tez çalışmasında, dijital oyunların hayatımıza girmesiyle farklılaşan oyuncu deneyimleri Football Manager oyunu üzerinden analiz edilmektedir. Bu bağlamda, öncelikle Football Manager oyuncularının oyuncu türevleri ve oyun oynama motivasyonları tanımlanacaktır. Daha sonra, Football Manager oyuncuları ile katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmeler yapılarak edinilen çıkarımlar, dijital oyun oynama tecrübesinin geleneksel oyun oynama tecrübesinden farklılaşmasına neden olan sibermetin, etkileşim, dijital habitus ve sanal kariyer gibi kavramlar çerçevesinde değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler

Football Manager, Oyuncu Deneyimi, Dijital Oyun, Simülasyon, Sanal Kariyer, Homo Ludens, Dijital Habitus.

ABSTRACT

BİLBEN, Orhun. *As a Strategy Game Football Manager and Player Experience*, Master Thesis, Ankara, 2019.

From the past to the present, the game concept defined as a phenomenon older than culture, shows up as a free-time activity which gives meaning to people's life. As a result of the game has an adaptive mechanism, it has been evolved from the existence of the humanity until present and it has its own place near the humanity in many different forms. With the recent technological developments, digital games have entered our lives and brought diversity to the genres and platforms of the games. With these developments, not only the genres and platforms of the games, but also the way they play and the player experiences have changed. In this thesis, the result of entrance of digital games into our lives differentiating the gamers' experiences is analyzed through the game called "Football Manager". In this regard, firstly the gamer group of Football Manager and their motivation to play games will be defined. After that, the inferences obtained through participant observation and in-depth interviews with Football Manager players will be evaluated within the framework of concepts such as simulation, cybertext, interaction, digital habitus and virtual career, which differentiate the experience of digital gaming from the traditional gaming experience.

Keywords

Football Manager, Player Experience, Digital Game, Simulation, Virtual Career, Homo Ludens, Digital Habitus.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
GİRİŞ	1
1.BÖLÜM: GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE OYUN KAVRAMI VE OYUNCU DENEYİMLERİNDE DÖNÜŞÜM	12
1.1. Oyun Kavramı	12
1.2. Oyuna İlişkin Tanımlar	13
1.3. Oyun Oynayan İnsan “Homo Ludens”	19
1.3.1. Huizinga'nın Oyun ve Oyun Oynayan İnsan Tanımına Yönelik Eleştiriler.....	22
1.4. Dijital Oyunlar	24
1.4.1. Dijital Oyunların Sınıflandırılması.....	27
1.5. Narratoloji ve Ludoloji Kavramları Üzerine	29
1.6. Dijital Oyun Oynama Pratikleri Üzerine Ludolojik Yaklaşımlar	34
1.6.1 Simülasyon Kavramı Üzerine.....	36
1.6.2. Sibermetinsel Kurgu.....	40
1.7. Oyuncu Motivasyonu: Kullanımlar ve Doyumlar	42
1.8. Dijital Habitus ve Sanal Kariyer	45
1.8.1 Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar Avatar ve Oyun İçi Emek.....	46

2. BÖLÜM: FOOTBALL MANAGER VE OYUNCU DENEYİMİ.....	51
2.1. Football Manager Oyununa Dair: Oyunun Türü.....	52
2.2. Football Manager Oyuna Giriş ve Oyunun Temel Özellikleri.....	59
2.2.1 Football Manager ve Mekân.....	62
2.2.2 Football Manager ve Zaman.....	66
2.2.3. Football Manager Anlatı Yapısı.....	70
2.3. Football Manager’a Otoetnografik Bakış.....	73
2.3.1. Otoetnografiye Giriş: Menajerlik Oyunları Serüvenim.....	75
2.3.2. Alanda Bir Oyuncu.....	77
2.3.3 Oyuncu Deneyimi.....	83
2.4. Football Manager Oyuncularından Bir Kesit.....	87
2.4.1 Football Manager Oyuncu Türevleri.....	87
2.4.2 Football Manager Oyuncu Motivasyonu.....	99
2.4.3 Simülatif Futbol Dünyası: Football Manager.....	105
2.4.4. Football Manager Oyuncularının Sanal Kariyerleri.....	114
2.4.5 Zorunlu Ortaklıktan Gönüllü Ortaklığa: Football Manager Oyuncularının Etkileşim Alanları.....	124
SONUÇ.....	128
KAYNAKÇA.....	131
EK 1. DİJİTAL OYUNCULAR VE OYUNCU DENEYİMİ KONULARINDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR.....	140
EK 2. ORİJİNALLİK RAPORU.....	150
EK 3. ETİK KOMİSYON MUAFİYETİ FORMU.....	151

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1- Derinlemesine görüşmelere katılan görüşmeciler.....	5
Tablo 2- Sutton-Smith'e ait oyun sınıflandırma tablosu.....	28
Tablo 3- Salen ve Zimmerman'a ait oyun sınıflandırma tablosu.....	29
Tablo 4- Football Manager serisinin sürümlerinin kronolojisi.....	54
Tablo 5- Türlerine göre oyun sınıflandırma tablosu	55
Tablo 6- Geleneksel ve yenilikçi oyuncu gruplarının Football Manager oynama pratiklerindeki değişkenlikler.....	82
Tablo 7- Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ekseninde kullanıcının konumu.....	100
Tablo 8- Çevrimiçi oyunlar için tanımlanmış doyumlar.....	100
Tablo 9- Football Manager oyuncularının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı içerisindeki konumları.....	103
Tablo 10- Football Manager oyuncularının doyumları.....	104

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1- Laurel'in bilgisayar tabanlı çalışmalar ve tiyatro arasındaki ortak anlatım şeması.....	31
Şekil 2- Football Manager 2019 oyun kapağı.....	54
Şekil 3- Oyun başlangıç ekranı.....	59
Şekil 4- Avatar oluşturma ekranı.....	60
Şekil 5- Football Manager online oyun ekranı.....	61
Şekil 6- Menajer ana ekranı.....	62
Şekil 7- Takım ekranı.....	63
Şekil 8- Antrenman ekranı.....	63
Şekil 9- Taktik ekranı.....	64
Şekil 10- Football Manager 2D (2 boyutlu) maç motoru.....	65
Şekil 11- Football Manager 3D (3 boyutlu) maç motoru.....	65
Şekil 12- Football Manager oyuncularının oyun içerisinde harcadıkları Zamanı gösteren bölüm.....	68
Şekil 13- Football Manager oyununda oyun içi zamanı ilerletmek için kullanılan buton.....	68
Şekil 14- Football Manager içerisinde oyun zamanı ve olay zamanını gösteren bölüm.....	69
Şekil 15- Football Manager anlatı şeması.....	72
Şekil 16- Alex Ferguson's Manager oyun kapağı.....	77
Şekil 17- Çalışmanın yazarı Orhun Bilben'in kendi oyuncu deneyimini analiz etmek için oynadığı kariyer oyununa ait zaman bölümü.....	84
Şekil 18- Oyun günlüğünden bir örnek.....	85
Şekil 19- Lionel Messi'nin Football Manager 2019'daki profil sayfası.....	90
Şekil 20- Football Manager liderlik tablosu örneği.....	96
Şekil 21- Football Manager klasik (2D) maç simülasyonu.....	110
Şekil 22- Football Manager yenilenmiş (3D) maç simülasyonu.....	110
Şekil 23- Sepp Keenan ve Guinness Rekorlar Kitabı belgesi.....	112
Şekil 24- Football Manager'ın eski sürümlerinde yer alan avatar sayfası.....	115
Şekil 25- Football Manager'ın güncellenmiş avatar sayfası.....	116
Şekil 26- Football Manager avatar yüz tanıma sistemi.....	116

GİRİŞ

Oyun insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. İnsanın özündeki en temel isteği “oyun oynama isteği” olarak tanımlamak mümkündür (Tekerlek, 2006, s.50). Oyun kavramına yönelik tanım ve yaklaşımı nedeniyle Johan Huizinga'nın *Homo Ludens* isimli eseri oyun çalışmaları içerisinde oldukça önemli bir yer teşkil etmektedir. Huizinga (2018) oyun kavramını şu şekilde tanımlamaktadır;

Oyun, kültürden eski bir kavramdır. Çünkü kültür, her ne kadar yarım yamalak tanımlanmış haliyle daima insan toplumunun varlığını gerektirse de hayvanlar, insanların oyun oynamayı kendilerine öğretmelerini beklememişlerdir. Hatta insan medeniyetinin, genel oyun düşüncesine esaslı hiçbir katkıda bulunmadığını rahatça öne sürebiliriz (s. 9).

Huizinga'nın tanımından hareketle, oyunun insanlığının var oluşundan günümüze uzanan bir serüveni olduğunu söylemek mümkündür. Bu serüven içerisinde oyunlar da evrimleşmiş ve birçok farklı form içerisinde insanlığın yanında yer almıştır. Oyuna yönelik akademik çalışmalar, günümüzde oldukça yaygın olan, bilgisayar, mobil ve konsol oyunlarından önce de; Johan Huizinga, Roger Caillois ve Bernard Suits gibi pek çok değerli araştırmacı tarafından yapılmıştır. Ancak yeni medya ve bilişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte hayatımıza giren dijital oyun türleri ile birlikte, oyun çalışmalarına günümüzde daha da büyük önem atfedilmektedir.

Dijital oyunlar içerisindeki ilk oyun türü olan bilgisayar oyunları günümüzde en çok tercih edilen oyun formlarından bir tanesini oluşturmaktadır. Yeni medyanın sunmuş olduğu olanaklar ve gelişen teknoloji ile birlikte bilgisayar oyunlarının da içerikleri zenginleşmiş ve oyuncular arası etkileşim artmıştır. Oyun dünyasındaki bu gelişmeler oyunlarda hissedilen gerçekçilik duygusunu da artırmış, gerçek ve sanal arasında şeffaf bir sınır oluşmasını sağlamıştır. Bu gelişmeler oyun oynama pratiklerinin de değişmesine zemin hazırlamıştır.

Bu çalışmada analiz edilecek bilgisayar oyunu olan Football Manager sunmuş olduğu gerçek futbol dünyasının simülasyonu ile farklı bir oyuncu deneyimi ortaya

koymaktadır. Oyunun yaklaşık 25 yıldır var olduğu ve her sene güncellenerek gerçek ve sanal arasındaki etkileşimi artırdığı düşünüldüğünde, oyunun yeni sürümleriyle birlikte, Football Manager oyuncularını için sanal ve gerçekliğin çizgisinin daha da geçişken bir hale dönüşeceğini ön görmek mümkündür. Football Manager temelde oyuncu için gerçek sporcuların, antrenörlerin, spor yöneticilerinin üretilen sanal simülasyonları ile yaşayabilecekleri futbol menajerliği tecrübesi vaat etmektedir. Oyuncular oyuna kendi kimlikleri ile katılabilmekte ve oyun ile kişisel sosyal medya hesaplarını eş güdümlü olarak kullanabilmektedir. Oyunda kurulan bu kimlik sanal ortamda gerçeğin izdüşümünü oluşturduğu için Football Manager oyunu gerçeğe sanalın iç içe geçebilme durumuna örnek teşkil etmektedir. Gerçekle sanalın iç içe geçme durumu ise, alışılmışın dışında bir oyun oynama deneyimine işaret etmektedir. Bu çalışmanın amacı, bahsi geçen farklı oyun oynama deneyimini, gerçeğin simülasyonu ile oynayan oyuncunun günümüzde değişen konumunu ve kimliğini, gerçek ile dijitalin birleşimini sunarak dünyada oldukça büyük ilgi gören Football Manager oyunu üzerinden analiz etmektir.

Bu çalışma, yeni medyanın sunduğu pratikler ile oyun sektörünün oyuncu için gerçek ve sanal olanın sınırlarını nasıl çizdiğini belirli bir örnek oyun üzerinden araştırmayı hedeflemektedir. Oyuncuların yer yer gayri maddi emek, yer yer gerçek hayatta kazanca dönüşen oyun içi yatırımlar (zaman) sarf ederek oluşturdukları hem katılımcı hem de geliştirici olabildikleri Football Manager simülasyonu içerisinde hangi noktada oyuncu hangi noktada profesyonel çalışan oldukları değerlendirilecektir. Son olarak, oyun oynama pratiklerinin günümüz yeni medya imkânlarının sunduğu simülasyonlar aracılığı ile yaşadığı dönüşüm Football Manager örneği üzerinden tartışılacaktır.

Bu çalışmanın odaklandığı temel sorular ise şunlardır;

- Football Manager, oyun oynayan insanın (Homo Ludens) oyun pratiklerine yönelik ne gibi değişiklikler getirmektedir?
- Football Manager'ın oluşturduğu simülasyon ve performatif yapı aracılığıyla oyuncuya ne gibi farklı oyun oynama deneyimi sunmaktadır?
- Football Manager simülasyonu gerçek ile sanal arasındaki sınırları ne ölçüde etkilemektedir?

- Oyun oyuncuyu hangi ölçüde kullanıcı hangi ölçüde üretici olarak tanımlamaktadır?
- Oyuncuların oyunda oluşturdukları kimlik gerçek kimlik olarak mı, sanal kimlik olarak mı tanımlanmalıdır?
- Football Manager oyuncularının oyun içerisinde yaptıkları stratejiler, harcadıkları emek ve zaman, oyun içerisindeki sanal kimlikle birlikte gerçek kimliklerine yönelik yaptıkları bir yatırım olarak değerlendirilebilir mi?
- Gerçeğin simülasyonu ile oynamak, oyuncuya sanal dünyada nasıl bir doyum sağlamaktadır?

Araştırmanın teorik çatısı ilgili literatürün analizi ile kurulmuştur. Football Manager'ın oyuncusuna vaat ettiği oyun deneyimiyle örtüştüğü için literatüre yönelik tartışmanın merkezinde aşağıdaki anahtar kelimeler yer almaktadır;

- Oyun kavramı ve oyun tanımlamaları
- Narratoloji ve ludoloji kavramları
- Oyun oynama deneyimi
- Simülasyon kavramı
- Sibermetinsel kurgu
- Kullanımlar ve doyumlar
- Avatar kavramı
- Metinsel determinizm
- Dijital habitus
- Oyun içi emek
- Sanal kariyer
- Oyunda hile

Araştırmada ayrıca, oyun oynama deneyimini gözlemlemek ve literatür tartışmasında ele alınacak konu başlıklarını irdelemek için katılımlı gözlem tekniğine yer verilmiştir. Katılımlı gözlem, 5-12 kullanıcı arasında değişen oyuncu gruplarının kurmuş olduğu

oyun ağlarına katılarak yapılmıştır. Katılımlı gözlem için oyun ağları kurulmadan önce ağa katılacak oyunculara çalışma ile ilgili detaylı bilgi verilmiştir. Katılımlı gözlem sırasında her bir oyuncu aynı ülkenin futbol liginde yer alan farklı takımlar seçmiş, birbirlerinin yönettiği ve yapay zekânın yönettiği takımlarla mücadele etmiştir. Katılımlı gözlem süresince oyuncular çevrimiçi bir şekilde birbirleriyle mücadele etmiştir. Bu süreçte katılımcılar oyunu bir arada değil ayrı ortamlarda oynamıştır ve oyun içi iletişim süreci Steam çevrimiçi ağı üzerinden yürütülmüştür. Katılımlı gözlemlerde edinilen izlenimler için oyun günlükleri tutulmuş ve bu günlüklerde yer alan notlar araştırmanın gerekli yerlerinde kullanılmıştır. Katılımlı gözlem, 26.06.2018-15.07.2018 tarihleri arasında yapılmış ve toplamda 20 gün sürmüştür. Bu sürecin sonrasında, oyunu oynayan oyunculardan seçilen 8 kişilik bir grup ile araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsayan, daha çok açık uçlu soruların sorulduğu ve detaylı cevaplar alınmasına imkân veren bir veri toplama tekniği olarak tanımlanan (Tekin, 2006, s. 101) derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniği, görüşme yapan kişinin bizzat ve aktif olarak sürece katılması nedeniyle diğer görüşme türlerinden ayrılmaktadır (Aktaran: Tekin, 2006, s.101). Çalışmanın yazarı Orhun Bilben de bu süreçte görüşmelere bizzat katılmış ve görüşmecileri bizzat kayda geçirmiştir. Derinlemesine görüşmelere katılan oyuncuların bir kısmı katılımlı gözlemlerdeki oyun ağının içerisinde olan oyunculardan bir kısmı da bu ağların dışında kalan oyunculardan seçilmiştir. Seçim yapılırken farklı yaş, cinsiyet ve meslek gruplarından kişilerin görüşmeci olması yönünde bir çalışma yürütülmüştür. Bu bağlamda, katılımlı gözlem içerisinde seçilen 10, katılımlı gözlem dışında kalan oyunu çevrimiçi oynamayı tercih eden 5 kişiye Steam¹ ağı üzerinden ulaşılmış, çalışmanın amaç ve kapsamı anlatılmış ve görüşmeci olmayı kabul eden kişilerin iletişim bilgileri talep edilmiştir. Katılımlı gözlem grubu içerisinde, görüşme teklifinde bulunulan 6 kişi olumlu dönüş yaparken, Steam ağı üzerinden ulaşılan 2 kişi de görüşme çağrısını olumlu yanıtlamıştır. Olumsuz dönüş alınan görüşmeci adayları görüşme teklifini reddetmelerini; yoğun iş temposu, farklı şehirde ikamet durumu ve olası planlar ile görüşme tarihlerinin çakışması gibi gerekçelerle açıklamıştır.

¹ **Steam:** Valve Corporation tarafından geliştirilen, bir dijital dağıtım, dijital hak yönetimi, çok oyunculu oynanış ve iletişim sunan platformdur. Oyunların geniş çapta dağıtımı ve onlarla ilgili çoklu ortamların tamamen internet üzerinden yayılımı için kullanılmaktadır.

Derinlemesine görüşmeler 01.08.2018-09.09.2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve görüşmelerin tamamı yüz yüze yapılmıştır. Görüşmelerin yapılacağı mekânlar, görüşmecilerin istekleri ve önerileri doğrultusunda şekillenmiş ve Ankara içerisindeki çeşitli kafeler olarak belirlenmiştir. Görüşmelerde ses kaydı alınacağı için kalabalık ve gürültülü kamusal alanlar tercih edilmekten kaçınılmış ve görüşmelerin yapılacağı kafelere yönelik tercihler bu doğrultuda şekillenmiştir. Derinlemesine görüşmeler, 45-60 dakika arasında değişen sürelerde tamamlanmıştır. Derinlemesine görüşmeler çalışmaya aktarılırken, görüşmecilerin isimleri “Görüşmeci” olarak adlandırılmış ve her bir görüşmeci 1 ve 8 arasında numaralandırılmıştır. Derinlemesine görüşmelere katılan görüşmecilere ait tablo şu şekildedir;

İsim	Yaş	Cinsiyet	Meslek
Görüşmeci 1	25	Erkek	Öğrenci / Football Manager Oyun Gözlemcisi
Görüşmeci 2	30	Erkek	Finans Uzmanı
Görüşmeci 3	26	Erkek	Makine Mühendisi / Çevrimiçi Yayıncı
Görüşmeci 4	23	Kadın	Öğrenci
Görüşmeci 5	35	Erkek	Aktör
Görüşmeci 6	25	Erkek	Uzman
Görüşmeci 7	38	Erkek	Avukat
Görüşmeci 8	32	Kadın	Uzman

Tablo 1: Derinlemesine görüşmelere katılan görüşmeciler

Derinlemesine görüşmelerde oyunculara çalışmanın kuramsal çerçevesi ekseninde yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiş ve katılımcıların verdiği cevaplar kaydedilerek çalışmanın ilgili bölümlerinde kullanılmıştır. Derinlemesine görüşmelerde görüşmecilere yöneltilen sorular şu şekildedir;

1. Ne kadar zamandır Football Manager oynuyorsunuz?
2. Football Manager oyununa başlama hikâyenizi aktarabilir misiniz?

3. Football Manager için gündelik hayatınızdan ayırdığınız ortalama süre ne kadardır?
4. Sizi Football Manager oynamaya teşvik eden nedenleri açıklayabilir misiniz?
5. Football Manager sürümlerini düzenli olarak satın alıp oynuyor musunuz?
6. Football Manager'ın geçmişten günümüze güncelleyerek oyunun yeni sürümlerine dâhil ettiği 3D Maç Simülasyonu, 3 boyutlu avatar oluşturma ve sosyal medya entegrasyonu gibi özellikler hakkında düşünceleriniz nelerdir?
7. Dâhil edilen bu özelliklere (sosyal medya, maç motoru ve 3 boyutlu avatar) yönelik kullanım pratiklerinizi açıklayabilir misiniz?
8. Avatar oluştururken kendi kişisel bilgilerinizi kullanmayı ya da avatarınızı kişisel sosyal medya hesabınıza entegre etmeyi tercih ediyor musunuz?
9. Football Manager'ı çevrimiçi olarak mı çevrimdışı bir konumda mı oynamayı tercih ediyorsunuz? Tercihinizin altında yatan nedenleri nasıl açıklarsınız?
10. Football Manager oynarken çevrimiçi diğer etkileşim alanlarını kullanıyor musunuz?
11. Football Manager oynarken çevrimiçi diğer etkileşim alanlarını neden kullanıyorsunuz?²
12. Football Manager'ı diğer futbol oyunlarından ayıran özellikleri nasıl tanımlarsınız?
13. Football Manager oyununun size hissettirdiklerini ve sizde uyandırdığı düşünceleri nasıl açıklarsınız?
14. Football Manager ile ilgili unutamadığınız ve sıra dışı bulduğunuz oyun oynama deneyimleriniz oldu mu?
15. Football Manager oyunu üzerinden maddi kazanç sağlıyor musunuz? Sağlıyorsanız nasıl sağladığınızı açıklayabilir misiniz?
16. Oyun aracılığıyla maddi kazanç elde durumunun getirmiş olduğu oyun oynama deneyimini nasıl tanımlarsınız?³

Derinlemesine görüşmelerde yaş grupları arasında çeşitlilik sağlanmış bu durum, farklı yaş gruplarının oyuna yönelik yaklaşımlarını tespit etme yönünden avantaj sağlamıştır. Benzer şekilde, mesleki gruplar arasında da çeşitlilik gözlemlenmiştir, Football Manager

² Bu soru 10 numaralı soruya evet cevabı veren görüşmecilere sorulmuştur.

³ Bu soru 15 numaralı soruya evet cevabı veren görüşmecilere sorulmuştur.

oyunu ile ilgili profesyonel olarak çalışan görüşmecilerin de araştırmaya dâhil oluşu araştırmaya derinlik katmıştır.

Derinlemesine görüşme tekniğinin yanı sıra oyun süreci ve oyuncu araştırmaları için nitel metotlardan bir tanesi olarak kabul edilen otoetnografi yöntemi de araştırma içerisinde kullanılmıştır. İsminden de anlaşılacağı üzere, araştırmacının kendine odaklandığı bir araştırma türü olan otoetnografi; metot olarak öznel kimliği etnografi yapmanın bir parçası olarak kabul etmekle birlikte, araştırmacının yarattığı duyguları, düşünceleri ve tecrübeleri dokümanete etmeye odaklanmaktadır (Şengün, 2015, s.8). Bu çalışmada otoetnografi yönteminin kullanılmasının temel nedeni, tezin yazarı Orhun Bilben'in de Football Manager oyununun uzun süreli bir oyuncusu olması nedeniyle, oyun içi deneyimlerinin oyuncu deneyimi başlığı içerisinde değerlendirilebilecek konumda olmasıdır. Ayrıca ilgili bölümde, yazar araştırdığı grubun bir parçası olma durumunun yarattığı nesnellik problemini de sorgulamaktadır. Otoetnografik bölümün oluşum sürecinde yazar, oyun oynama deneyimleri sürecinde tutmuş olduğu oyun günlüklerinden faydalanmıştır.

Faydalanılan literatür araştırması, katılımlı gözlem, derinlemesine görüşme ve otoetnografi yöntemleri ile Football Manager'ın sunduğu oyun oynama deneyimi analiz edilecektir. Teknolojinin gelişimi ile birlikte giderek dönüşen dijital dünyada oldukça önemli bir noktaya ulaşan; sanal dünya, simülasyon ve etkileşim gibi kavramlar sayesinde, dijital oyunlar da oyuncular için çok yönlü ve sıra dışı oyun oynama deneyimleri sunmaktadır. Bu deneyimler sayesinde oyun oynayan insanın da oyuna yönelik kavrayış ve beklentileri değişime uğramaktadır. Bu noktada, dijital dünyayı anlayabilmek için, dijital oyunların oyun oynama deneyimi ekseninde analizleri oldukça önemlidir. Bu bağlamda, çalışma Football Manager oyuncu deneyimini aydınlatmaya çalışarak dijital oyun çalışmaları literatürüne katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Türkiye'de ve dünyada oyunlar üzerine yapılmış pek çok farklı araştırma bulunmaktadır. Bayraktutan-Sütcü (2009) Türkiye'de yapılan oyun çalışmalarının geçmişini ve yapılan çalışmaların içeriklerini şu şekilde özetlemektedir:

Türkiye’de oyun araştırmalarına akademik düzeyde ilgi öncelikle bu konuda çeşitli alanlarda lisansüstü tez çalışmalarının yapılmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalar işletme, eğitim, bilgisayar mühendisliği, mimarlık, iletişim bilimleri, kültürel çalışmalar gibi farklı disiplinlerden araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Bu çalışmaların büyük bir kısmında daha teknik bir yönelim olmasına rağmen daha son dönem çalışmalarda cinsiyetçilik, çeşitli ideolojik değer ve tartışmaların oyundaki görünümleri gibi konularda da lisansüstü tez çalışmaları üretildiğine rastlanmaktadır (s. 339).

Türkiye’de dijital oyun üzerine yapılan araştırmalar içerisinde, genel olarak oyunun çocuklar ve gençler üzerindeki zararlı etkileri üzerine sıkça yoğunlaşılan temalardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Gürses, 2015, s. 487). Ancak oyun, oyuncu ve oyun oynama deneyimi kavramları üzerine yapılmış bazı çalışmalar literatürde bulunmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye’de yapılmış çalışmalardan⁴öne çıkan konuları şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Farklı platformlardaki oyuncu deneyimleri ve oynanabilirlik kavramları
- Dijital oyunlarda oyuncu kabulü ve sanal motivasyon
- Dijital oyuncu kimliği
- Bilgisayar oyunlarında güç ilişkileri
- Oyuncu alımlama pratikleri
- Sosyal etkileşim çerçevesinde dijital oyuncular
- Gerçek ve sanal yaşam ikilemi
- Dijital oyunlarda oyun oynama pratikleri

Bu bağlamda yapılmış çalışmalar içerisinde; oyuncu deneyimini değerlendirmesi bakımından; Çakır Aker’in (2018) Oyuncu Deneyiminin Analizi: Farklı Oyun Platformlarında Oyuncu Deneyiminin Multimodal Değerlendirilmesi, Ahu Yolaç’ın (2017) Çok Oyunculu Çevrimiçi Oyun Oyuncularının Alt Kültürel Etkileşimleri: Gerçek ve Sanal Yaşamlar Arasında Bir Köprü Olarak Beden, Osman Doruk Kıcikoğlu’nun. (2016) Dijital Oyuncuların Oyun Oynama Alışkanlıkları ile Kendilerini Gördükleri Düzey Arasındaki Farklar ve Raşit Muhammet Gür’ün (2018) Çok Oyunculu Dijital Oyunlarda Oyun Oynama Pratikleri: MOBA ve MMORPG Oyunlar

⁴ İlgili çalışmaların, yazar, isim, konu, kavram ve yöntemlerin ayrıntılı şekilde açıklandığı “Dijital Oyunlar ve Oyuncular ile İlgili Türkiye’de Yapılmış Çalışmalar” adlı tabloya tezin EK 1 bölümünden ulaşılabilir.

Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme adlı çalışmaları literatüre katkı sağlamaktadır. Ayrıca, ilgili çalışmalar içerdikleri; kullanılabilirliğe dayalı deneysel ve sezgisel yöntemler, otoetnografi, katılımlı gözlem, derinlemesine görüşme ve çevrimiçi anket gibi pek çok farklı yöntem içermesi oyuncu deneyimi konusunda kapsamlı analizler sunmaktadır. Bu çalışmalarının yanı sıra oyuncu deneyimi ile doğrudan ilişkilendirilmesi mümkün olan; motivasyon, etkileşim ve dijital oyuncu kimliği kavramlarını oyuncular üzerinden değerlendiren araştırmalar da mevcuttur. Bu bağlamda, özellikle Özge Baydaş Sayılğan'ın (2014) Etkileşimli Drama Olarak Dijital Oyunların ve 'Etkileşimliliğin İdeolojisi, Tülin Sepetçi'nin (2017) Dijital Oyunlar, Dijital Oyuncular: Karşı Hegemonya Pratikleri ve Sosyal Etkileşim ve Özlem İskender'in (2015) Çevrimiçi Oyun Oynama Motivasyonları ve Oyuncuların Bireysel Değerleri: Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Açısından Bir Değerlendirme adlı çalışmaları içerdikleri çevrimiçi anket, etkileşimli metin analizi, derinlemesine görüşme ve katılımlı gözlem gibi yöntemsel zenginlikle araştırma konuları hakkında detaylı bilgi sunmaktadır. Yer verilen örneklerde ve çalışmanın ek bölümünde yer alan *Dijital Oyunlar ve Oyuncular ile İlgili Türkiye'de Yapılmış Çalışmalar* tablosunda görüleceği gibi, bilgisayar oyunu oyuncularını; kimlikleri, oyuncu deneyimleri, motivasyonları ve alımlama pratikleri gibi pek çok farklı açıdan değerlendiren çalışma bulunmaktadır. Ancak Türkiye'de yapılmış çalışmalar içerisinde, oyun oynama deneyimini Football Manager oyunu özelinde değerlendiren bir çalışma mevcut değildir.

Dünyada da dijital oyun araştırmalarına oyunu deneyimi, oyun oynama deneyimi ve dijital oyuncu türleri üzerinden yaklaşan birçok çeşitli çalışma örnekleri⁵ mevcuttur. Oyuncu deneyimini temel alan çalışmalardan Ermi ve Mayra'ya ait (2007) Fundamentals Components of the Gameplay Experiences: Analysing Immersion, Klimmt, Hefner, ve Vorderer'in (2009) hazırladığı The Video Game Experience as "True" Identification: A Theory of Enjoyable Alterations of Players' Self-Perception gibi çalışmalar sunmuş oldukları kapsamlı literatür ile konu hakkında nitelikli bilgi sunmaktadır. Türkiye'den farklı olarak dünyada Football Manager oyununu konu alan akademik çalışmalar da bulunmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmaya en yakın görünen akademik araştırma olarak Football Manager ve Championship Manager oyuncularını

⁵ İlgili çalışmaların, yazar, isim, konu, kavram ve yöntemlerin ayrıntılı şekilde açıklandığı "Dijital Oyunlar ve Oyuncular ile İlgili Uluslararası Çalışmalar" adlı tabloya tezin EK 1 bölümünden ulaşılabilir.

oyuncu kültürü ve oyundan aldıkları hazlar kapsamında inceleyen G. Crawford'ait (2006) *The Cult of Champ Man: The Culture and Pleasures of Championship Manager/Football Manager Gamers* adlı makaleyi tanımlamak mümkündür. Makale ayrıca ilgili oyunların oyuncularını ile yaptığı derinlemesine görüşme yöntemi ile de bu çalışmaya yakınsa da oyuncu deneyimine odaklanmamasından dolayı bu çalışmadan farklılaşmaktadır. Değınilen örneklerde ve çalışmanın ek bölümünde yer alan *Dijital Oyunlar ve Oyuncular ile İlgili Uluslararası Kaynaklar* adlı tabloda görüleceğı üzere, oyun oynama deneyimi ve oyuncu deneyimi konseptlerine yönelik pek çok farklı açıdan yaklaşan çalışma literatürde mevcuttur. Bununla birlikte, Football Manager oyununu da ele alan çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmaların içerisinde oyunun, finansal, taktiksel ve antrenman teknikleri yönünden futbol literatürüne ve kamuoyunda futbola yönelik oluşan ayrıntılı bakış açısına yapmış olduğu katkılara yönelik yapılan araştırma mevcut olduğu gibi, Football Manager oyuncularının kimliklerine farklı açıdan yaklaşan makalelere de rastlamak mümkündür. Bu bağlamda yapılan çalışmalar, Football Manager oyuncularını oyuncu kültürü ve oyuncu kimliğı ekseninde değerlendirmiştir. Ayrıca, bu konuda yapılan çalışmalar akademik kısa makaleler ile sınırlı olduğundan Football Manager oyuncularını ile ilgili oyunun her yönüyle bağlantılı detaylı bir analiz sunulma imkânı olmamıştır. Özetle, oyun oynama deneyimi, oyuncu deneyimi ve Football Manager ile ilgili farklı bakış açıları üreten akademik çalışma örnekleri mevcut olsa da Football Manager oyununa, doğrudan oyuncu deneyimi üzerinden odaklanan bir çalışma mevcut değildir. Bu yönüyle, Football Manager ekseninde oyuncu ve oyun oynama deneyimine odaklanan bu çalışma, oyun çalışmaları ile ilgili akademik literatüre de katkıda bulunacaktır.

Çalışmanın bir takım sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, çalışma konusu olan oyunun futbol temalı olmasından kaynaklı bir şekilde cinsiyet çeşitliliğini sağlamak açısından bir takım kısıtlamalarla karşılaşmıştır. Bu nedenle, katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmelerde kadın ve erkek görüşmeciler arasında eşit ya da birbirine sayıca yakın bir dağılım sağlanamamıştır. Bununla birlikte, çalışmanın ikinci bölümünde yer alan *Football Manager ve Zaman* başlığı altında detaylı şekilde ele alınacağı üzere Football Manager'ın oyun içi zamanında ileri derece mesafe kat etmek ve birden fazla futbol sezonu tamamlayabilmek için oyuncunun özel hayatından Football Manager oynamak için ciddi bir vakit harcaması gerekmektedir. Bu nedenle, tüm oyuncuların eş zamanlı katılımını gerektiren katılımlı gözlemlerde, oyuncuların eş

zamanlı olarak özel hayatlarından çok uzun saatler ayırmasının mümkün olmaması sebebiyle uzun futbol sezonları boyunca oyunu oynayabilmek ve bu doğrultuda gözlem yapabilmek mümkün olmamaktadır. Derinlemesine görüşmelere katılmayı yalnızca Ankara ve İstanbul'da ikamet eden oyuncular kabul etmiştir. Bu durum da, uluslararası popülaritesi oldukça yüksek olan Football Manager oyununa yönelik yalnızca Türkiye sınırları içerisindeki iki farklı şehirden gelen katılımcılardan derinlemesine bilgiler edinilebilmesine sebep olmuştur. Türkiye'den ve dünyadan çeşitli Football Manager oyuncu deneyimlerine çalışmada yer verilerek bu alandaki sınırlılık aşılmaya çalışılmıştır.

1.BÖLÜM

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE OYUN KAVRAMI VE OYUNCU DENEYİMLERİNDE DÖNÜŞÜM

Geçmişten günümüze sürekli yeniden üretilen ve kendini yenileyen oyun kavramına yönelik pek çok tanımlama yapılmıştır. Araştırmanın kavramsal çerçevesinin şekillendirileceği bu bölümde, geçmişten günümüze oyun kavramına yönelik yapılmış bu tanımlamalara yer verilecek, bununla birlikte Johan Huizinga'nın tanımlamış olduğu "*Oyun Oynayan İnsan*" kavramı değerlendirilecektir.

Araştırmanın kavramsal sınırlarının çizileceği bu bölümde ayrıca, oyun çalışmalarında kırılma noktası yaratan dijital oyunlar ve buna bağlı olarak gelişen ludolojik yaklaşımlar ele alınacaktır. Dijital oyunlara yönelik yapılan sınıflandırmalar analiz edildikten sonra, dijital oyun oynama pratikleri hakkında çıkarım yapılmasını sağlayacak olan; kullanımlar ve doyumlar, simülasyon, sibermetin ve sanal kariyer kavramları ele alınacaktır.

Oyuncular dijital dünyada oyun oynama pratikleri geliştirip, oyun oynama tecrübeleri edinirken aynı zamanda dijital habituslarını ve sanal kariyerlerini de şekillendirmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bu bölümünde, oyuncu sanal bir kariyer inşa ederken karşısına çıkacak olan; avatar, oyun içi emek ve hile kavramlarına yönelik değerlendirmelere de yer verilecektir.

1.1. OYUN KAVRAMI ÜZERİNE

Oyun, insanın varlığıyla beraber kendini ve yaşamını ilk kurgulayışı olarak tanımlanmaktadır. Oyunun kendisi, insanın tarihi kadar eskilere dayanmaktadır. Oyun hakkındaki düşünceler ise insanın düşüncelerinin başlangıçlarına kadar uzanmaktadır. (Öksüz, 2017, s. 51-56). Öyle ki, Jean Paul Sartre, oyun kavramını insanın ilk sanatı olarak nitelendirmektedir (Eren, 2017, s. 1). İnsanlık tarihi kadar eski olan oyun

kavramının geçmişten bugüne çok çeşitli tanımları bulunmaktadır. Oyuna yönelik yapılmış bu tanımların sınırları gündelik hayata dair birçok farklı durumu kapsamaktadır. Karl Groos, *The Play of Animals* (1976) adlı eserinde oyunu uyum sağlayıcı bir mekanizma olarak tanımlamaktadır (s. 100). Bu tanım oyunun, insanlığın varoluşundan günümüze farklı formlar içerisinde sürekli yeniden üretilen bir kavram olduğunu açıklamaktadır. Oyunun insanlık tarafından sürekli yeniden üretilmesi ve bu süreçte oyunun sürekli yenilenmesi nedeniyle, oyun kavramına yönelik tanımlamanın belirli kalıplar içerisinde yapılamadığı belirtilmektedir. (Aktaran: Akbulut, 2009, s.25).

Öztürk (2018) oyunun tarihsel gelişimine şu şekilde değinmektedir;

Oyunu ait olduğu toplumun değerlerini anlatan kültürel bir ifade şekli olarak düşünmek mümkündür. Bu nedenle, antropologlar kültür yaygınlaşmalarını ve göç yollarını incelerken temel olarak oyun faaliyetlerinden yararlanmışlar ve oyunların yardımı ile göç yollarını ve bir kültürün, uygarlığın imgelerini ortaya koymaya çalışmışlardır. Çünkü oyunlar, toplumun geleneksel kültürü, kültür yaşamı ve birikiminden etkilenmektedir. Toplumsal kültürün gelişiminde, oyunlar önemli bir yer tutmaktadır. Aynı zamanda; oyunlar, halk hikâyeleri ve efsaneler gibi kolayca yayılarak, dil, yer ve zaman sınırlarını aşır evrensel bilinci arttırmaktadır (s.3-4).

İnsanlığın var oluşundan günümüze kadar varlığını sürdürdüğü düşünüldüğünde, oyun kavramını ve oyun oynayan insanların oyuna yönelik deneyimlerini medeniyet tarihinden ayrı olarak okumak mümkün değildir. Bu nedenle, oyun kavramının, insanlığı, yaşamı ve medeniyeti tanımlayabilmek, anlamlandırabilmek ve yorumlayabilmek için en önemli olgulardan bir tanesi olduğunu söylemek mümkündür.

1.2. OYUNA İLİŞKİN TANIMLAR

Oyun kavramını basitçe, belli kuralları olan ve insanın vaktini hoş geçirmesini sağlayan eğlence pratikleri olarak tanımlamak mümkündür. Johan Huizinga (2013), oyunun biçimsel karakteristik özelliklerini sıradan hayatın dışında oldukça bilinçli olarak duran, ciddi olmayan, ancak aynı zamanda da bütünüyle oyuncuyu güçlü ve yoğun bir şekilde içine çeken özgür bir aktivite olarak tanımlamaktadır (s. 13). Bu tanımdan yola çıkılarak oyun kavramını; hem ciddiyeti dışlayan bir uğraş hem de kendi içerisinde oyuncu için bağlayıcı disiplin barındıran bir eğlence pratiği olarak açıklamak

mümkündür. Huizinga (2018) *Homo Ludens* adlı eserinde oyuna özgü karakteristik özellikleri şu şekilde tanımlamaktadır;

- Her oyun, her şeyden önce gönüllü bir eylemdir. Komutla oynanan, oyun artık oyun değildir.
- Oyun “gündelik” veya “asıl” hayat olarak tanımlanamaz. Oyun, gerçek hayattan daha çok kendine has bir yapısı olan geçici bir aktivite küresine adım atıştır.
- Oyun başlayan ve belli bir anda biten, kendisini sona götüren bir aktivitedir.
- Oyunun mekânsal sınırlılığı, zamansal sınırlılığından da şaşırtıcıdır. Bütün oyun hareket eder ve varlığını madden ya da kafada, tasarlayarak veya kendiliğinden, önceden sınırları çizilmiş bir oyun alanında sürdürür. Arena, kumar masası, sihirli daire, tapınak, ekran tenis kortu mahkeme salonu gibi mekânların tümü oyun alanlarının şekline ve işlevine sahiptir. Hepsi, sıradan dünyadaki, ayrı bir oyunun sergilenmesine adanmış, geçici dünyalardır.
- Oyun alanlarının sınırları içinde kendine özgü mutlak ve ayrıcalıklı bir düzen hüküm sürer. Oyun bu bağlamda, bir düzen oluşturur. Oyun düzendir.
- Oyun heyecan, belirsizlik ve risklilik anlamına gelir. Bu bağlamda, oyun bir sorunu belirleme ve sonlandırma çabasıdır.
- Oyun cezbedici bir etkinliktir.
- Oyun, özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içerisinde oynanır.
- Ciddiyet oyunu dışlar, ama oyun ciddiyeti kapsayan bir kavramdır (s. 17-21).

Huizinga'nın oyun kavramına atfetmiş olduğu karakteristik özellikler ışığında oyuna yönelik kapsamlı tanımı şu şekilde yapmak mümkündür: oyun, gönüllülük esasına dayanan, özgür, tekrarlanabilir, cezbedici ve ciddi bir aktivitedir. Bununla birlikte, oyun mekânsal kısıtlılığı bakımından kutsal eylemlerle benzeşmektedir. Son olarak oyun ve düzen arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır, oyun sınırlı bir mükemmellik yaratan düzenin ta kendisidir.

Huizinga'nın oyuna yönelik yapmış olduğu tanımlar oyun çalışmaları alanındaki birincil kaynaklardan bir tanesini oluşturmuştur. Günümüzde de Huizinga'nın oyun tanımı oyun çalışmalarının merkezindeki yerini korumaktadır. Metin And (1974) Huizinga'nın

getirmiş olduğu oyun tanımının oyun çalışmaları içerisindeki önemini şu şekilde açıklamaktadır;

Huizinga, Batı Uygarlığında çağcıl bilimin ve felsefenin getirdiği önemli bir ikiliği değiştirmiştir. Huizinga'ya göre oyun kültürden öncedir, çeşitli kültürlerden çıkma ya da bir rastlantı sonucu değil, tersine çeşitli kültür biçimlerinin doğuşunda başlıca etkidir. Bununla, kültürde oyun ögesi denince, uygar yaşamda çeşitli eylemlerde, oyuna önemli bir yer ayrıldığı ya da oynadıklarına bakarsak ve bunu yalnızca bir tepki ya da içgüdüyle yapmadıkları, kökeninde, oyundan kültüre bir dönüşüm olduğu söylenmek istenmektedir. Yaygın inanca göre iş ve oyun ayrı kavramlar iken, Huizinga bunun tersini kanıtlamıştır (s. 27).

Huizinga'nın ardından, oyun üzerine çalışan teorisyenler Huizinga'nın oyun tanımını geliştirmiş ve daha kapsamlı bir forma dönüştürmüştür. Roger Caillois de oyun kavramına yönelik önemli çalışmalarda bulunmuş yazarlardan bir tanesidir. Caillois (1994), oyuncu ve oyun arasındaki bağlayıcı disiplini sağlayan, oyuna özgü nitelikleri şu şekilde tanımlamaktadır;

- Oyun gönüllü bir eylemdir,
- Oyun belirli bir zamanla ve mekânla sınırlanmış, yalıtılmış bir etkinliktir,
- Oyun, oyunun varacağı sonuca dair belirsizlik içerir,
- Oyun üretim ya da kar doğurmayan bir faaliyettir,
- Oyunun belirli kuralları ve düzeni vardır,
- Oyun, gerçek hayata alternatif bir ikinci hayata yönelik özel bir farkındalık yaratır (s. 10).

Caillois'in oyuna yönelik tanımlarından pek çoğunun (oyunun gönüllü bir eylem olması, belirli bir zaman ve mekân ile kısıtlanmış olması, gerçek hayata alternatif bir yaşam sunması) Huizinga'nın oyun tanımları ile örtüştüğü görülmektedir. Ancak Caillois, Huizinga'nın tanımına ek olarak, oyunun anlatı yapısını irdelemekte ve oyunun sonucuna dair belirsizlik ögesinin altını çizmektedir. Bununla birlikte, Caillois oyun kavramını sosyo-ekonomik çerçeveden de ele almakta ve oyunu kar doğurmayan bir faaliyet ya da üretim olarak nitelemektedir.

Oyun çalışmalarında 1980'li yıllara gelindiğinde oyun üzerine önemli açılımlar geliştirmiş Bernard Suits ön plana çıkmaktadır. Suits, *Çekirge Oyun, Yaşam ve Ütopya* kitabında günlük dilde 'oyun (game)' olarak ifade edilen örneklerin 'oyun öğelerini (elements of game)' içerip içermediğini inceleyerek bir 'oyun oynama (game playing)'

tanımına ulaşmaya çabalamıştır. Suits'in oyun oynama tanım kısaca şu şekilde özetlenebilmektedir: “Oyun oynamak, gereksiz engeller uyarınca bir gönüllü çabadır”. (Filiz, Erdemli ve Yorulmazlar, 2017, s.23). Filiz, Erdemli ve Yorulmazlar (2017) Suits'in bu tanımı ile oyuna yönelik aşağıdaki üç özelliği ön plana çıkarttığını belirtmektedir;

- Oyun ile bir sorunun üstesinden gelinmektedir,
- Oyun için sarf edilen çaba “gereksiz” olarak adlandırılan bir engel uyarınca gerçekleşmektedir,
- Oyun için sarf edilen çaba gönüllü bir çabadır (s. 24).

Bernard Suits, ayrıca kitabında oyun kavramını dört ana kavram üzerinden değerlendirmektedir;

- **Prelusorik⁶ Amaç:** Her oyunun kendi içerisinde bir amacı mevcuttur. Prelusorik amaç, herhangi bir oyun için ya da özel bir oyunun oynanması ile doğrudan ilişkili değildir, daha geniş bir kapsamı içermektedir. Bundan dolayı, bir parçası olabileceği herhangi bir oyundan önce ya da ondan bağımsız olarak tanımlanabilir bir amaç olarak belirmektedir.
- **Kurucu Kurallar:** Bir oyunun, belirli bir oyun olması için o oyunu belirleyen kurallara tanımlamak için kullanılmaktadır.
- **Lusorik Olanaklar:** Bir oyunun prelusorik amacına ulaşmak için kurucu kurallar çerçevesinde kullanılabilir olan araç, gereç ve yöntemler olarak tanımlanmaktadır.
- **Lusorik Tavır:** Lusorik olanakları sınırlayan kurucu kurallara gönüllü olarak uyma hali olarak nitelendirilmektedir (Aktaran: Filiz, Erdemli ve Yorulmazlar, 2017, s. 24-25).

Suits'in oyunu temellendirdiği dört ana kavram özelinde, oyuna ait; amaç, kurallılık, olanaklar ve gönüllülük niteliklerinin ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Suits ile aynı dönemde oyun ile ilgili kayda değer çalışmalardan bir tanesi de Chris Crawford'dan gelmiştir. Crawford 1982 yılında yayınlanan *The Art of Computer Game Design* kitabında oyuna özgü nitelikleri şu şekilde tanımlamaktadır;

⁶ Lusorik' kelimesi, Latince 'oyun' anlamına gelen ludus kelimesinden türetilmiştir. Bu çerçevede, 'prelusorik' kelimesi de, 'oyun öncesi/oyundan önce' anlamına gelmektedir ((Filiz, Erdemli ve Yorulmazlar, 2017, s. 23).

- Oyunlar birer sistemdir,
- Oyunun kuralları vardır,
- Oyun gerçekliğin yansımalarını içerir,
- Oyun etkileşim içerir (s. 3-9).

Crawford'un oyuna atfetmiş olduğu özelliklerden yola çıkarak, 1980'li yıllarda bilgisayar oyunlarının oyun sektöründeki ağırlığının giderek artmasının oyun üzerine yapılan tanımları da etkilediği görülmektedir. Dijital platformun sunduğu olanaklar ile oyun tanımı içerisine "gerçeğin yansıması" (simülasyon) ve "etkileşim" gibi öğelerin girmeye başladığı görülmektedir.

Costikyan (2002) oyun kavramını sanatsal bir ürün olarak tanımlamaktadır (30). Costikyan, dijital medyanın gelişiminin oyun kavramı üzerindeki etkisini gözlemlemiş ve dijital medyanın getirilerini de göz önünde bulundurarak, oyun kavramına yönelik daha kapsamlı bir tanım oluşturmaya çalışmıştır. Costikyan'a göre (2002) oyuna ait temel özellikler şu şekildedir;

- Oyunlar sistemlidir.
- Oyun bir veya birden fazla oyuncunun aktif olarak oynadığı bir yapı olarak tanımlanmalıdır.
- Oyuncular oyun sistemiyle etkileşim kurarak ve oyun oynama deneyimini yaşarlar.
- Oyunlar gerçekliğin birer yapay yansımasını sunmaktadır.
- Oyunda güçlerin mücadelesi vardır. Mücadele farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir.
- Oyunun genel yapısı kurallar aracılığıyla belirlenmektedir.
- Oyunların ölçülebilir çıktıları bulunmaktadır (s. 14-29).

Costikyan'ın da oyun tanımında görüldüğü üzere, dijital oyunların gelişmesi ve kendi içerisinde bir endüstriye dönüşmeye başlamasıyla birlikte, etkileşim, ölçülebilirlik, gerçeklik yansıması (simülasyon) kavramlarının oyun çalışmaları içerisinde değerlendirilmesi ve oyuna ait özellikler olarak tanımlanması kaçınılmaz duruma gelmiştir.

Yakın dönem oyun çalışmaları içerisinde, Rubin, Fein ve Vandenburg'un oyuna yönelik geliştirmiş oldukları ölçütler birçok yazar ve eğitimci tarafından oyunu tanımlamak için

yeterli bulunmuştur (Bozan, 2014, s.47). Rubin, Fein ve Vandenburg'un oyuna atfetmiş oldukları ölçütleri şu şekilde tanımlamak mümkündür;

- Oyun içsel motivasyon ile güdülenmiştir
- Oyun, oyunu oynayanlar tarafından serbestçe seçilmiştir
- Oyun eğlenceli ve haz vericidir
- Oyunda gerçeklere tıpkısı gibi bağlı kalınmaz
- Oyun bir süreçtir
- Oyunda çocuk kendi kendini yönetir (Aktaran: Bozan, 2014, s.48).

Oyun antropolojiden psikolojiye, pedagojiden iletişim bilimlerine dek çeşitli disiplinlerin ilgi alanına giren bir kavramdır (Akbulut, 2009, s. 25). Bu nedenle oyun kavramı tarihsel süreç içerisinde yalnızca oyun çalışmaları çerçevesinden incelenmemiş, birçok farklı disiplin çerçevesinden de değerlendirilmiştir.

Örneğin, psikolog Jean Piaget (1962) oyunu zihinsel (bilişsel) çerçeveden ele almakta ve oyunu bir tür asimilasyon formu olarak tanımlamaktadır. Bu asimilasyon formunu ise insanların kendi kişisel fikirlerini ve davranış stratejilerini dayatmaya çalıştığına oluşan bir dünya olarak nitelemektedir (s. 3). Oyun kavramını bilişsel yönden ele alan Jean Piaget'nin de oyun kavramına dair görüşleri oyun çalışmalarında önemli bir yer edinmektedir. Piaget (1962) oyun kavramı ele alırken oyun kavramına dair bir takım kriterler tanımlamaktadır. Bu kriterlere göre;

- Oyun rastgele yapılan bir davranış biçimi değildir, davranışın ardında belirli bir yönelim mevcuttur.
- Oyun gerçekten asimile olma durumudur.
- Oyun haz için yapılan bir aktivitedir.
- Oyun organize bir yapı içerir.
- Oyun içerisinde bir "çatışma" içerir
- Oyun motivasyon fazlalığıdır (s. 1-4).

Sigmund Freud oyun kavramını psikoanalitik çerçevede değerlendirmiş oyunu çocuğun duygusal problemleri hakkında bilgi edinmemizi sağlayan bir olgu olarak görmüştür. Ona göre oyunun tersi ciddiyet olmayıp gerçeğin kendisi olup oyunda sevgi, nefret, kızgınlık gibi duygularını başkalarına ya da nesnelere yansıtılabilmektedir (Bozan, 2014,

s.53). Freud'a göre benlik gelişimiyle ilişkili olarak mantıksal düşünmenin başlaması ile birlikte oyun son bulmaktadır.

Lev Vygotsky, oyuna sosyo-kültürel açıdan yaklaşmış ve sosyo-kültürel gelişim kuramını geliştirmiştir. Bu kuram, oyunun kökeni ve rolüne ilişkin analizlere dayanmaktadır. Vygotsky'e göre oyun, bilişsel mekanizmaların işlemesine en uygun ortamı sağlamakta ve hayali bir çözüm yaratmaktadır. Vygotsky bu kuram ile ayrıca, oyunun haz verici özelliği olduğu kadar, kuralcı yanını da vurgulamaktadır. Sosyo-kültürel gelişim kuramına göre oyun sosyal ve kültürel olarak belirleyici konumda bulunmaktadır. Buna göre oyun, çocukların gerçek hayattaki rolleri (doktor ve polis gibi) oynaması vasıtasıyla, sosyal roller ve kurallar ile ilgili zihinsel örneklem oluşturmaktadır (Bozan, 2014, s. 54).

Özetle, insanlık tarihi kadar eski bir olgu olarak nitelendirilen oyun kavramına yönelik geçmişten günümüze kadar pek çok farklı tanım yapılmış ve bu tanımlamalar yapılırken oyun kavramına çok çeşitli özellikler atfedilmiştir. Oyun üzerine yapılan çalışmalar, Huizinga'nın oyun kavramı üzerine çeşitlendiği ve geliştirildiği görülmektedir. Bu nedenle, oyun çalışması yaparken Huizinga'nın oyun ve "oyun oynayan insan" (Homo Ludens) kavramını ele almak ve irdelemek kaçınılmaz bir durumdur.

1.3. OYUN OYNAYAN İNSAN "HOMO LUDENS"

Oyun kavramı üzerine yapılan çalışmalar pek çok farklı perspektiften ele alınmış olsa da oyun çalışmalarının merkezinde Johan Huizinga'nın oyuna yönelik geliştirmiş olduğu tanımların yer aldığı görülmektedir. Huizinga, oyun kavramını tanımlarken, oyunu oynayan insana yönelik de tanım geliştirmiş ve oyun oynayan insanı "Homo Ludens" olarak nitelemiştir. Yavuz Demirbaş (2017) oyun çalışmaları ve Huizinga'nın Homo Ludens kavramı arasında ilişkiyi şu şekilde tarif etmektedir;

Oyun çalışmaları yazınının temel meselelerinden biri, oyun kavramının nasıl tanımlanacağı olmuştur. Oyun kavramı ve bu kavramın sınırları üzerine tartışmalar, oyun çalışmalarında farklı kampların oluşmasında da belirleyici rol oynamıştır. Oyun kavramını tanımlamaya yönelik yaklaşımlar, oyun çalışmalarının geleceğine yön verme çabalarıyla iç içe geçmiş durumdadır. Huizinga'nın Oyuncu İnsanı (Homo Ludens) da benzer bir mücadelenin izlerini taşır (s. 353).

Dolayısıyla, oyun kavramını anlamlandırmak için Huizinga'nın oyun yaklaşımını özümsemek gerektiği gibi, bunu yapabilmek için de oyun kavramını oyun oynayan insan kavramıyla birlikte değerlendirmek gerekmektedir. Metin And, (1974) Huizinga'nın Homo Ludens tanımının kültürel çalışmalar alanındaki önemine şu şekilde değinmektedir;

Nasıl Darwin, insan-hayvan ayrımı, Freud ise usçul-usdışı ayrımı gibi ikilikleri bozmuşsa; İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Hollandalı tarihçi Huizinga da Homo Ludens adlı incelemesi ile önemli bir ikiliğin dengesini bozmuş, insan kültürüne yeni bir boyut getirmiştir. Homo Faber (Yapımcı İnsan), Homo Sapiens (Düşünür İnsan) ikilisinin karşısına üçüncü bir insan, Homo Ludens'i (Oyuncu İnsan) çıkarmıştır (s. 27).

Huizinga (2018), oyunu kültürden daha eski bir kavram olarak tanımlamaktadır (s. 9).

Bu tanımını da şu şekilde açıklamaktadır:

Kültür her ne kadar yarım yamalak tanımlanmış haliyle daima insan toplumunun varlığını gerektirse de hayvanlar, insanların oyun oynamayı kendilerine öğretmelerini beklemişlerdir. Hatta insan medeniyetinin genel oyun düşüncesine esaslı hiçbir katkıda bulunmadığını rahatlıkla öne sürebiliriz...

Burada çok önemli bir noktaya varmış oluyoruz: Hayvan düzeyindeki en basit formlarında dahi, oyun mutlak bir fizyolojik olgudan ya da refleksten daha fazlasıdır; safi fiziksel veya biyolojik aktivitenin sınırlarını aşar. Önemli bir fonksiyondur, yani, bir mantığı vardır. Oyun içinde hayatın acil gereksinimlerine baskın gelen ve manayı eyleme katan "oyunda" kavramını barındırır. Tüm oyun bir şey ifade eder. Oyunun özünü oluşturan etken kaideyi içgüdü olarak adlandırırsak, hiçbir şey dememiş oluruz; eğer buna "akıl" veya "dilek" dersek de abartmış oluruz. Buna rağmen, oyunun tam da kendi doğasındaki manevi bir niteliği çağrıştıran bir anlam içerdiği gerçeğini göz önüne alabiliriz (s. 9-10).

Huizinga oyunu kültürün bir fonksiyonu olarak ya da kültürden önce var olan bir olgu olarak iki farklı şekilde tanımlandığını şu şekilde açıklamaktadır;

Oyun sorunsalını bilinen kültürün bir fonksiyonu olarak ve onu hayvan ya da çocuk yaşamındaki halinin dışında ele alırken biyoloji ve psikolojinin bıraktığı yerden başlarız. Kültürde oyunu, kültür henüz türemeden evvel var olan, ona eşlik eden ve en erken başlangıçlardan doğruca medeniyetin şu anda yaşamakta olduğumuz aşamasına kadar her yanına nüfuz eden, doğuştan bir büyüklük olarak buluruz (s. 12).

Huizinga oyun sorunsalındaki iki farklı kavrayışı ele aldıktan sonra kendisinin oyuna yönelik yaklaşımını şu şekilde aktarmaktadır;

Her durumda önemli olan, “oyun” diye adlandırdığımız yaşam formunun özelliğini bir başına fazlasıyla taşıyan bu türdür. Oyunu özel bir etkinlik türü olarak, “belirgin bir oluşum” olarak, sosyal bir işlev olarak konu ediniyoruz. Genel olarak oyunu şartlandıran doğal dürtü ve alışkanlıklara bakmayacağız; ancak oyunu, kendisi sosyal bir yapı olduğundan, farklı farklı kalıplarda düşüneceğiz. Oyunu oyuncunununki gibi ilkel manasıyla ele alacağız. Oyunun belli imgelerin manipülasyonuna, gerçekliğin belli şekilde “imgeleştirilmesi”ne dayandığına varırsak, o zaman asıl sorunumuz bu imgelerin ve onların “imgeleştirilmesi”nin değerini ve önemini kavramak olacaktır (s. 12).

Bu tanımdan yola çıkarak Huizinga’nın, kültür kuramını kültürden daha eski olarak nitelemiş olduğu oyun kavramı aracılığıyla tanımladığını belirtmek mümkündür. Yani Huizinga’ya göre, oyun ile kültür ilişkisi üzerinde dururken oyun kavramını kültürü açıklamak için “bir araç” olarak tanımlamak gerekmektedir.

Kültür kuramını açıklamak için oyun kavramını bir araç olarak kullanan Huizinga Homo Ludens adlı eserinde, esasında bu kavrayışın kendi eseriyle temellenmediğini de belirtmektedir. Bu fikrin temelleri Platon’a kadar uzanan bir karşılaştırma olduğunu ve belirten Huizinga ’ya göre, bu fikir bu güne kadar etik bir anlam taşımış, oyunun kültürün düpedüz bir temeli ve bir faktörü olduğunu kimse açığa çıkartamamıştır. Frobenius, kültürden “doğal varlık’tan kaynaklanan bir oyun” olarak tanımlamıştır. Ancak Huizinga’nın Homo Ludens çalışmasına kadar, kültür ve oyun arasındaki ilişkiyi aşırı mistik bir biçimde yorumlamış ve kültürün oyun dair karakterini tam olarak açığa çıkartılamamıştır (s. 27-29). Huizinga kültür oyun ilişkisine dair net tarifini şu şekilde açıklamaktadır;

Kültürde oyun-unsurundan söz ederken, ne oyuna uygar hayatın pek çok aktivitesi arasında önemli bir yer ayrıldığını, ne de medeniyetin orijinalde oyun olan bir şeyin başka bir şeye dönüştüğü ve kültür olarak adlandırılabilirdiği manasında, oyundan bağımsız evrimsel bir süreçte yükseldiğini ifade etmiyoruz. İfade edecek olduğumuz bakış, kültürün oyun formunda çıktığı, en başından beri oynanıyor olduğudur. Hayati ihtiyaçların acilen giderilmesini hedefleyen o aktiviteler (mesela avlanmak) bile, kadim toplumda, oyun şeklini almayı meyleder. Toplum, yaşamı ve dünyayı oyun oynama aracılığıyla ifade eder (s. 62).

Böylece Huizinga oyun oynama durumunu toplumu ve dünyayı açıklamak kullanılabilecek en önemli ayna olarak işaret etmekte ve oyun oynayan insanı kültürel çalışmaların merkezine konumlandırmaktadır. Bu nedenle, oyun, oyun oynayan insan ve oyun oynama deneyimine yönelik çalışmaların, kültürel medeniyeti anlamak ve yorumlamak açısından hayati değere sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

1.3.1. Huizinga'nın Oyun ve Oyun Oynayan İnsan Tanımına Yönelik Eleştiriler

Oyun üzerine gerçekleştirilen çalışmaların büyük bir bölümü Huizinga'nın oyun tanımı temel alarak geliştirme eğiliminde olsa da, bazı çalışmalarda, Huizinga'nın oyun tanımına yönelik pek çok eleştiri ve yeni perspektif de üretilmiştir. Yapısalcı ve dilbilimci Emile Benveniste, Huizinga'nın oyun kuramını eleştiren yaklaşımlardan bir tanesini ortaya koymuştur. Benveniste 'ye göre, Huizinga'nın öne sürmüş olduğu oyun ile ciddi olan arasındaki bağlantı Huizinga'nın belirttiği kadar güçlü bir bağlantı niteliği taşımamaktadır. Benveniste ayrıca, oyunun sosyallikten izole edici bir özelliği olduğunu ileri sürmektedir (Laxton, 2019, s.706).

Jacques Ehrmann, Huizinga'nın aksine, oyunu, yaşanan dış gerçeklikten soyutlamanın yanlış olduğunu ileri sürmektedir. Ehrmann'a göre; bugünkü toplumsal yaşamda, oyun olan şeyler bir yana çıkarıldıktan sonra geride kalanlardan oluşan gerçeklik, oyunun karşıtı bir olgu değildir. Huizinga'nın oyunu kavramsallaştırması, bu nedenle, oyunun bir tüm olarak kültürü yansıtan ve kültürün tümlüğünün içinde anlamlandırılması gereken bir şey olduğunu gözden kaçırmaktadır. Oyunun, gerçeklikten arınmış bir şey; gerçekliğin ise, arılığı kirletilmiş bir oyun olduğu kabul edilemez bir durumdur (Aktaran: Oskay, 2000, s. 162).

Thomas Henricks de Huizinga'nın oyun kavrayışına yönelik önemli eleştiriler getirmiştir. Henricks, *The Nature of The Play* (2008) adlı eserinde Huizinga'nın oyun tanımına yönelik eleştirilebilir noktaları şu şekilde sıralamaktadır;

- Huizinga'nın oyun tanımı çocuklardan ziyade ağırlıklı olarak yetişkin oyunlarını kapsamaktadır.
- Huizinga'nın tanımı bireysel (tekil) oyunlar ve bu tür oyunların kültürel anlamları ile ilgilenmemektedir.

- Huizinga'nın çalışması oyunun Avrupa Tarihi içerisinde yer alan sosyal rekabet üzerindeki rolüne odaklanmış, diğer birçok farklı oyun türünü ihmal etmiştir
- Huizinga'nın oyun tanımı, oyunun bir çeşit eylem kalitesi, aktivite ya da etkileşim olarak mı ele alınması gerektiği konusunda net bir kanı oluşturmamaktadır (s. 159).

Ünsal Oskay da Huizinga'nın oyun kavramı ile ilgili tanımlarına eleştirel bir perspektif ile yaklaşmış ve oyun kavramına yönelik yeni açılımlar sunmuştur. Ünsal Oskay'a göre Huizinga'nın oyunu, Aristo'nun da belirttiği üzere ekonomik anlamda hiçbir toplumsal etkinlikte bulunmaya zorunlu olmayan insanlara özgü bir eylem olarak, ciddi olandan ayırması, Oskay'a göre eksiktir. Çünkü oyun tarih içinde hiçbir zaman reel yaşamdan ayrı olmamıştır (Aktaran: Yalım, 2015, s. 33). Oskay ayrıca sanayi kapitalizmi ile dönüşen dünyadaki bireyin ve oyunun konumuna sosyo-ekonomik açıdan yaklaşmakta ve Huizinga'nın özgür, bilinçli ve bireyselleşmiş insan aktivitesi olarak tanımladığı oyun kavramını eleştirmektedir. Oskay'a göre (2000);

Sanayi kapitalizmiyle birlikte, insanın, tüm dış dünyasının yanı-sıra, kendisinin de ücretli işgücüne dönüşmesi, onun, Huizinga'nın anladığı anlamıyla, "özgür, bilinçli ve bireyselleşmiş insan" olmasını ortadan kaldırmaktadır. Bunlar, Marx'ın belirttiği gibi, tarihte daha önce olduğu üzere, varolan toplumsal formasyonun kendi iç çelişkilerinden yola çıkarak ve ancak onu aşarak yeniden kazanılabilecek, gerçekleştirilebilecek olan insansal özellikler olarak görülmektedir (s.168).

Oskay bu nedenle, Huizinga'nın yaptığı açıklamalarla, Paul Vâleriy'nin deyişiyle "yeni bir vahşet çağına" benzetilebilecek modern çağda "oyunun" ortadan kalkması sorununu tarihsizleştirilmiş ve sınıfsal temellerinden bütünüyle yoksunlaştırılmış bir kavramsallaştırma içinde ele aldığını; günümüzün bu kültürel sorununu betimleme düzeyinde anlatabildiğini; irdeleme düzeyinde ise, analitik kavramlar geliştirmedeğini belirtmektedir (s.170).

Özetle, Huizinga'nın oyun kültür ilişkisine yönelik kavrayışı ve Homo Ludens'e atfetmiş olduğu oyun oynama pratikleri oyun çalışmalarında hayati bir öneme sahip olsa da bu kavrayışa yönelik zaman içerisinde pek çok eleştiri ve yeni yaklaşım geliştirilmiştir. Günümüzde, teknolojinin gelişimine paralel olarak yeni medyanın ve dijital oyunların, oyun sektöründeki ağırlığını giderek artırması, oyun ve oyun oynama pratiklerini irdelemeyi ve bu konuda yapılmış olan tanım ve eleştirileri geliştirmeyi

gerektirmektedir. Örneğin, yeni medyanın etkisiyle oyun endüstrisinin gelmiş olduğu noktada, oyun yayıncılığı, e-spor müsabakaları gibi oyunun profesyonel olarak oynandığı ve oyun oynama eyleminden maddi kazanç sağlandığı düşünüldüğünde; Huizinga'nın oyuna yönelik atfetmiş olduğu “gönüllü bir eylem” ve “kar amacı gütmeyen” aktivite gibi tanımların geçerliliğini hangi ölçüde koruduğu tartışma konusudur. Teknolojinin günümüzde geldiği nokta düşünüldüğünde, dijital oyunlar gündelik yaşamın her alanına nüfuz edebilmektedir. Bu durumda, oyunun zamansal ve mekânsal kısıtlı olarak tanımlanmış özelliğini de yeniden değerlendirmek gerekmektedir. Dijital medyanın sahip olduğu imkânlar ile gerçeğe oldukça yakın oyun simülasyonları ürettiği de görülmektedir. Böylece, oyunun gerçek hayatı soyutlayan bir kavram olarak nitelenmesi de tartışmaya açık bir konu olarak değerlendirilmektedir.

Özetle, dijital medya ve oyun endüstrisinin getirmiş olduğu yenilikler oyuna ve oyuna oyun oynama pratiklerine yönelik kabul gören yaklaşımların geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu çalışmanın amacı da belirli bir dijital oyun üzerinden, oyun ve oyun oynama deneyimini analiz ederek bu gerekliliğe katkı sağlamaktır.

1.4. DİJİTAL OYUNLAR

“Yaklaşık 60 yıl önce ilk bilgisayarların ve aynı zamanda geleneksel oyunların ilk dijital uyarlamalarının ortaya çıkmasıyla oyun kavramı da yeni anlamlar kazanmaya başlamıştır” (Sezen ve Sezen, 2011, s. 249). Dijital oyun tanım olarak; oyuncunun elektronik bir sistem veya bilgisayarla kurduğu etkileşim neticesinde oluşan sonucun, ekran veya benzeri bir görüntü sistemi aracılığı ile gösterilmesidir. Bu nedenle ilk dönemlerde dijital oyunlar, video oyunu veya bilgisayar oyunu olarak da adlandırılmıştır (Türkiye’de ve Dünyada Dijital Oyunlar Sektörü Hakkında Genel Rapor, 2013). 1962 yılında Steve Russell ve arkadaşlarının Massachusetts Teknoloji Enstitüsü’nde yapmış olduğu *Spacewar (Uzay Savaşı)*, dijital oyun tarihinin gelişiminde öncü role sahip ilk çalışma olarak kabul edilmektedir. Spacewar oyununun geliştirilmesinden 10 yıl sonra dijital oyunlar dünya çapında yaygınlaşmaya başlamıştır (Yılmaz ve Çağıltay, 2004, s. 2). Teknolojinin ve yeni medyanın etkisini giderek artırdığı yakın dönemde ise dijital oyunların teknik özellikleri ve oyun içi pratikleri değişime uğramıştır. Teknolojinin sunduğu imkânlar ile dönüşen ve gelişen dijital

oyunlar, Huizinga'nın tanımlamış olduğu ve daha sonra oyun alan çalışmalarında geliştirilmiş olan oyuna özgü niteliklerin de yeniden yorumlanmasına olanak tanımaktadır. Örneğin, oyuna yönelik yapılmış olan “üretim ya da kar doğurmayan faaliyet” tanımının aksine, günümüzde dijital oyunlar üzerine sarf edilen emek maddi olarak da karşılık bulabilmektedir. Bununla birlikte, mobil dijital oyunların gelişimi oyuna yönelik zaman ve mekân kısıtını da büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır. Böylece gündelik yaşam içerisinde oyun, her zaman ve her yerde birey ile iç içe olacak şekilde konumlanmaktadır.

Dijital oyunların geleneksel oyunlardan bir farkı da, oyun üretim sürecine ilişkin profesyonel yapılanmadır. Dijital oyunun kendisi, oyun oynama edimi bir yana bırakılırsa, bizatihi meta değeri taşır, endüstriyel bir üretim süreci sonucu ortaya çıkmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2008, s. 49). Dijital oyunların gelişimi ile birlikte oyunun günümüzde geldiği nokta, oyun endüstrisinin de giderek gelişmesini ve güçlenmesini sağlamaktadır. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren teknolojik ilerlemelere paralel olarak, gidere gelişen ve güçlenen bu endüstrinin sınırlarının günümüzde küresel boyuta ulaştığını söylemek mümkündür. Anthony Fung'a göre (2016) küresel oyun endüstrisi yaratıcı endüstriler alanı içerisinde yer almaktadır (s. 2). Yaratıcı endüstri kavramı pek çok farklı perspektif çerçevesinden incelenmiş ve bu endüstriye ait tanımlar geliştirilmiştir. Sosyolojik perspektiften incelendiğinde, yaratıcı endüstriyi şu şekilde nitelendirmek mümkündür;

Yaratıcı endüstrileri, hem üreticileri için iş imkânı sağlayan hem de süreç sonunda elde ettiği çıktıları tüketicilere sunan keyifli ve anlamlı tecrübeler olarak tanımlamak mümkündür. Yaratıcı endüstriler ve diğer endüstriler birbirine bağımlıdır ve iç içe geçmiş iş ilişkilerine sahiptir (Aktaran: Fung, 2016, s. 2).

Yaratıcı bir endüstri olarak oyun endüstrisi de içeriği üreten üreticileri için çok çeşitli iş fırsatları sunmaktadır. Çünkü dijital bir oyunun üretim ve dağıtım süreci oldukça çeşitli iş alanlarını bir araya getirmektedir. Örneğin, oyunun tüketicinin önüne bir ürün olarak çıkmasına uzanan süreç; plan, tasarım, yazılım, dağıtım ve reklam faaliyetleri gibi pek çok farklı uzmanlık alanı ve çok sayıda çalışan gerektiren karmaşık bir zaman diliminden oluşmaktadır. Oyuncu kavramı ise sürecin çıktısı olan oyunu edinen ve oynayan taraf olduğu için oyun endüstrisinde tüketici konumunda yer almaktadır. Dijital medyanın günümüzde geldiği konum düşünüldüğünde, oyun endüstrisi içerisinde

oyuncu kavramını aynı zamanda üreticinin konumunda da tanımlamak mümkündür. Çünkü oyuncunun oyun karşısında sarf ettiği emek maddi kazanca ve profesyonel işe dönüşebilmekte, bu sayede oyuncu iş imkânına sahip olabilmektedir. Anthony Fung (2016) yaratıcı endüstrinin doğasını anlayabilmek için “yeni ekonomi” kavramının hayati öneme sahip olduğunu belirtmektedir. Bu yeni ekonomik sistem, üretici ve tüketici için alternatif bir ilişki biçimi ortaya çıkarmaktadır (s. 17). Oyun endüstrisi içerisindeki oyuncunun üre-tüketici⁷ konumunu da bu yeni ekonomi içerisindeki alternatif üretici-tüketici ilişkilerinden bir tanesi olarak değerlendirmek mümkündür.

Aphra Kerr (2017), dijital oyun endüstrisinin dijital ekonominin bir parçası olduğunu belirtmektedir. Kerr, bir ürün olarak oyunun, bu dijital ekonomi sistemi içerisinde küçük bir alan kapladığının altını çizmektedir. Toplum desteği, pazarlama, yerelleştirme, oyun oynama metrikleri ve oyuncu gibi sistem içerisindeki parçaların endüstri için çok daha önemli bir konumda yer almaktadır (s. 3). Bundan hareketle, oyun endüstrisinin var olma sebebi olan oyunun, endüstriyi anlayabilmek için yeterli olmayacağı ve oyun endüstrisi sistemini tam anlamıyla kavrayabilmek için sistemin oyuncu, oyun oynama pratikleri, pazarlama ve yerelleştirme gibi parçalarını da ayrıntılı olarak analiz edilmesi gerektiği sonucuna varmak mümkündür.

Kerr’in dijital oyun endüstrisine yönelik yapmış olduğu tanımdan hareketle, oyun kavramının dışında pazarlama, yerelleştirme, uyarılma gibi pek çok farklı alanın endüstriye entegre olarak, bu endüstride önemli aktörlere dönüştüğünü belirtmek mümkündür. Ancak günümüzde, dijital oyun endüstrisinin yakınsadığı tek noktayı bu yan alanlar oluşturmamaktadır. Yakınsama kavramı; birden fazla teknolojinin aynı anda ve birlikte kullanılması ve tüm teknolojilerin tek bir araç formunda kompakt bir yapı olarak sunulması olarak tanımlanmaktadır (McPhillips ve Merlo, 2008, s. 237). Yeni medyanın sunmuş olduğu olanaklar ile literatüre girmiş yakınsama kavramını oyun endüstrisinin diğer endüstrilerle iç içe geçmiş durumu için uyarlamak da mümkün görünmektedir. Örneğin, günümüzde oyun endüstrisi içerisinde çıkarılan bir oyunun daha aynı zamanda filmi olabildiği gibi, oyun müziklerinden oluşan albümü de piyasaya sürülebilmektedir. Bununla birlikte, oyun karakterlerinin figürlerinden oluşan oyuncak, kırtasiye gereçleri, günlük kullanım aksesuarları gibi pek çok çeşitli tüketim ürünü de

⁷ Üre-tüketici kavramı, oluşturduğu kullanıcı türevli içeriklerle üretim ve tüketim sürecine dâhil olabilen kullanıcıları nitelendirmek için kullanılmaktadır (Turan, 2013, s.2).

oluşturulabilmektedir. Star Wars (Yıldız Savaşları) serisini, oyun endüstrisinin, sinema, televizyon, müzik ya da çeşitli üretim endüstrileri ile bu gibi yakınsamasına yakın dönem içindeki en popüler örnek olarak göstermek mümkündür.

Oyun endüstrisi sinema, televizyon, müzik ve çeşitli üretim endüstrileri ile yakınsayarak sınırlarını her geçen gün genişletmekte ve günümüzde medyanın en önemli üretim alanlarından bir tanesini oluşturmaktadır. Bu büyük ve sınırları her geçen gün büyüyen endüstri içerisinde dijital oyun kavramı farklı mecralarda icra edilmektedir. Ancak günümüzde medya içerisinde en çok ilgi gören türü masaüstü oyunlar (bilgisayar oyunları) oluşturmaktadır. Bilgisayar oyunlarını dijital ortam desteğine ihtiyaç duyan, birçoğunda canlandırılmış grafiklerle desteklenen, oyuncunun göz ve el koordinasyonu ile biçimlenen, başta etkileşim olmak üzere belirli alt disiplinlere sahip ve çok çeşitlilik içeren dijital simülasyonlar olarak tanımlamak mümkündür (Aktaran: Denizel, 2012, s. 109). Özellikle yeni medyanın gelişimi ile bilgisayar oyunları teknik ve biçim yönünden önemli bir değişim geçirmiştir. Oyunların arayüz grafik tasarımları ve içerikleri giderek gerçeğe ya da oyunun oyuncuya vaat ettiği gerçeğe yaklaşmıştır. Ayrıca, yeni medyanın sunduğu olanaklar ile paralel olarak bilgisayar oyunlarının da çevrimiçi olanakları oldukça genişlemiş ve oyuncular arası etkileşim artmıştır. Sanal deneyimin giderek gerçeğe yakınsadığı, çevrimiçi detayların ve etkileşim olanaklarının her geçen gün geliştiği oyun dünyası, oyuncular için farklı ve cazip oyun oynama deneyimleri vaat etmektedir.

1.4.1 Dijital Oyunların Sınıflandırılması

Oyun çalışmalarının, oyuna yönelik yapılan tanımlar ile başlamasından itibaren, oyunların içeriklerine yönelik sınıflandırmalar da yapılmaya başlanmıştır. Huzinga'nın Homo Ludens adlı öncü çalışmasının ardından oyun kavramıyla ilgili ilk sınıflandırmalardan birini Callious (1962) gerçekleştirmiştir. Callious'a göre oyunlar şu şekilde sınıflandırılmaktadır;

- **Mimicry (Simülasyon):** Gerçek yaşama alternatif hayali bir dünyanın oyuncuların zihninde yaratıldığı oyunlardır.
- **Agon (Yarışma):** Oyuncular arası çekişmeyi temel alan oyunlardır.

- **Alea (Şans):** Oyuncuların oyun kabiliyetlerinin pasif kaldığı, kazanma durumunun şansa bağlı olduğu oyunlardır.
- **İlinx (Vertigo):** Yer yön duygusunun kaybolması gibi bilinçte farklı algılara yol açabilecek oyun türleridir (Aktaran: Salen ve Zimmerman, 2006, s.130-140).

Yakın dönemde oyun ile ilgili yapılmış sınıflandırmalar daha detaylı formlarda sunulmuştur. Oyun ile ilgili kabul gören kapsamlı sınıflandırmalardan bir tanesine Sutton-Smith (1997) *The Ambiguity of Play* adlı kitabında yer vermiştir. Sutton-Smith'e ait (1997) oyun sınıflandırma tablosu şu şekildedir (s. 276):

Düşünsel Oyun
Yalnız Oyun
Oyunsu Davranış ile Oynanan Oyun
İnformal Sosyal Oyun
Temsili Oyun
Performansa Dayalı Oyun
Kutlama ve Festivaller
Spor Müsabakaları
Riskli Oyunlar

Tablo 2: Sutton-Smith'e ait oyun sınıflandırma tablosu

Dijital oyunların gelişmesi ve dijital oyun endüstrisinin etkisini giderek artırmasının bir etkisi olarak oyuna yönelik sınıflandırmalar da çeşitlendirilmiştir. Dijital oyunların sunmuş olduğu sanal yapı pek çok farklı oyun sınıflandırmasının tanımlanması gereğini de kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu bağlamda Salen ve Zimmerman (2006) dijital oyunları sınıflandırma üzerine çalışmış ve aşağıdaki sınıflandırma tablosunu oluşturmuştur (s. 276):

Aksiyon Oyunları
Platform Oyunları
Macera Oyunları
Rol Yapma Oyunları
Simülasyon Oyunları
Strateji Oyunları
Yarış Oyunları
Puzzle-Bulmaca Oyunları
Spor Oyunları
Sosyal Oyunlar
Kart ve Blok Oyunları

Tablo 3: Salen ve Zimmerman'a ait oyun sınıflandırma tablosu

Günümüzde, teknolojinin gelişimine paralel olarak, dijital ortamların sunduğu imkânların da seviyesi yükselmektedir. Bu gelişmeler dijital oyunlara da yansımakta ve daha kompleks yapıları oyunlar piyasaya sürülmektedir. Bu durum, oyunları tek bir sınıflandırma içerisinde toplamayı zorlaştırmaktadır. Örneğin, dijital bir savaş oyununu ele alırsak, günümüzde bu oyun aksiyon, strateji, rol yapma, simülasyon ve hatta sosyal medya etkileşimi aracılığıyla sosyal oyun özelliklerini aynı anda bünyesinde barındırabilmektedir. Bu nedenle, günümüz dijital oyunlarını ve sundukları oyun oynama deneyimlerini incelerken, oyuna ait özelliklerin belirlenerek oyuna yönelik sınıflandırmanın doğru yapılması oldukça önemlidir.

1.5. NARRATOLOJİ VE LUDOLOJİ KAVRAMLARI ÜZERİNE

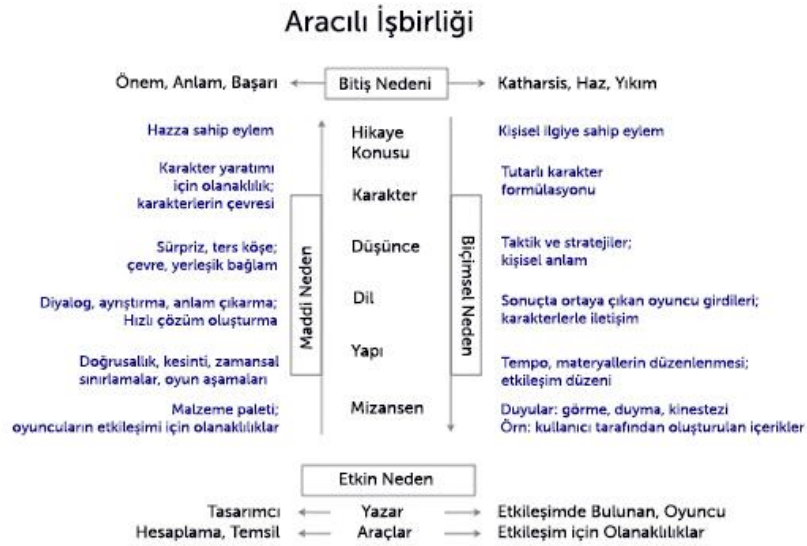
Oyun, tüm insanlık tarihi boyunca önemini koruyan bir olay ve olaylar bütünü bir olgudur. *Oyuna İlişkin Tanımlar* başlığında da de ele alındığı üzere, oyun kavramı tarih boyunca pek çok farklı şekilde tanımlanmış ve oyuna atfedilen özellikler değişkenlik

göstermiştir. Bu durumdan hareketle, oyun çalışmalarının temel meselelerinden bir tanesinin oyun kavramını tanımlamak üzerine şekillendiğini ileri sürmek mümkündür. Yavuz Demirbaş'a göre (2017) güncel oyun çalışmalarında oyun kavramının tanımlanması ile ilgili temel çatışma ludoloji ve narratoloji tartışmaları üzerine kurulmaktadır (s. 353). Bu tartışmalarda, naratolojist (anlatımcı) yaklaşım dijital oyunların öykü anlattıklarını savunurken; ludolojist yaklaşım ise dijital oyunları öyküsel metinler değil, oyunsal metinler olarak kabul etmekte ve oyunun anlatımcılığın kavramlarıyla çözümlenmesine karşı çıkmaktadır (Sayılğan, 2014, s. 145). Buna göre; ludolojik görüş oyunu başlı başına bir şey olarak analiz etmek gerekir düşüncesi üzerine şekillenmekteyken, narratolojik görüş oyunları anlatı olarak inceleme eğilimindedir (Demirbaş, 2017, s.353).

Oğuz Özgür Karadeniz (2017) oyun çalışmalarının ve buna bağlı olarak filizlenen ludoloji ve narratoloji ikiliğinin ortaya çıktığı süreci şu şekilde aktarmaktadır;

Oyun çalışmalarının bir (inter)disiplin veya Espen Aarseth'in 2006 yılındaki nitelendirmesiyle bir akademik alan olarak kabul görmesi, Aarseth'in kendisinin de içinde yer aldığı bir mücadelenin sonucudur ve bu mücadelenin amacı oyunların akademi tarafından ciddiye alınmasını sağlamaktan ibaret değildir. Oyun çalışmaları alanındaki bu mücadelede söz konusu olan, dijital oyunların kimler (hangi kişi, disiplin ve kurumlar) tarafından ve nasıl (kimlerin denetiminde ve öncelikli olarak hangi disiplinlerin kuramsal/kavramsal araçlarıyla) çalışılması gerektiğidir. Oyun çalışmalarında ludoloji ve narratoloji olarak bilinen iki rakip ekolün halen sürmekte olan çatışması bu alan mücadelesi içinde ortaya çıkmıştır (s. 59).

Brenda Laurel, oyunların narratolojik yönden ele alınması gerektiğini savunmakta ve oyunları bir anlatı olarak incelemektedir. Laurel (2014) *Computer As Theatre* adlı eserinde bilgisayar tabanlı sistemleri tiyatroyla ortak bir ortam olarak ele almış, bu ortaklığı da narratoloji unsuru aracılığıyla kurmuştur. Laurel bilgisayar tabanlı çalışmalar ve tiyatro arasındaki ortak anlatım şemasını şu şekilde oluşturmaktadır (s. 111);



Şekil 1: Laurel'in bilgisayar tabanlı çalışmalar ve tiyatro arasındaki ortak anlatım şeması

Karadeniz'e göre (2017) narratoloji, oyunları merkezinde öykü anlatımının olduğu diğer mecralara atıfla incelemekte ve bu ekolojinin bir parçası olarak görmektedir. Bu yaklaşım her ne kadar dijital medyanın kendine has yönlerini inkâr etmemişse de, oyunların etkileşimli anlatılar olarak düşünülmesi bu tartışmada ludoloji tarafında konumlanan araştırmacıların itirazlarına neden olmuştur. Özge Baydaş Sayılğan (2014) ludolojik görüşü benimseyen araştırmacıların narratolojik görüşe neden itiraz ettiklerini şu şekilde aktarmaktadır;

Eskelinen (2004, s. 36), Huizinga ve Caillois gibi oyun kuramcılarının, sayısız masaüstü oyun (board game) çalışmalarının ve çoğu Wittgenstein'a dayanan felsefi parçaların varlığını kabul ediyor olsa da, bu çalışmaların dijital oyun çalışmalarına yeterli bir katkı sağlayamadığını savunur. Bu nedenle dijital oyunları inceleyebilmek için diğer bilimsel perspektif ve alanlardan bağımsız özerk bir dijital oyun disiplinine ihtiyaç duyulduğu ileri sürmüştür. Bu düşünceden hareketle, Frasca (1999), Juul (2001), Aarseth (2004) ve Eskelinen (2004) gibi ludolojist dijital oyun kuramcıları, anlatımcılık perspektifinden dijital oyunları araştıran ve incelemeye başlayan Laurel (1986, 2013), Murray (1997), Mateas (2004) gibi anlatımcı kuramcıların yapmış olduğu gibi, 'oyunların öyküsel metinler olarak tanımlanamayacağını, anlatımcılığın kavramlarıyla dijital oyun çalışmalarından uzaklaşarak, bu yeni medya biçiminin, anlatımcılığın bir alt kategorisine indirgeneceğini düşünmüşlerdir (s. 165).

Sayılgan'ın çalışmasında da değinildiği gibi Juul oyun kavramını ludolojiye dayanarak açıklamaya çalışan oyun kuramcılarında bir tanesidir. Juul literatürdeki narratoloji ve ludoloji ikiliğine yönelik de çalışmalar yapmış ve oyunun narratoloji (anlatı) sayılıp sayılmayacağı ile ilgili en az üç tartışma olduğunun altını çizmiştir. Buna göre;

- Her şey için anlatılar kullanılmaktadır.
- Oyunların çoğu anlatısal girişleri ve arkaöyküleri niteler.
- Oyunlar, anlatılarla bazı özellikleri paylaşır.

Bu görüş ile birlikte Juul oyunların anlatılardan farklı olduğunu savunan ludolojist oyun kuramcılarının iddialarını da 3 madde özelinde temellendirmiştir;

- Oyunlar, filmler, romanlar ya da tiyatrolar aracılığıyla biçimlenmiş olan anlatısal medya ekolojisinin bir parçası değildir.
- Oyunlardaki zamanla anlatılardaki zaman, birbirlerinden farklı biçimde işlemektedir.
- Okur/izleyici ile öykü dünyası arasındaki ilişki, oyuncu ile oyun dünyası arasındaki ilişkiden farklıdır (Aktaran: Akbulut, 2009, s.48).

Oyun çalışmalarında aralarında karşıtlık bulunan narratoloji ve ludolojiyi kavramlarını ayrı ayrı tanımlamak gerekirse; narratoloji kavramını bir başlangıcı, ortası ve sonu olan, neden-sonuç zinciriyle kurulmuş olay ya da birden çok olayın zaman ve mekân biçiminde düzenlenmesi olarak nitelemek mümkündür (Branigan, 1992, s.3). Ludoloji kavram ise Salen ve Zimmerman (2006) tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır;

Oyunlar, oynamak (play) eyleminin formal sistemi olarak tanımlanmaktadır. Bu formal yapının kuralları, sınırları, hedefleri, öğrenme çıktıları bulunur. Ancak iki çocuğun bir birbirlerini görüp şakalaşmaları da oynamak tanımı içindedir. Bu gibi olay ve deneyimler alan yazında "ludik etkinlikler (Ludic Activities) (Salen ve Zimmerman,2004) olarak tanımlanmaktadır (Aktaran: Sezgin, 2016, s.5).

Salen ve Zimmerman'ın tanımından hareketle ludoloji kavramının oyun sayılabilecek her türlü deneyimi analiz eden bir yaklaşım olduğunu belirtmek mümkündür. Ludolojik

görüşün öncü isimlerinden bir tanesi olan Espen Arseth'in ludolojik yaklaşımı şu şekildedir;

Video oyunları daha önce insanlığın karşısına çıkmamış olan yeni bir metin türünün örnekleridir. Buradaki metin kavramı Barthes'ın yazar odaklı metinleri ile paralel kullanılmaktadır. Bu metin türünün iki ayırt edici özelliği öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki temelinde bir anlatı yapısının değil bir kural sisteminin bulunuyor oluşudur ve bu kural evreni video oyununun anlatı süreçlerinden daha baskındır. Bu bakış açısı bu metinlerin oynanma ve oyunlaşma yönünü daha öne çıkardığı için Plato'nun önerdiği oyun türlerinden biri olan ludus kelimesinden türetilmiş ludolojik yaklaşım ismini kazanmıştır (Aktaran: Şengün, 2015, s.212).

Oyun çalışmalarında narratolojik görüşün öncülerinden olan J. Murray ludoloji kavramına farklı bir perspektiften yaklaşmaktadır. Murray'a göre (2005);

Ludoloji kavramı oyun çalışmalarının tarafsız bir girişim olarak hem ideoloji hem de metodoloji ile ilişkilendirilebilmektedir. Ludoloji bir ideoloji olarak ele alınacak olursa, ludoloji için "oyun özcülüğü" (Game Essentialism) tanımını yapmak mümkündür. Çünkü oyun, kültürel nesnelere farklı olarak, yalnızca kendi içindeki üyeleri ve sadece soyut biçimsel nitelikleri bakımından yorumlanabilmektedir. Bu ideolojiden ayrı olarak, ludolojiyi bir metodoloji olarak da ele almak mümkündür. Ludolojiyi metodoloji olarak tanımlamak bilgisayar oyun formalizmi içerisinde değerlendirildiğinde daha mümkün görünmektedir. Çünkü bilgisayar oyun formalizmi, oyun formunun belirli örneklerini sınıflandırmak ve karşılaştırmak için kullanılacak tanımlayıcılar oluşturabilmek için video oyunlarına yönelik biçimsel özellikleri analiz etmektedir ve bu yönden bakıldığında ludoloji yöntemsel bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır (s. 2).

Huizinga ile başlayan oyun çalışmalarında, oyun kavramının kültürden önce var olan ve salt oyunun kendi biçimsel özellikleri ve oyuncuların deneyimlerine göre değerlendirilen bir olgu olarak değerlendirildiği görülmektedir. Murray'ın ludoloji tanımından hareketle, dijital oyunlara uzanan sürece kadar yapılmış olan, geleneksel oyunlar merkezinde yapılmış olan ludolojik çalışmaların oyunun ideolojik tarafını ön plana çıkardığını söylemek mümkündür. Ancak dijital oyunların sahneye çıkması ludolojik çalışmaları yalnızca ideolojik çerçeve ekseninde olmaktan çıkarmıştır. Bilgisayar formalizminin getirmiş olduğu ölçülebilir değerler ışığında analiz yapma olanağı, ludolojinin yöntem bilimsel bir kavram olabileceğini de göstermektedir. Arseth'in ludolojik yaklaşımına göre ise dijital oyunlar, geleneksel oyunların anlatı

yapısından tamamen bağımsız yeni bir kural sistemi sunmaktadır. Jon Dovey ve Helen W. Kennedy'nin aktarımlarıyla ludoloji ve narratoloji tartışmalarını şu şekilde özetlemek mümkündür; anlatıbilim oyun çalışmalarında özellikle edebi ve beşeri yöntemleri kullanarak araştırma yapılabileceğini söylerken, ludoloji oyunun geleneksel metinlere benzemekten çok hareket içerdiği için bu alanda araştırma yapılırken başka yöntemlerin gerekliliğini savunmaktadır (Aktaran: Bayraktutan-Sütcü, 2009, s. 332-333).

Çalışmanın *Oyuna İlişkin Tanımlar* başlığında görüldüğü gibi, ludoloji çalışmaları içerisinde, oyun kavramı birçok araştırmacı tarafından farklı tanımlanmaktadır. Oyun tanımları içerisinde oyuna atfedilen özelliklerin de zaman içerisinde büyük bir değişime uğradığını belirtmek mümkündür. Bu noktada temel ayırım; geleneksel oyun ve dijital oyun olarak farklılaşmaktadır (Coşkun ve Öztürk, 2016, s.679). Oyun çalışmaları içerisinde, geleneksel oyundan dijital oyuna geçerken yaşanan kırılmanın nedeninin, Murray'ın da altını çizmiş olduğu dijital düzenin getirmiş olduğu ölçülebilir çıktılar ve bu çıktılara yönelik yapılan analizler ile ilgili olduğunu belirtmek mümkündür. Bununla birlikte, Arseth'in de belirttiği gibi, dijital oyunlar geleneksel oyunlarından bağımsız yeni bir kural sistemi sunmaktadır. Böylece, dijital dünyanın sahip olduğu oyun dünyası gerçek dünyadan farklı, sanal bir deneyim olmasından dolayı, oyuncuların oyun oynama deneyimleri de geleneksel oyun oynama deneyimlerinden farklılaşmaktadır. Geleneksel oyunlarda anlatı (narratoloji) ön plandayken, dijital oyunların sahip olduğu kompleks yapı, bu oyunları ludolojik yönden ele almak gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu nedenle günümüzde ludolojik çalışmalar, dijital oyunların yapılarına ve dijital oyunların vadettiği farklı oyun oynama deneyimlerine yönelik analizlere ağırlık vermektedir.

1.6. DİJİTAL OYUN OYNAMA PRATİKLERİ ÜZERİNE LUDOLOJİK YAKLAŞIMLAR

Yengin'e göre (2012) dijital oyun; yeni iletişim ortamının dijitallik, etkileşimlilik, sanallık, değişkenlik, modülerlik özelliklerini barındıran ve bu özellikleri oyun oynama edimine katan bireysel bir iletişim ortamı olarak karşımıza çıkmaktadır (s. 196).

Günümüzde teknolojik imkânların gelişimiyle paralel olarak, teknik ve içerik yönünden giderek gelişen dijital oyunlar dünya genelinde yaygınlığını giderek artırmaktadır. Öyle ki, dünya nüfusuyla dijital oyun kullanıcı sayılarına baktığımızda her 6 insandan birinin dijital oyun oynadığı sonucuna varılmaktadır (Dijital Oyunlar Raporu, 2017). Dijital oyunların etki ağını her geçen gün genişletmesi, yakın dönemdeki dijital oyunlara yönelik çalışmaların ve analizlerin artmasına neden olmuştur.

Espen Aarseth (2003) oyun çalışmalarının tipolojisini ele aldığı *Playing Research: Methodological Approaches to Game Analysis* adlı makalesinde dijital oyun analizi yapılırken üç farklı boyuta bakılması gerektiğinin altını çizmektedir. Aarseth'in ileri sürdüğü bu üç farklı boyut şu şekilde sıralanmaktadır;

- **Oynanış (Gameplay):** Oyuncuların hareket, strateji ve motivasyonları olarak tanımlanmaktadır.
- **Oyun Yapısı (Game-structure):** Oyun ve oyuna ait simülasyonun kuralları olarak tanımlanmaktadır.
- **Oyun Dünyası (Game-world):** Oyuna özgü kurgusal içerik olarak tanımlanmaktadır (s. 2).

Bir oyuncunun spesifik bir oyun özelinde oyun oynama tecrübesinin Aarseth'in altını çizmiş olduğu bu üç boyuta doğrudan bağlı olduğunu söylemek mümkündür. Oyuncu oyunun kurgusu ve kuralları aracılığıyla yaratılan sanal dünya ile kendi hareketleri, stratejileri ve motivasyonu aracılığıyla ilişki kurmaktadır. Oyun ile oyuncu arasında kurulan bu ilişki sonucunda da “oyun oynama deneyimi” ortaya çıkmaktadır. İnsanlık tarihi kadar eski olan oyun kavramının sunmuş olduğu oyun oynama deneyimi geleneksel oyunlardan, dijital oyunlara geçerken bir takım değişikliklere uğramıştır. Bu değişiklik, oyun oynama deneyiminin ana bileşenleri olan oynanış, oyun yapısı ve oyun dünyasının dijital ortama taşınmasından kaynaklanmaktadır.

Dijital oyun dünyasındaki gelişmeler ve dijital oyunun giderek toplumda yaygınlaşması ile oyun oynayan insanın (Huzinga'nın tanımıyla Homo Ludens) da oynama pratikleri değişmiş, bu değişim yeni ve farklı bir oyun oynama deneyimini beraberinde getirmiştir. Huzinga'nın tanımından yola çıkarak Homo Ludens kavramını “gönüllü ve

özgür bir şekilde oyun oynayan birey” olarak özetlemek mümkündür (8). Homo Ludens’in oyun oynama deneyimi ise doğrudan oyunun sahip olduğu anlam ile ilişkilendirilmektedir (Rodriguez, 2006, s. 2). Huizinga oyunun sahip olduğu anlamı, oyuna ait bir takım temel karakteristik özellikler tanımlayarak açıklamaktadır. Oyunun gerçek hayattan farklı olması ya da gerçek hayattan kopuş olması Huizinga tarafından oyuna atfedilen temel karakteristik özelliklerden bir tanesidir (s. 8). Ancak, günümüzde dijital oyunlar gelişen özellikleri ile oyuncuya gerçeğin simülasyonunu her geçen gün daha detaylı bir şekilde sunmaktadır. Bu durum oyuncu için gerçek ile dijital oyunun zaman zaman iç içe geçebilmesine olanak tanımaktadır. Böylece, Homo Ludens’in oyunu anlamlandırma şekli değişmekte ve Homo Ludens için farklı bir oyun oynama deneyimi ortaya çıkmaktadır.

Farklı oyun oynama deneyiminin nasıl bir şey olduğunu kavrayabilmek için oyun kavramı, oynama deneyimi kavramı ve oyunbilim (Ludoloji) kavramlarının da üzerinde durmak gerekmektedir. Ludus (oyun) kavramı kısaca; “oyuncuların önceden öğrenmek / gözlemlemek için uzlaştığı kurallara sahip ve bu kuralların bir amacı ve bu amaca ulaşmak üzere yapılması gerekenleri tanımladığı sistem” olarak nitelendirilmektedir (Herman, Manfred ve Ryan, 2004, s.355). Ludolojiye göre oyun kavramı, araçtan ve ortamdaki bağımsız olarak tanımlanabilmektedir, oyunun içyapısı materyal temel ekseninde değil, oyun biçiminin özgün nitelikleri ekseninde incelenmektedir (Demirbaş, 2017, s.359). Ludoloji, dijital olmayan oyunlar üzerinden türetilmiş bir kavramdır. Ludoloji kavramının dijital oyunlar ile ilişkilendirilmesi ise Gonzalo Frasca tarafından 2003 yılında kaleme alınan “Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology” makalesi ile başlamıştır (Dodig-Crnkovic ve Larsson, 2005, s. 20). Frasca (2003) makalesinde Ludoloji ve dijital oyunlar arasındaki ilişkiyi dijital olmayan oyunlardan farklılaştıran noktayı anlatı ve simülasyon arasındaki karşıtlık olarak tanımlamaktadır (s. 223). Dijital olmayan oyunlarda yaratılan kurgusal dünya anlatı yoluyla oluşturulmaktayken, dijital oyunlar kurgusal dünyayı simülasyon aracılığıyla yaratmaktadır. Bu nedenle dijital oyunlar ve dijital olmayan oyunların sunmuş olduğu oyun oynama deneyimi farklılık göstermektedir.

1.6.1. Simülasyon Kavramı Üzerine

Frasca'nın, dijital oyunlar ve dijital olmayan oyunları farklılaştıran noktayı anlatı ve simülasyon arasındaki karşıtlık olarak tanımladığı argümana paralel olarak dijital oyunların, anlatıbilimdeki gibi anlatı olmadığını savunan Aarseth (2004) dijital oyunların arkasındaki gizli yapının simülasyon olduğunu belirtmektedir (s. 52). Simülasyon kuramı, Fransız düşünür ve sosyolog Jean Baudrillard'ın *Simülarklar ve Simülasyon* adlı eseriyle temellendirilmiştir. Simülasyon kuramı içinde yer alan ana kavramları şu şekilde tanımlamak mümkündür;

- **Simülakr:** Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm.
- **Simüle Etmek:** Gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmak.
- **Simulasyon:** bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi olarak tanımlanabilir (Aktaran: Metin ve Karakaya, 2017, s.110-111).

Oğuz Adanır, Jean Baudrillard'ın *Simülarklar ve Simülasyon* adlı eserinin önsözünde simülasyon kuramını, insan Bilimleri alanında XX. yüzyılda ortaya atılmış en önemli kuramlardan biri olarak tanımlamaktadır (s. 7). Baudrillard'ın (2011) simülasyon kavramını bir köken ya da gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla üretilmesi durumu olarak tanımlamaktadır. Baudrillard ayrıca, simülasyonun kavramsal yapısının “gizlemek” kavramı ile karıştırılmaması gerektiğini ifade etmektedir. Gizlemek, sahip olunan bir şeye sahip değilmiş gibi yapmak durumu iken, simüle etmek ise sahip olunmayan bir şeye sahipmiş gibi yapmaktır. Yani gizlemek kavramı şu anda ortamda bulunmayan bir varlığa işaret ederken simülasyon ortamda bulunmayan bir yokluğu işaret etmektedir (s. 15). Baudrillard ayrıca, simülasyonu anlam kavramı ekseninde de irdelemektedir. Baudrillard (2011), simülasyonlar dünyasında medyanın sunduğu modeller ile gerçek arasındaki ayrımın bulanıklaşması durumunu şu şekilde açıklamaktadır;

Çizgisel bir süreklilikle diyalektik bir kutuplaşmadan yoksun bırakılmış bir sistemde herhangi bir olay ya da eylemin nasıl ortaya çıktığı izlenecek olursa, simülasyonun sapıttırdığı bir ortamda her türlü determinasyonun eriyip

buharlaştığını; her eylemin herkesin işine yaradıktan sonra akla gelebilecek tüm anlamlara bürünerek ortadan kaybolduğunu görülecektir (s. 34).

Mehmet Güzel (2015) Baudrillard'ın simülasyon ve anlamın kayboluşu arasında kurmuş olduğu ilişkiyi günümüz yeni medya ortamları ekseninde şu şekilde değerlendirmektedir;

Baudrillard'ın, günümüzde sıklıkla bahsedilen ve bu çağa özgü “anlam kaybı” hissinin teorisini yaptığını söylemek muhtemelen yanlış olmayacaktır. Gelişen teknoloji, tüketim toplumu, enformasyon veya bilgi ve bunun aktarım araçları olan medya ve iletişim araçları aracılığıyla, “farklı” bir dünyada yaşamaktayız. Sosyal medya gibi unsurların hayatımıza girmesiyle son teknolojileri kullanmaksızın “görünürlüğümüzün” dahi kalmadığı, her an değişen teknolojik “gelişmelere” ayak uydurmanın dayanılmaz hızına yetişmeye çalıştığımız bugünlerde Baudrillard'ı (en azından temel derdini) anlamak, görece daha kolay olsa gerek (s. 66).

Yeni medyanın sunmuş olduğu olanaklarla birlikte gelişen simülasyon dünyasının gün geçtikçe, gerçek ile sanal arasındaki ayrımı daha da eriteceğini ve buna bağlı olarak ortaya çıkan anlamın kayboluşu meselesini daha da derinleştireceğini öngörmek mümkündür.

Baudrillard anlamın yanı sıra, iktidar ve temsil kavramlarının da simülasyon dünyasındaki yerini sorgulamıştır. Baudrillard'a (2011) iktidar ve temsil kavramlarının da simülasyon dünyasındaki konumlarını şu şekilde yorumlamaktadır;

Bu simülasyon evreninde kimse kimseyi temsil etmediği gibi, kimse temsil edici bir özelliğe de sahip değildir. Bu evrende üst üste yığılarak, biriken her şeyin aynı hızla dağılıp gittiği görülmektedir. Bu evrende iktidarı kurtarıp, yönlendirebilecek hayali bir iktidar eksenini bile yoktur. Tarihle eleştirinin sonsuza dek sürüp gideceğini sandıkları, o düz çizgiye alışık sekizgen zihinsel koordinatlarımızın algılayamadığı bir kötülük eğrisi çizdiği için anlayıp çözmekten aciz kaldığımız bu evren bize karşı şiddetle direnmektedir. Zaten mücadele edilmesi gereken yer de burasıdır. Tabii bunun hâlâ bir anlamı kaldıysa! (s. 207).

Baudrillard simülasyon dünyasının düz çizgisel olmayan içeriği ile anlamı yok edeceği gibi temsil ve iktidar kavramlarının da bu simülatif dünyada geçerli olamayacağını öne sürmektedir.

Baudrillard, simülasyon dünyasında gerçekliğin içi boşaltılarak yaratılan yapay bir ortamın gerçeğin yerini aldığını iddia etmektedir. Baudrillard, “Gerçek, simülasyona dönüştü. Buna yol açan kültür endüstrisinin kendisidir. Yaşadığımız evren simülasyon evrenidir,” diyerek gerçeğin simülasyonla nasıl yer değiştirdiğini vurgulamaktadır (Ferhat, 2016, s. 724). Baudrillard’a göre simülasyonun en yaygın olduğu alanlar tıp, ordu ve din olarak sıralanmaktadır (Aktaran: Metin ve Karakaya, 2017, s.112). Ancak, günümüzde teknolojinin ilerlemesine paralel olarak, gerçek dünyaya ait hemen hemen tüm işleyiş biçimlerinin dijital dünyaya aktarılarak burada yapay bir ortam oluşturduğuna ve Baudrillard’ın da belirttiği gibi bu yapay ortamın gerçeğin yerini almaya başlamasına şahit olmaktayız. Bu nedenle, dijital medya ortamlarını simülasyonun en yaygın olduğu alanların içerisine dâhil etmek doğru olacaktır.

Kültür endüstrisinden de beslenerek, dijital medyanın giderek güçlendiği ve buna paralel olarak giderek daha da gerçeğe yakınsayan ve onun yerini almaya başlayan simülasyonlar ürettiğini gözlemlemek mümkündür. Kültür endüstrisi terimi ilk kez 1947 yılında, Amsterdam'da Adorno ve Horkheimer tarafından yayımlanan *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde kullanılmıştır (Adorno, 2003, s. 1). Kültür endüstrisi, teknolojinin, bilimsel örgütlenmenin ve politik, bürokratik vb. idarenin bütün düşünce ve deneyim biçimlerini belirlediği bir sürecin en üst noktası olarak tanımlanmaktadır (Kellner, 2013, s. 172). Kültür endüstrisi, kültürel ürünlerin teknolojik ortamda seri, tek tip ve hızlı bir şekilde üretilerek yayımlanması ile işlevini sürdürmektedir. Üretilen ürünler aslına yabancılaşmış ve yapaydır. Bunlar maddi varlıklarını medya aracılığı ile sürdürmekte ve yaymaktadır (Mora, 2008, s. 11). Kültür endüstrisi içerisinde üretilen ve dijital medya aracılığıyla yayılan kültürel ürünler ile ilgili “yapay” tanımlaması ile sıkça karşılaşmak mümkündür. Bu tanım, dijital medyada yer alan kültürel ürünlerin gerçek hayata dair pratiklerin simülasyonlarını yansıtarak yapay bir gerçeklik oluşturmalarından kaynaklanmaktadır. Edward Castronova gerçeği simüle ederek yapay bir gerçeklik oluşturan bu ürünler için *yapay dünyalar* (synthetic worlds) tanımını kullanmaktadır. Castronova’ya göre (2005) yapay dünyalar, insanlar tarafından insanlar için bilgisayar ortamında oluşturulmuş, sürdürülebilir, kaydedilebilir ve dönüştürülebilir, geniş, dünya benzeri büyük grup ortamlarıdır (s. 11).

Dijital dünyaya ait simülasyonlar; sürdürülebilir, kaydedilebilir ve dönüştürülebilir özellikleri sayesinde giderek nüfuz alanlarını arttırmakta ve kullanıcıları için giderek gerçek ile yapay arasındaki ayrımı soyutlaştıran bir çizgiye doğru evrilmektedir. Dijital dünya içerisindeki simülasyonların gelişimi kuşkusuz bilgisayar oyunlarının gelişimini de beraberinde getirmektedir. Gerçek dünyaya ait işleyiş biçimleri simüle edilerek oyuncuya gerçekliğe mümkün olduğunca yakın oyun oynama deneyimleri yaşatmaktadır. Hatta öyle ki, günümüzde bilgisayar oyunları sahip oldukları simülatif yapı ile oyuncular için, yapay dünya ile gerçek dünyanın iç içe geçtiği oyun oynama tecrübeleri vaat etmektedir.

1.6.2. Sibermetinsel Kurgu

Ludolojik görüşe göre, simülasyon ile birlikte oyunların ayırt edici bir diğer özelliği de sibermetinsel özelliktir. Sibermetin terimi Norbert Wiener'in 1948 tarihli *Cybernetics* adlı kitabıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Wiener'in sibermetin perspektifi kendi içerisinde geri dönüş sistemi barındıran organik ve inorganik sistemleri kapsamaktadır (Arseth, 1997, s. 1). Sibermetin kurgusunun geleneksel oyunlara göre neden ayırt edici bir özellik olduğunu Gonzalo Frasca şu şekilde açıklamaktadır;

Geleneksel edebi teoriler ve semiotik basitçe macera [adventure] oyunları ve metin-bazlı çok kullanıcı ortamlar gibi yeni metinlerle, başa çıkamaz, çünkü bu ürünler bir işaret serileri gibi değil, bunun yerine makineler ya da işaret üreticileri gibi işlemektedir (Aktaran: Şengün, 2015, s. 212).

Espen Arseth 1997 tarihli *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature* Wiener eseri ile ortaya çıkan sibermetin konseptini detaylı bir şekilde ele almış ve sınırlarını genişletmiştir. Aarseth sibermetin kavramına yönelik yaklaşımını şu şekilde açıklamak mümkündür;

Aarseth, sibermetin kavramını önerirken yalnızca klasik anlamıyla metni değil, aynı zamanda metnin “tüketici-veya kullanıcısı”nın da göz önünde bulundurulması gerektiğini ima eder. Aarseth'e göre çağın metinleri karşısında ve/veya bu metinler ile birlikte (Aarseth söz konusu durumu “sibermetinsel süreç” olarak adlandırmaktadır) okuyucunun gerçekleştirdiği etkinliğin yalnızca “okuma” adı verilen eylem ile karşılanması mümkün değildir. Aarseth'in ergodik olarak isimlendirdiği bu olgu örneğin sibermetinle karşılaşan

okuyucunun, bir patika (hodos) boyunca “çalışmasını” (ergon) gerektirmektedir. Dolayısıyla burada “okuyucu” konumundaki kişi aktif bir şekilde metne katılır, metin ile “oynar”. Bu oyuna katılan kişinin kararlarıyla hikâyenin bazı bölümleri daha ulaşılabilir ve daha ulaşılamaz olacaktır; kararlarınızın kesin sonuçlarını, yani neyi kaçırdığınızı asla tam olarak bilemezsiniz. Bu durum düz çizgisel bir metindeki muğlaklıktan farklıdır ve ulaşılamazlık ile kastedilen, bir kenara not edilmelidir ki, muğlaklıktan farklı olarak muhtemelliğin bir çıkışın yokluğudur” (Aktaran: Savcı, 2015, s. 62).

Dolayısıyla, Aarseth (1997) sibermetin sistemini çok çeşitli anlamlar üreten bir makine olarak tanımlamaktadır (s. 3). Aarseth’e göre sibermetin bir oyun dünyası, sibermetin okuyucu ise bir çeşit oyuncudur çünkü sibermetin kurgusu keşfetmeye, içinde kaybolmaya ya da gizli kalmış yeni alanlar bulmaya oldukça elverişlidir. Bu nedenle, sibermetini, dinamik metinlerin iletişim stratejilerini keşfeden ve tanımlayan bir perspektif olarak tanımlamak mümkündür (s. 4-5). Aarseth (1997) sibermetnin özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır;

- Sibermetin metinlerdeki mekanik organizasyondur
- Sibermetin teknolojiden bağımsız düşünülemez
- Sibermetin oyuncunun oyun sırasında sürekli reddedilme riski hissetmesini sağlayan, metinsel mekaniklerdir (s. 3-10).

Sibermetin teorisi; edebi teori, anlatıbilim (narratology), oyun çalışmaları ve dijital medya gibi dört ayrı ancak birbirleriyle bağlantılı disiplinlere dair ludoloji ile türdeş bir perspektif sunmaktadır (Eskelinen, 2012, s. 1).

Ludoloji video oyunları ile anlatının bağına tam olarak inkâr etmemiş, ancak bunun yerine geleneksel anlatı alanının dokunamayacağını iddia ettiği yeni bir metin alanı tanımlama yoluna gitmiştir. Sibermetin kurgusuna göre dijital sistem (makine) sadece kullanıcıyı yazılmış metinler içinde dolaştırmaz, ayrıca kendi de metin üreten bir makinedir (Şengün, 2015, s. 212).

Sibermetin kurgusunun bu özelliği sayesinde oyuncuya yaşattığı oyun oynama deneyimi; oyuncuyu, yalnızca metnin kendisi ya da onun okuru değil aynı zamanda anlamı yeniden üreten topluluk olarak tanımlanan “yorumlayıcı toplum” (Fish, 1980, s. 3) içerisinde tanımlamayı da mümkün kılmaktadır. Yorumlayıcı toplum tanımını ortaya atmış olan Fish’e göre; (1980) bir topluluğun, yorumlayıcı toplum olarak tanımlanması kendi özellik ve düşüncelerini yansıtan metinler üreterek yorumlayıcı stratejiler

geliştirmesine bağlıdır (s. 219). Genelde belli bir kitabın okuyucuları ya da bir televizyon programının izleyicileri birbirine bağlı ve uyumlu yorumlayıcı bir topluluk oluşturamamaktadır. Bu durum, aynı medya metninin farklı amaçlar için kullanılmasından kaynaklanmaktadır (Aktaran: İnce, 2010, s. 24). Bu noktada geleneksel medya içerisinde kullanıcının pasif konumundan söz etmek mümkündür çünkü alımlanan metin ile doğrudan ilişki kurabileceği ve geliştirebileceği etkileşimli bir ortam söz konusu değildir. Aynı durum geleneksel oyunlar ve dijital oyunların ilk örnekleri için de geçerlidir. Ancak günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte birçok etkileşimli medya ortamı gibi dijital oyunlar da sibermetin kurgusunu kullanıcıya (oyuncu) oldukça iyi yansıtan dijital sistemler sunmaktadır. Bu sayede kullanıcı (oyuncu) metin üreten bir makineye dönüşmekte ve yorumlayıcı toplum içerisinde bu şekilde kendine yer edinebilmektedir.

Özetle, oyuncunun oyunu deneyimlemesini sağlayan şeyin simülasyon, simülasyonun sunduğu etkileşim, sibermetin gibi unsurlar olduğunu belirtmek mümkündür (Akbulut, 2009, s. 67). Oyuncu deneyimini sağlayan unsurun açıklanmasının ardından, oyuncuyu bu deneyimi yaşamaya iten motivasyonları da açıklamak, oyuncu deneyimine yönelik daha kapsamlı bir kavrayış sunacaktır.

1.7. OYUNCU MOTİVASYONU: KULLANIMLAR VE DOYUMLAR

Simülasyon ve sibermetin özelliklerinin oyuna yönelik ayırt edici özellikler olarak tanımlanmış olmasından hareketle, bu özelliklerin oyuncuların oyuncu deneyimlerini şekillendiren önemli unsurlar olduğu çıkarımını yapmak mümkündür. Bu noktada oyuncuları bu oyuncu deneyimleri yaşamaya teşvik motivasyonları da açıklamak gerekmektedir. Medya kullanım amacı ve medya işlevi arasındaki ilişki, bir kullanıcının neden medya kanalını kullanmayı seçtiği yönündeki tercihlerinin altında yatan nedenleri ortaya koymaktadır. Bu ilişkiyi ortaya koymak için kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına başvurulmaktadır. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımıyla ilgili ilk çalışmalar 1940'lı yıllara uzanmaktadır. 1940-1950 yılları arasında kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yönelik yapılan ilk çalışmalar insanların neden televizyon izlemeyi ve radyo dinlemeyi tercih ettiğini konu edinmiştir (Papacharissi, 2008, s.138).

Daha sonra Lundberg ve Hulten (1968) kullanımlar ve doyumlar modelini geliştirmiş ve beş ana tanımlama etrafında birleştirmiştir. Buna göre;

- Kullanıcı (oyuncu) aktif konumda yer almaktadır.
- Kullanıcı (oyuncu) kitle iletişim sürecince ihtiyaç, memnuniyet ve seçimlerini birleriyle ilişkilendirme konusunda inisiyatif alan bir role sahiptir.
- Kullanılan medyanın ihtiyaç doyumundaki rolünün doğru bir şekilde ele alınması için diğer işlevsel alternatifleri göz önünde bulundurulmaktadır.
- Kullanıcılar (oyuncular) kullandıkları medyaya dair ilgi alanlarını ve motivasyonlarını belirtme yönünden oldukça bilinçli bir konumda bulunmaktadır.
- Kitle iletişiminin kültürel önemine ilişkin değer yargıları askıya alınmaktadır (Aktaran: Katz, Blumler ve Gurevitch, 1973, s.511).

Bu döneme kadar kullanımlar ve doyumlara yönelik yapılmış çalışmalar, Katz, Blumler ve Gurevitch (1974) tarafından düzenlenmiş, günümüzde geçerli kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının teorik temelini oluşturulmuştur. Buna göre,

- Sosyal ve psikolojik kökeni olan ihtiyaçlar bireyi bu ihtiyaçlarını karşılaması için belli bir medyayı ya da başka kaynakları kullanmaya yöneltmektedir.
- Kullanıcılar tercihlerinde özgür bir iradeye sahiptir ve hangi medyayı ne zaman kullanacaklarına dair kendi kararlarını vermektedir.
- Bu seçimler ve kararlar kişisel ihtiyaçlara ve değerlere dayanmaktadır.
- Medya kullanımı pasif ya da isteksiz olarak gerçekleştirilmez; bir medya türü belli ihtiyaçların giderilmesine yönelik olarak aktif bir biçimde seçilmektedir (Aktaran: İskender, 2015, s. 11).

Katz, Blumler ve Gurevitch'in kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temellerini oluşturmasının ardından yaklaşımı detaylandırmayı amaçlayan çalışmalar yapılmıştır. 1972 yılında McQuail ve arkadaşları kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı üzerine yoğunlaşmış ve yaklaşımı; eğlence, bireysel ilişkiler, kişisel kimlik ve gözetme ana başlıkları etrafında şekillendirmiştir. Benzer şekilde Greenberg 1974 yılında doyumların yapısını; alışkanlık, uyarılma, arkadaşlık, dinlenme, unutmama ve öğrenme faktörleri ile

açıklamıştır (Aktaran: Ayhan ve Çavuş, 2014, s. 39). Özetle, medya kanalı ile kullanıcı tercih ve motivasyonları arasındaki ilişkiyi gösteren kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yönelik yapılan tanımların süreç boyunca medya kanalı ve kullanıcı arasındaki farklı noktalara dikkat çekerek daha kapsamlı hale geldiğini belirtmek mümkündür.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yönelik yapılan tanımların süreç içerisindeki gelişiminde, teknoloji ile birlikte medya kanallarının değişim ve dönüşümünün de etkili olduğunu belirtmek mümkündür. Çünkü değişen ve dönüşen farklı medya kanalları kullanıcı için yeni doyumlar vaat etmektedir. Bu sebeple, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını teknoloji ile birlikte giderek gelişen ve günümüzde oldukça etkili bir medya ortamına dönüşen çevrimiçi oyunlara uyarlamak da mümkündür. Bu bağlamda, Kristern Lucas ve John L. Sherry (2004) çevrimiçi oyun kullanımına yönelik kullanımlar ve doyumlar tanımlamaktadır. Bu tanımları şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Rekabet
- Belirli bir zorluk karşısında gösterilen çaba
- Sosyal etkileşim
- Vakit geçirme
- Gerçek hayatla ilgili gerçekleştirilemeyen şeyleri gerçekleştirmek
- Heyecan duyma, uyarılma durumu (s. 503).

Tao Sun ve arkadaşları (2006) Çin’de yapmış oldukları, çevrimiçi oyun oynayan oyunculara yönelik araştırmanın sonucu olarak çevrimiçi oyuncuların doyumlarını şu şekilde tanımlamaktadır;

- Katılımın güçlü olması ve takım çalışması içermesi
- Başkalarının önünde kendini ifade etme imkânı
- Diğer oyuncularla mücadelenin yarattığı heyecan duygusu
- Daha önce tanınmayan insanlarla iletişim kurma, sosyalleşme imkânı
- Gündelik hayatın yarattığı baskı ve stresten uzaklaşmak, rahatlamak (s. 61).

Timothy Gibson 2008 yılında, katılımcı gözlemci olarak yer aldığı “Designed for play: A case study of uses and gratifications as design elements in massively multiplayer online role-playing games” adlı araştırmada çevrimiçi oyunları kullanımlar ve doyumlar yönünden incelemiş ve etkileşimlilik, eş zamanlı olmayan kullanım, tek tipleştirilemezlik ve topluluk hazlarını tanımlamıştır (Aktaran: İskender, 2015, s. 13). Çevrimiçi oyunlarda oyuncuların kullanım ve doyumlarına yönelik yapılan çalışmalarda, etkileşim, katılım, sosyalleşme gibi çevrimiçi oyunların yapıları gereği oyunculara vaat ettiği özellikler ortak doyum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, çevrimiçi oyunların birbirlerinden farklılaşan, çok kapsamlı doyumlar oluşturduğu da görülmektedir. Bu çeşitlilik ve kapsamlı yapının da oyuncuların çevrimiçi oyunların vaat ettiği sanal dünyalar içerisindeki varoluş ve beklentilerine göre şekillendiğini söylemek mümkündür.

Oyun içi rekabet, etkileşim, katılım, kendini ifade etme gibi oyuncularda çevrimiçi oyuna yönelik doyum noktası oluşturan faktörlerin, oyuncuların dijital dünyadaki varoluşlarıyla ilgili olduğunu belirtmek mümkündür. Örneğin, oyuncular oyundaki sanal kariyerleri üzerinden birbirleriyle rekabet etmekte, çevrimiçi oluşturdukları sanal kimlik aracılığıyla katılım, etkileşim ve kendini ifade etme olanağı yaratmaktadır. Bu nedenle, oyuncuların oyuna yönelik doyumlarını ve oyun oynama deneyimlerini daha iyi kavrayabilmek için oyuncuların oyun içi varlıklarının da irdelenmesi gerekmektedir.

1.8. DİJİTAL HABİTUS VE SANAL KARIYER

Oyuncular sahip oldukları motivasyon ve haz isteği ile dijital oyunların yarattıkları simülatif ve sibermetinsel dünyaya dahil olmakta ve bu sanal dünyada gündelik hayatta sahip olduklarından farklı bir habitus (yaşam alanı) oluşturmaktadır. Bilindiği gibi, Bourdieu'nün Habitus kavramı, insanların belirli kültürler veya alt kültür içerisinde yaşamaları sonucunda zihinlerinde sahip oldukları temel bilgi stokunu nitelemektedir. Bourdieu'ya göre (1995) habituslar ayrı ve ayrıştırıcı pratiklere sahiptir. Ancak pratikler, aynı zamanda da, sınıflandırıcı şemalardır, farklı sınıflandırma ilkeleri, farklı görünme ve bölünme ilkeleri bulunmaktadır (s. 23). “Birey habitusa içkin eğilim, pratik, yetkinlik ya da kaynaklarını çevrimiçi kimliğine aktarabildiği gibi, her bir platforma özgü habitustan da etkilendiği çift yönlü bir süreç yaşamaktadır. Daha genel bir ifadeyle farklı çevrimiçi habituslar çevrimdışı alanı biçimlendirdiği kadar, çevrimdışı habituslar

da çevrimiçini etkileyebilmektedir” (Güzel, 2016, s.94). Habitusların çevrimiçi alanı etkilediği noktada “dijital habitus” kavramının oluştuğunu söylemek mümkündür. Binark ve Bayraktutan-Sütcü (2009) dijital habitus kavramını şu şekilde tanımlamaktadır;

Toplumsal aktörün habitusu öz-düşünümseldir ve habitus her zaman pratiğe dönüşür. Ayrıca habitus kendini toplumsal aktörün davranışlarının, beğenilerinin, tercihlerinin şekillenmesiyle karşılar. Bu durum, verili kültürün hem içselleştirilmesi hem de birleştirilmesi anlamına gelmektedir. Oyuncular gündelik yaşamda aile çevresinde, arkadaşlık bağlarında, okul ve iş yaşamında edindikleri özelliklerini ve kazanımlarını, özellikle devasa çevrimiçi oyunlarda kullanmakta bir başka deyişle çevrimdışı habituslarını çevrimiçinde yeniden konumlandırmaktadırlar (s. 276-277).

Bu tanımdan hareketle oyuncuların gündelik hayatta sahip oldukları habitusların dijital dünyaya yansımalarının, oyuncuların dijital habituslarını oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Dijital oyunların dünyasında habitus’unu inşa etmek isteyen birey bir anlamda sanal kariyer de inşa etmektedir. Sanal kariyer, oyuncunun belli yeteneklere, güce ve donanıma sahip etkin bir avatar (oyundaki karakter) yaratmak için sanal uzamda çalışması ve sanal uzamda oyun içi ekonomiye harcama yapması, hatta yaptığı bu harcamaların sonucunda belli bir süre sonra kâra geçeceğini umması durumudur” (Binark ve Bayraktutan, 2011, s. 307).

Oyuncunun sanal kariyeri, oyuncunun dijital habitusu hakkında fikir verecek yegâne kaynaktır. Bu nedenle dijital habitus kavramını incelerken kavram ile doğrudan bağlantılı olan sanal kariyer kavramını irdelemek önem arz etmektedir.

1.8.1.Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar: Avatar ve Oyun İçi Emek

Binark ve Bayraktutan’ın dijital habitusu açıklarken değindikleri gibi, avatar ve oyun içi emek kavramları, sanal kariyer konsepti içerisinde anahtar kavramlar olarak görülmektedir. Oyuncular oluşturdukları bu sanal kimliklerle oyun dünyasında var olmaktadır. Binark ve Bayraktutan (2011) oyuncuların sanal kimlikleri ile dijital habitus kavramı içerisinde var olma durumunu şu şekilde tanımlamaktadır;

Oyuncunun sanal uzamdaki habitus'u, oyuncunun gerçek yaşam-sanaluzam arasındaki geçişlerini ve diğer oyuncularla kurduğu toplumsal ilişkileri de belirlemektedir. Bu bağlamda oyuncunun çevrimdışı kimliğinin çevrim içinde yarattığı kimlikler üzerindeki etkisinin de izini sürmek gerekmektedir. Erving Goffman'ın "performans"⁸ kavramını izleyerek diyecek olursak, sanal uzamda yaratılan ve dijital oyun dünyasında oyuncunun sergilenen kimliği son kertede, bireyin gündelik yaşamdaki "persona"sının (kişiliğinin) yansımasıdır, denilebilir (s. 306).

Oyuncuların sanal dünyadaki kimliklerini avatar aracılığıyla oluşturmaktadır. "Sadece bilgisayar oyunları ve simülasyon özelinde değil yeni medya genelinde günümüzde kullanılan temsil aracını karşılayan kavram avatardır. Hindu felsefesinden gelen bir kavram olan avatar, kişiliğin görsel temsili anlamında kullanılmaktadır (Doğu, 2009, s. 256). Avatar kavramı kullanıcının belirli bir mecrada kontrol edebildiği grafik temsili ifade etmektedir (Allbeck ve Badler, 200, s. 313). Avatar aracılığıyla yaratılan sanal kimlik kullanıcının gerçek hayatında idolleştirdiği kişinin vücut bulmuş halidir (Isdale ve diğerleri, 2002, s. 530). Şengün (2014) avatar kavramının özelliklerini şu şekilde tanımlamaktadır;

Avatarların benlik üzerinde yıkıcı/yapıcı etkiler yaratarak hem keşif hem de terapötik özellikleri olabileceği ortaya çıkmaktadır. Benliği temsil eden dijital bir varlık yaratmak, benlik hakkında düşünmek sürecini de harekete geçirir ve bunun yıkıcı ya da yol gösterici potansiyeli vardır (38).

Bu tanımdan hareketle, yalnızca oyun oynamak için oluşturulmuş olsa da avatarların benlik hakkında fikir edinmek için oldukça önemli kaynak olduğunu söylemek mümkündür. Binark'ın (2007) avatar hakkındaki tanımlamaları da bu savı desteklemektedir;

Sanal oyun dünyasında yaratılan avatarların söylemsel pratikleri ve edimlerinde bu nedenle kişinin egosunun ve alter-egosunun izini sürmek mümkündür. Ne kadar farklı bir kimlik kurgusu üzerine yatırım yapılırsa yapılsın, belli olaylar ve durumlar karşısında sanal uzama taşınan toplumsal ve kültürel bagaj açılmakta ve verili/doğal kabul edilen öğelerden yararlanılmaktadır (31).

⁸ Erving Goffman, "performans" kavramını şu şekilde tanımlamaktadır:; belli bir durumda belli bir katılımcının diğer katılımcılardan herhangi birini etkilemeye yönelik tüm etkinlikleri[dir]" (2009:28). Bir performans sırasında birey belli bir eylem kalıbını gerçekleştirmektedir, Goffman bu eylem kalıbını da "rol" ya da "rutin" olarak adlandırmaktadır (akt. Binark ve Bayraktutan, 2011; sf.306).

Buna göre, oyuncuların gündelik yaşamlarındaki habitusları ve dijital habitusları arasındaki ilişkiyi avatarları aracılığıyla kurduğunu belirtmek mümkündür. Oyuncuların avatarları, oyuncuların gündelik hayatlarından, yaşam pratiklerinden ve kişiliklerinden pek çok yansıma barındırmaktadır.

“Dijital oyun kültürü üzerine çalışan Nick Yee’ye göre dijital oyunlar, bireylerin daha iyi birer çalışan olması için durmaksızın çalıştıkları platformlardır ve buradaki iş gerçek yaşamda şirketlerde yürütülen işlere büyük ölçüde benzemektedir” (Aktaran: Binark ve Bayraktutan-Sütçü, 2009, s. 293). Bu durum, oyun içerisinde de tıpkı iş dünyasında olduğu gibi sarf edilen cinsten bir emek olduğuna işaret etmektedir. Tüm zamanların iş saati haline geldiği günümüz kitle iletişim endüstrisinde (Smythe, 1977, s. 6) dijital oyunlar içerisinde oyun içi emek kavramının da değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Günümüzde, dijital oyunların gelişimiyle birlikte, oyuncuların oyun içi yaptıkları sarf ettikleri emek yalnızca oyun için vakit harcama üzerinde kurulmamaktadır. Oyuncular sanal kariyerleri için maddi yatırımlarda da bulunarak oyun içerisindeki başarı şanslarını yükseltebilmektedir. Bununla birlikte, oyuncuların sanal kariyerleri için sarf ettikleri oyun içi emek maddi kazançta da dönüşebilmektedir. Christian Fuchs, kapitalizmin oyun ve emeği birbirine yıkıcı bir diyalektikle birbirine bağladığını belirtmekte ve bu tür emeği “dijital emek” olarak tanımlamaktadır (Aktaran: Kaymas, 2017, s. 210). Ancak dijital emek kavramı bilişim teknolojilerinin gelişimi ile gündelik hayatın her noktasına sirayet eden çevrimiçi dünyada karşılığı ödenmeyen tüm emekleri kapsamaktadır. Ancak oyun için verilen emek kendi içerisinde bazı spesifik noktalara sahiptir. Bu nedenle, Fuchs ve Sevignani (2013), oyun içi emek için playbour⁹ kavramını geliştirmiştir. Bu kavram, oyun dünyasında emeğin nasıl yeniden üretildiği ve insanların nasıl gönüllü bir şekilde emek ürettiğine örnek teşkil etmektedir (Aktaran: Uzunoğlu, 2015, s. 187). Playbour kavramında, oyun içi haz unsuru ile birlikte maddi kazanç unsuru da, oyuncuların emek sarf etmesini teşvik eden nedenlerden bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada dijital emek kavramını karşılığı ödenen emek ve karşılığı ödenmeyen emek olarak kategorize etmek mümkündür.

⁹ Oyun ve emek (play / labour) kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuş kavramdır. Oyun içi verilen emek kavramını nitelemektedir.

Dijital dünyanın gelişimi ve etkileşim olanaklarının ilerlemesinden önce, bilgisayar oyunu oynayan bir oyuncuyu ticari bir metayı tüketen birey olarak yalnızca tüketici olarak tanımlamak mümkündü. Ancak, oyun içi emek aracılığıyla yeniden üretim yapan ve maddi kazanç elde eden oyuncu bu yönüyle üretici kavramına da yakınsamaktadır. Bu noktada üretim ve tüketim pratiklerinin birleştiği üre-tüketici kavramı ortaya çıkmaktadır. Axel Bruns'a göre üre-tüketim kavramı; üretici ve tüketici rollerinin birleşmesiyle oluşan hibrid bir roldür (Aktaran: Fuchs, 2011, s. 297). "Üre-tüketim süreci yeni medya ortamlarında kullanıcıların kolektif bir yapı içerisinde içerik üretmesine, tüketmesine/yeniden üretmesine dayalı döngüsel bir yapıda işlemektedir" (Turan, 2013, s. 5).

Özetle, Oyuncular dijital habitusları içerisinde sanal kariyer inşa ederken, öncelikle kendi benliklerinin dijital dünyadaki yansıması olan avatardan faydalanmaktadır. Daha sonra oyuncular, tıpkı profesyonel çalışma hayatında kariyerini inşa eden bir birey gibi, sanal kariyeri için emek ve sermaye yatırımı yaparak sanal kariyerlerini geliştirmeye ve simülatif dünyada başarılı olmaya çalışmaktadır. Ancak, oyuncular oyun dünyasında sanal kariyeri geliştirmek için emek ve sermaye yatırımının dışında yollara da başvurabilmektedir. Bu bağlamda, Mia Consalvo'nun (2005) başvuran oyuncuya haksız avantaj sağlayan yöntem olarak tanımlamış olduğu "hile" yöntemi, oyuncular tarafından sıkça kullanılmaktadır. Consalvo'ya göre oyunda hile yapmak yalnızca kuralları çiğneme değil kuralları oyuncunun lehine yeniden yorumlama anlamı da taşımaktadır (s. 2). Oyuncuya avantaj sağlayan kısa yollardan hangilerinin oyuncu tarafından hile olarak değerlendirildiği oyuncudan oyuncuya değişkenlik göstermektedir. Bu noktada Consalvo (2005) oyuncuların hile kavramına yaklaşımları ekseninde üç çeşit oyuncu grubu tanımlamaktadır.

- **1.Grup:** Bu grubu oyunu yalnızca kendi düşünceleri ve stratejileri etrafında şekillendirmeyi tercih eden oyuncular oluşturmaktadır. Bu grubun mensupları oyun içerisinde kendi eforları dışında kalan her yardımcı faktörü hile olarak kabul etmektedir. Strateji rehberi¹⁰ (strategy guide), walkthrough¹¹ (tam çözüm),

¹⁰ Bir oyunun oynanışı, bilmecelelerin çözümleri hakkında yazılar ve oyun oynama tavsiyeleri içeren kaynaktır (Barmanek, Fidaner ve Merlin'in Kazanı, 2009, s.365).

¹¹ Bir oyunun herhangi bir aşamasının nasıl tamamlanacağı ile ilgili tam bir çözüm yolu sunan görsel ya da yazılı kaynaktır.

hile şifreleri¹² (cheat code) gibi kısa yolların ve rehberlerin tümünü hile olarak değerlendirmektedirler.

- **2.Grup:** Bu gruba mensup oyuncular walkthrough ve rehberleri hile olarak görmemektedir. Sadece hile şifreleri kullanımını ve oyunun kodlarını hackleme¹³ durumunu hile olarak görmektedirler.
- **3.Grup:** Bu grup için hilenin sosyal anlamı olması gerekmektedir. Başvurulan kısa yolun hile olarak değerlendirilmesi için başvuru yolun başvuran oyuncuya avantaj sağlarken için başka bir oyuncuyu da olumsuz etkilemesi gerekmektedir (s. 2-3).

Consalvo'nun yapmış olduğu sınıflandırmadan hareketle, oyun içi hile faktörünün, oyuncuya sağladığı haksız avantajın sınırları konusunda oyuncular arasında fikir ayrılıkları olduğu kanısına ulaşmak mümkündür. Özetle, avatar ve dijital emek kavramlarının analizi, oyuncu deneyimi odaklı araştırmalarda oyuncuların dijital habituslarını anlayabilmek ve sanal kariyer motivasyonlarını keşfedebilmek için önem arz etmektedir. Bununla birlikte, sanal kariyer yalnızca avatar ve oyun içi yapılan maddi ve gayri maddi yatırımlar ile şekillenmemektedir. Bu noktada, oyun içi hile faktörünü de göz önünde bulundurmamak gerekmektedir.

¹² Oyun kodlayıcılarının oyun içerisinde oyunculara sunduğu haksız kazanç elde edebilecekleri kısayollardır. Genellikle oyun içerisinde belirli bir kod ya da kelimenin yazılmasıyla aktif olurlar.

¹³ Oyun yazılımında açık tespit edilip, bu yazılım açıklarından haksız oyun içi kazanç sağlanmasıdır.

2.BÖLÜM

FOOTBALL MANAGER VE OYUNCU DENEYİMİ

Football Manager oyunu, gerçek futbol dünyasının simülasyonunu oyuncularına sunarak ilk sürümlerinden günümüze ciddi bir oyuncu kitlesine sahip olmuştur. Football Manager, oyuncuların oyunda başarı sağlayabilmek adına kadro planlaması, taktik, transfer, finans kaynak yönetimi gibi pek çok strateji geliştirdiği ve geliştirdikleri stratejiler ışığında tek oyunculu (çevrimdışı) ya da çok oyunculu (çevrimiçi) ortamlarda rekabet ettikleri bir oyundur. Dijital oyunlar içerisindeki diğer futbol oyunları ile Football Manager oyununu ayıran nokta mücadelenin tamamen oyuncunun geliştirdiği stratejiler odağında şekillenmesidir. Football Manager içerik yapısı itibariyle muadili olan diğer dijital futbol oyunlarından ayrıldığı gibi, oyuncularına vaat ettiği oyuncu deneyimi ile de farklı bir noktada durmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde Football Manager oyunu, sahip olduğu oyun türü ve anlatı yapısı ekseninde detaylı olarak ele alınacak, bu değerlendirmenin ardından Football Manager oyuncu deneyimi değerlendirilecektir. Oyuncu deneyimi değerlendirilirken, çalışmanın yöntemleri, otoetnografi, katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmelerden elde edilen veriler çalışmanın 1. bölümünde analiz edilen kavram seti ile tartışılacak ve bunun sonucunda ortaya çıkan bulgular değerlendirilecektir.

Football Manager'ın oyuncularına vaat ettiği oyun oynama deneyimini kavrayabilmek için öncelikle oyunu detaylı bir şekilde tanımlamak ve sahip olduğu özellikleri analiz etmek gerekmektedir. Bu nedenle, çalışmanın bu bölümü Football Manager oyun yapısına dair incelemelerle başlayacaktır.

2.1. FOOTBALL MANAGER OYUNUNA DAİR: OYUNUN TÜRÜ

Gürses'e göre (2015) dijital oyunları sahip oldukları içerik, teknik özellikler, yayımlandıkları platformlar ve kontrol mekanizmaları gibi çeşitli açılardan sahip oldukları özelliklere göre şu şekilde sınıflandırmak mümkündür:

- **Konsol Oyunları:** geleneksel kontrol mekanizmaları (klavye, fare vb.) yerine konsola özel kontrol mekanizması veya sadece vücut hareketleri ile etkileşime geçebildiği oyun yazılımlarıdır.
- **Masaüstü Oyunlar:** kişisel bilgisayarların piyasaya sunulduğu ilk dönemden beri geliştirilen oyun türüdür.
- **Çevrimiçi Oyunlar:** bir bilgisayar ağı veya internet üzerinden çok oyunculu olarak oynanan oyunlardır.
- **Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları:** kullanıcıların kendilerine ait karakterlerinin olduğu, kalıcı oyun dünyalarında oynanan çevrimiçi oyunlardır.
- **Mobil Oyunlar:** platform olarak cep telefonları ve tabletler gibi kullanıcıların sürekli olarak yanlarında taşıdıkları cihazlarda oynanan oyun türüdür.
- **Sosyal Oyunlar:** bir sosyal ağ üzerinden oynanabilen, kullanıcıların arkadaşları ile birlikte oynayabildiği veya aynı oyunu oynayan kişilerle arkadaş olabildiği oyunlardır.
- **Gündelik Oyunlar:** geleneksel dijital oyunlardan farklı olarak basit kuralları olan, karmaşıklıktan uzak ve oynamak için özel beceri gerektirmeyen oyunlardır (s. 489).

Menajerlik oyunlarının konsol ve mobil oyunu olarak piyasaya sürülmüş türleri bulunsa da bu araştırmaya konu olan Football Manager oyununun, yayımlandığı platform göz önünde bulundurulduğunda, “*masaüstü oyun*” kategorisi içerisinde sınıflandırılması gerekmektedir. Ayrıca, Football Manager oyuncularına kendilerine ait bir karakter oluşturarak çevrimiçi rekabet edebilme olanağı tanımaktadır. Bu yönüyle oyun aynı zamanda “*çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunları*” kategorisi içerisinde de yer almaktadır. Dijital oyunlara yönelik sınıflandırmalar yalnızca içerik, teknik özellikler, yayımlandıkları platformlar ve kontrol mekanizmaları gibi özellikler ışığında

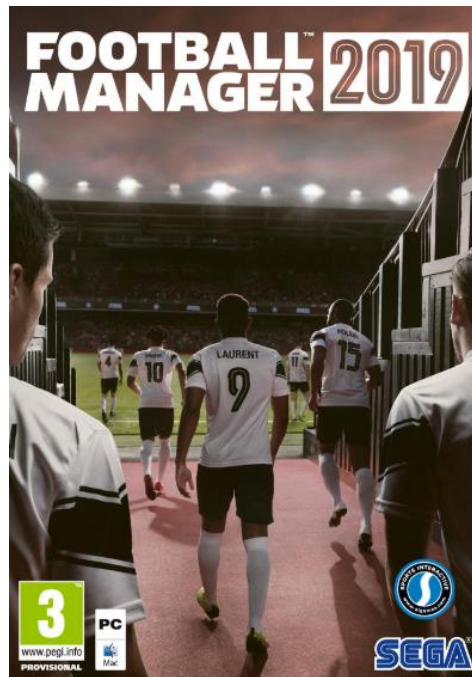
yapılmamaktadır. Dijital oyunlar sahip oldukları tema ve oyun içi anlatı özelliklerine göre de sınıflandırılmaktadır.

Dijital oyunların günümüze kadar uzanan tarihinde, çeşitli spor türlerine konu edinen pek çok farklı oyunun endüstri içerisinde kendisine yer bulduğunu söylemek mümkündür. Marchand ve Hennig-Thurau'nun 2013 yılında yapmış olduğu araştırmaya göre spor temalı oyunlar dünyada genelinde en çok tercih edilen oyun türlerinden bir tanesi olarak görülmektedir (s. 145). Futbol sporunun dünya çapındaki popülaritesine paralel olarak, futbol temalı oyunları, spor oyunları kategorisi içerisindeki en popüler türlerden bir tanesi olarak tanımlamak mümkündür. Dijital futbol oyunlarının anlatı yapısı, farklı futbol takımlarını kontrol eden oyuncuların uyguladıkları direktifler ve oyun için kabiliyetleri aracılığıyla rakip takıma üstünlük kurma çabasına dayanmaktadır. FIFA ve Pro Evolution Soccer yakın dönemin en çok bilinen ve en çok tercih edilen futbol oyunlarıdır. FIFA ve Pro Evolution Soccer gibi klasik futbol oyunu anlatılarından farklı anlatı yapısıyla futbol menajerlik oyunları da futbol temalı bilgisayar oyunları içerisinde çokça tercih edilen oyun türlerinden bir tanesidir.

Menajerlik oyunlarının tarihçesi 1980'li yılların sonuna dayanmaktadır. Yaklaşık 30 yıldır birçok firma farklı isimler ve farklı grafik temaları çeşitli menajerlik oyunlarını piyasaya sürmüştür. Football Manager oyun endüstrisi içerisinde zamanla gelişen ve her geçen sene daha gerçeğe yakın simülasyonlar sunan oyunlardan bir tanesidir. Ayrıca üretilen çeşitli menajerlik oyunlarından günümüzde yıllık güncel sürümleri devam eden tek menajerlik oyunudur. Football Manager ilk sürümünden bugüne Sega Games ve Sports Interactive isimli oyun firmalarının iş birliği ile üretilmektedir. Paul Colyer ve Oliver Colyer adlı iki bilgisayar programcısı tarafından kurulan Sports Interactive firması tarafından üretilen ve 1992 yılında piyasaya sürülen *Championship Manager 92* adlı bilgisayar oyunu Football Manager serisinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Yakut, 2011, s.3). 2004 yılına kadar Championship Manager ismiyle piyasaya sürülen oyun, 2004 yılında Sports Interactive firmasının Sega Games ile işbirliği yapmasıyla Football Manager ismiyle piyasaya sürülmeye başlamıştır. 2004 yılından bu yana her yıl güncellenerek piyasaya sürülen Football Manager günümüzde en popüler bilgisayar oyunlarından bir tanesidir.

Football Manager Serisinin Yıllara Göre Kronolojisi
1992- Championship Manager
1995- Championship Manager 2
1997- Championship Manager 97/98
1999- Championship Manager 3
2001- Championship Manager 01/02
2003- Championship Manager 4
2004- Football Manager 2004

Tablo 4: Football Manager serisinin sürümlerinin kronolojisi



Şekil 2: Football Manager 2019 oyun kapağı

Football Manager, FIFA, Pro Evolution Soccer ya da bilinen futbol oyunları gibi oyuncunun direk kendi yönlendirmesi ile oynadığı ve sonuca ulaştığı bir oyun değildir. Oyuncunun, simülasyonun akışı içerisinde başarılı olabilmek adına stratejiler geliştirdiği bir oyundur. Bu stratejiler maç içi taktik stratejisinden, transfer stratejisine, kulübün finansal planlama stratejilerinden, antrenman stratejilerine kadar oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Oyuncu bu stratejiler ışığında maçları kazanmakta ya da

kaybetmektedir ancak ma sonucunu doğrudan kendi yönlendirmesi değil maça kadar yaptığı planlar ışığında oyun motoru belirlemektedir. Oyuncu deneyiminin Football Manager oyunu özelinde irdeleneceği bu çalışmada ilgili oyun (Football Manager) strateji oyunu olarak değerlendirilmektedir. Oyun zerine yapılan bazı akademik çalışmalarda oyun türleri sınıflandırılırken Football Manager oyununu strateji başlığı altında değil futbol başlığı altında sınıflandırılmaktadır. İlgili sınıflandırmalarda strateji oyunları başlığı altında ise “Age of Empires”, “Rise of Nations” ve “Red Alert” gibi askeri strateji (military strategy games) oyunları yer almaktadır. Pala ve Erdem’e ait (2011) “Dijital Oyun Tercihi ve Oyun Tercih Nedeni ile Cinsiyet, Sınıf Düzeyi ve ğrenme Stili Arasındaki İlişkiler zerine Bir alışma” adlı makalede yer alan oyun sınıflandırma tablosu şu şekildedir (s. 60):

Oyun Türü		Oyunlar
Gerçek Zamanlı	Yarış	Need For Speed Serisi, Test Drive Unlimited, Flatout vb.
	FPS (Birinci şahıs Nişancı)	Crysis, Call of Duty, Counter Strike vb.
	TPS (nc şahıs Nişancı)	Max Payne, Prince of Persia, Grand Theft Auto vb.
	Karşılıklı Hamleye Dayalı	Satranç, Worms, Tavla vb.
	Tüm Zamanlı	Pro Evolution Soccer Serisi, FIFA, Football Manager vb.
	Strateji	Age of Empires Serisi, Rise of Nations, Red Alert vb.
	Simülasyon	The Sims, Farmville, Hard Truck Wheel Of 18 vb.
	RPG (Rol Yapma Oyunu)	War Craft Serisi, Diablo, Oblivion Elder vb.

Tablo 5: Türlerine göre oyun sınıflandırma tablosu

Bu tabloya göre simülasyon oyunları da ayrı bir başlık altında tasnif edilmektedir. Oysa yapısı gereği Football Manager diğer futbol oyunlarından farklılaşmaktadır. Bu nedenle oyunu tanımlarken futbol oyunu olarak tanımlamak eksik bir niteleme oluşturmaktadır. Football Manager oyun anlatısı itibariyle oyuncuya futbol dünyasıyla ilgili bir oyun vaat etmekle birlikte, oyuncunun oyunda başarılı olabilmek adına stratejiler geliştirmesi şartını koşmaktadır. Bununla birlikte oyuncu, oyunda bir futbol takımı menajeri kimliğine bürünmektedir ve gerçek futbol dünyası temel alınarak oluşturulmuş olan simülasyon içerisinde menajer rolüyle var olmaktadır. Oyunun sahip olduğu bütün bu

özellikler göz önünde bulundurulduğunda, Football Manager'ın yukarıdaki tabloda yer alan “*Tüm Zamanlı*” oyun kategorilerinin (Futbol, Strateji, Simülasyon) hepsinde yer alabileceğini söylemek mümkündür. Bu nedenle Futbol Manager oyunu, yalnızca futbol oyunu olarak değil, futbol dünyasının simülasyonunu sunan bir strateji oyunu olarak tanımlanmalıdır.

Football Manager oyununu strateji oyunu olarak tanımlayabilmek için strateji oyunlarına yönelik tanımlamalardan ve tarihsel arka plandan da faydalanmak gerekmektedir. Uğurel ve Moralı (2008) strateji oyunlarını şu şekilde tanımlamaktadır;

Strateji oyunları bir ya da iki kişi ile oynanan kazanma ya da kaybetmenin oyuncuların yapacağı hamlelere bağlı olduğu oyunlardır. Oyunlarda kazanmak için verilen tüm koşullar altında istenen amaca ulaşmada bazı stratejilere gereksinim duyulur. Bir kısmı ileri düzeyde dikkat ve düşünme gerektirir. Verileri organize etme ve kullanma, bir yapı içerisindeki bağlantıları, örüntüleri açığa çıkarma; sayı, sembol ve şekiller üzerinde işlem yapabilme vb. becerilere yönelik olarak hazırlanan bu tarz oyunlar kâğıt, tahta ya da bilgisayarlar aracılığıyla oynanabilir (s. 86).

Football Manager oyununda oyuncuların yapacağı uzun vadeli ya da anlık hamleler oyuncunun kazanma şansını doğrudan etkilemektedir. Örneğin, bir kulüp için oluşturulacak uzun vadeli finans stratejisi ya da kadro gençleştirme stratejisi gibi hamleler uzun vadede başarı getirmektedir. Bununla birlikte bir futbol maçı esnasında oyuncu tarafından yapılacak bir taktiksel değişiklik de oyuncunun maçı kazanmasını ya da kaybetmesini doğrudan etkilemektedir. Bu durumdan yola çıkarak, oyunun kısa vadeli ve uzun vadeli her bölümünde oyun için başarının oyuncu tarafından geliştirilecek stratejilere doğrudan bağlı olduğunu söylemek mümkündür. Uğurel ve Moralı'nın strateji oyunlarına yönelik tanımında ayrıca, strateji oluştururken verileri organize etme, kullanma ve yapı içerisindeki bağlantıları irdelemenin önemine dikkat çekilmektedir. Football Manager, oyun sürecinin her alanında oyuncuya veriler sunmakta ve bu veriler karşısında oyuncunun oluşturacağı planlamalar üzerinden şekil almaktadır. Oyunun en önemli bölümlerinden bir tanesi gerçek futbolcuların ve antrenörlerin oyun içinde simüle edilmiş futbolculuk ya da antrenörlük özelliklerinin yer aldığı profil sayfalarıdır. Çünkü oyunu oynayan oyuncular bu profil sayfalarını inceleyerek futbolcu ve antrenör takımlarını kurmakta ve kurulan bu kadrolar oyuncuların oyun içinde alacağı sonuçlara doğrudan etki etmektedir. Futbolcu ve

antrenörlerin gerçek hayattaki futbola dair özellikleri Football Manager gözlemci ekibi tarafından analiz edilmekte ve belli konu başlıkları içerisinde matematiksel veri olarak işlenmektedir. İşlenen bu veriler oyundaki profil sayfalarını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, maç verileri, finansal veriler, kulüp ile ilgili veriler gibi ikincil kaynaklar da oyuncuya sunulmakta oyuncu bu matematiksel verilere yönelik yaptığı analiz sonucunda uzun ve kısa vadeli stratejilerini belirlemektedir. Bu nedenle strateji oyunlarına yönelik tanım Football Manager'ın oyun anlatı yapısı ile örtüşmektedir.

Football Manager oyununun olay örgüsünü, oyunun sahip olduğu yapay zekâ oluşturmaktadır. Oyuncuların kararları kendi takımlarını etkilerken, diğer takımların alacakları maç sonuçları, yapacakları transferler ya da maç içerisinde yapacakları taktiksel hamleler gibi oyuncuya bağlı olmayan diğer etkenler bu yapay zekâ aracılığıyla oyuncuya sunulmaktadır. Diğer oyun anlatılarının aksine, yapay zekânın sunduğu çok çeşitli problemler ile birçok oyuncunun aynı anda mücadele ettiği oyun çeşidi olarak tanımlanan “*gerçek zamanlı strateji oyununun*” genel özellikleri şu şekilde özetlenmektedir;

- Kaynak yönetimi
- Belirsizlik altında karar verme
- Zamansal ve mekânsal akıl yürütme
- İşbirliği
- Rakip modelleme ve öğrenme
- Çekişmeli gerçek zamanlı planlama (Buro, 2003, s.1)

Football Manager oyunu anlatı yapısı itibariyle kaynak yönetimi ile doğrudan ilişkilidir. Oyuncular basitçe, oyunda çalışacakları kulübü seçtikten sonra oyunda başarılı olabilmek için kulübün sahip olduğu maddi kaynakları ve insan kaynaklarını doğru yönetmek için uğraş vermektedir. Football Manager oyuncularının kaynak yönetimi sürecindeki tüm kararları belirsizlik altında alınmaktadır. Çünkü gerek kulüp kaynak yönetimi sürecindeki, gerekse maç içi anlık verilen stratejik kararların sonuçlarını ön görebilmek mümkün değildir. Örneğin, oyuncular kulübün planları doğrultusunda bir futbolcu transferi yaptıklarında bu futbolcunun ne kadar katkı sağlayacağını ön görememektedir. Verilen bu kararlar mekânsal ve zamansal akıl yürütme ile de

doğrudan ilişkilidir. Çünkü oyuncu herhangi bir stratejik karar alırken çalıştığı kulübün şartlarını ve çalıştığı zaman dilimini gözeterек hareket etmektedir. Oyuncunun çalıştığı kulübün maddi durumunun elverdiği futbolcu transferini yapabilmesi ya da çalıştığı kulübün oynayacağı maçı kesinlikle kazanması gerekiyorsa daha hücum ağırlıklı bir strateji ile maça çıkması Football Manager içerisindeki zamansal ve mekânsal akıl yürütme durumuna örnek teşkil etmektedir.

Football Manager oyun deneyimi içerisinde işbirliği de önemli bir oyun içi özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyun içi işbirliği başarıya ulaşmak için iki ya da daha fazla çevrimiçi kullanıcı arasında olabileceği gibi, yapay zekâ ile de kurulabilmektedir. İki çevrimiçi kullanıcının yönettikleri kulüplerde birbirlerine transfer kolaylığı sağlamaları çevrimiçi işbirliğine, oyun içi herhangi bir kullanıcıya bağlı olmayan menajerler ile transfer görüşmelerini daha efektif yapabilmek adına yapılan anlaşmalar yapay zekâ ile kurulan işbirliğine örnek olarak gösterilebilmektedir.

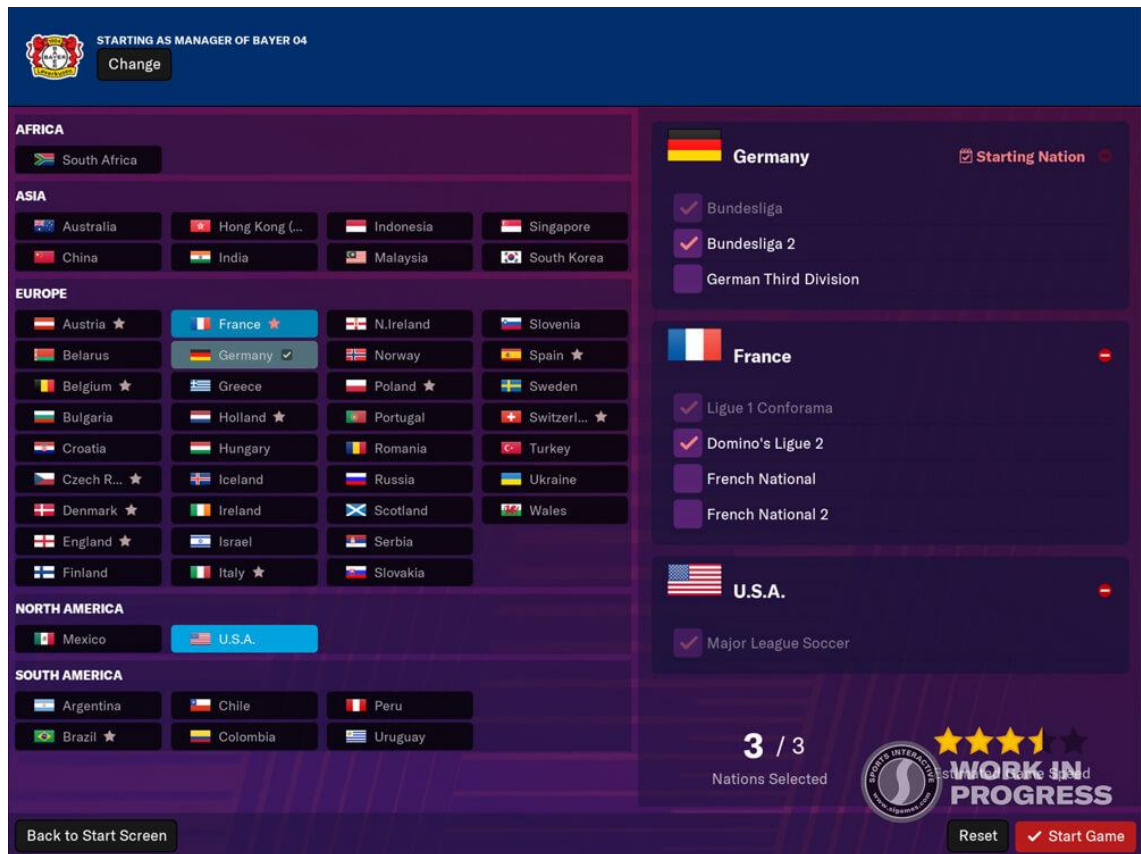
Football Manager oyununda başarıyı yakalayabilmek için, oyuncunun kulübünü nasıl yönettiği kadar rakiplerin analizlerini ne ölçüde yapabildiği de oldukça önemlidir. Çünkü rakip modelleme analizlerinin yapılması rakibe karşı üretilecek stratejileri belirlemeyi de doğrudan etkileyecek bir faktördür. Football Manager oyununda rakip modelleme analizini oyuncu kendisi yapabileceği gibi, oyun içerisindeki kendisine tesis edilen asistanlardan da yardım alabilmektedir. Son olarak, Football Manager oyuncuların çevrimiçi ve eşanlı oynayabildiği bir oyun olduğundan oyuncular rekabet halinde olduğu diğer oyuncular karşısında başarılı olabilmek için aynı zaman dilimi içerisinde farklı stratejiler üretmektedir. Bu durum da oyunun anlatı yapısı içerisinde yer alan çekişmeli gerçek zamanlı planlama durumuna örnek teşkil etmektedir.

Özetle, yukarıda ele alınan özellikler ışığında, strateji oyununu, oyuncuların kurguladıkları çok çeşitli stratejilerin sonuca ulaşma yolunda oldukça büyük önem taşıdığı oyun türü olarak tanımlamak mümkündür. Strateji oyunlarının da kendi içlerinde sınıflandırıldıkları görülmektedir. Birden çok oyuncunun eş zamanlı olarak çeşitli taktikler geliştirerek rekabet ettikleri oyunlar “*gerçek zamanlı strateji oyunları*” olarak tanımlanmaktadır (Sharma ve diğerleri, 2007, s. 1041). Bu bağlamda,

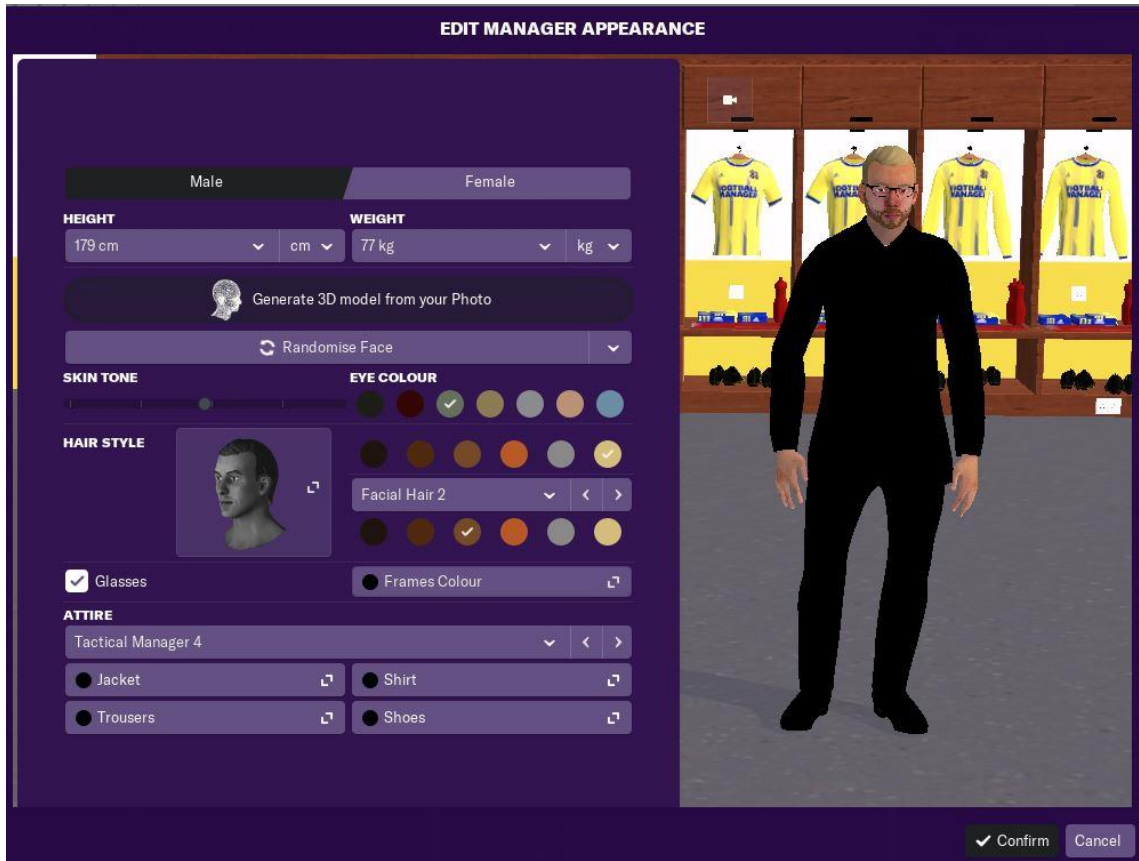
oyuncularının eş zamanlı olarak, başarılı olabilmek adına stratejiler geliştirdiği bir oyun olarak Football Manager'ın gerçek zamanlı strateji oyunu özelliklerine sahip olduğunu belirtmek mümkündür.

2.2. FOOTBALL MANAGER OYUNA GİRİŞ VE OYUNUN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Football Manager oyununda oyuncular simüle edilmiş futbol dünyası içerisinde stratejiler geliştirebilmek için öncelikle, oyunda mücadele edecekleri futbol takımını seçip, oyundaki sanal kimlikleri olacak olan avatarlarını oluşturmaktadır.



Şekil 3: Oyun başlangıç ekranı



Şekil 4: Avatar oluşturma ekranı

Yukarıda yer alan ilk görselde futbol takımı seçme ekranı yer almaktadır. Oyuncu yönetmek istediği futbol takımına ait, oynanan serideki kadro¹⁴, finans¹⁵, tesis¹⁶ ve antrenör¹⁷ yapılanması¹⁸ inceleyebilmekte ve takımını seçtiği zaman bu yapılanma üzerine stratejilerini inşa etmektedir. Football Manager oyuncuları oyuna dâhil olacakları futbol takımını seçtikten sonra, oyundaki sanal kimlikleri olacak avatarlarını

¹⁴ Kadro bölümünde, oyuncunun seçmiş olduğu futbol takımının kadrosu ve oyunculara ait özellikler yer almaktadır.

¹⁵ Finans bölümü, oyuncunun seçmiş olduğu futbol takımının mali durumunu göstermektedir. Oyuncular, oyun içerisinde transfer yaparken ya da futbol takım tesislerini büyütürken kulübün finansal olanaklarını göz önünde bulundurmak durumundadır.

¹⁶ Tesis bölümü, oyuncunun seçmiş olduğu futbol kulübünün stadyum, antrenman sahaları gibi tesislerine yönelik durumu göstermektedir.

¹⁷ Oyuncunun seçmiş olduğu futbol takımlarında kendilerine antrenman ve taktiksel çalışmalarda yardımcı olan bir antrenör ekibi bulunmaktadır. Antrenör ekibi yapay zekâ tarafından yönlendirilmektedir.

¹⁸ Futbol kulüplerinin kadroları, finansal durumları, antrenör ekibi ve tesis yapısı Football Manager'ın her yıl yenilenen sürümlerinde içerisinde bulunan yılda kulüplerin bu alanlardaki güncel durumları simüle edilerek güncellenmektedir. Örneğin, Football Manager 2019 sürümünü oynayan bir oyuncu gerçek futbol dünyasının 2019 yılına göre simüle edilmiş versiyonuyla oynamaktadır.

yukarıda yer alan görselde olduğu gibi düzenlemektedir. Football Manager oyunu avatar oluşturma özelliği yönünden son yıllarda önemli güncellemeler getirmiştir.

Football Manager oyununun güncel sürümlerinde geliştirdiği ve güncellediği tek nokta avatar oluşturma bölümü değildir. Eski sürümlerinde oyuncular avatarları ile yalnızca çevrimdışı bir şekilde yapay zekânın yönettiği rakip takımlara karşı stratejiler geliştirmektedir. Oyunun yeni sürümleri ile birlikte oyuncular çevrimiçi ağlar oluşturarak birbirleriyle çok oyunculu mücadelelerin içerisinde yer alabilmektedir. Oyunda menajer rolü yapan bir sanal kimlik yaratılması ve çevrimiçi bir şekilde bu kimliklerin rekabet edebilmesi durumu, Football Manager oyununun gerçek zamanlı bir strateji oyunu olmasının yanı sıra bir başka özelliğine de işaret etmektedir. Uğur Gündüz (2011) kitlesel katılımlı çevrimiçi rol yapma oyunlarını (MMORPG) şu şekilde tanımlamaktadır;

İnternet üzerinden oynanan oyunlar, özellik itibariyle dünyanın çeşitli yerlerinden oyuncuların aynı anda sanal karakterlere bürünüp oyuna katılması şeklinde tanımlanabilir. Bu tarz oyunlara kısaca MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game) yani Kitlesel Katılımlı Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu denmektedir. İnternetin zaten var olan çekiciliğinin yanında oynayanlara fantastik bir evren sunarak reel hayatın gerçeklerinden sıyrılma imkânı sunan MMORPG'lar kullanıcılara sunduğu farklı özelliklerdeki karakterler, bunların özelliklerinin geliştirilmesi, karakterlerin oynadıkça güçlendirilmesi imkanını sunmakta ve oyunculara bu oyunlara karşı bağımlılık duygusu yaratmaktadır (s. 103).

NAME	CREATED BY	GAME TYPE	CONNECTIONS	CLUB MANAGERS	NATIONS
hoppa	PLA	FM Career	2 / 32	2 / 18	TUR
sun kent	SURTEY	FM Career	2 / 32	2 / 126	CRO, ENG, ESP, FRA, GER, ITA, TUR
alanor	Aktor	FM Career	2 / 32	2 / 36	TUR
Football Manager 2019	cakici	FM Career	2 / 32	3 / 130	ENG, ESP, GER, ITA, TUR
Hako ve Dou Baba	DouDerLeiter	FM Career	2 / 32	2 / 184	BEL, ENG, ESP, FRA, GER, ITA, NED, POR, RU...
süleyman bulut	bulut	FM Career	1 / 32	1 / 72	GER, TUR
Summer League	anilocavus	FM Career	2 / 32	2 / 97	ENG, ESP, ITA, TUR
sulkici	Aut	FM Career	1 / 32	2 / 410	ARG, AUT, BEL, BRA, CHN, COL, CRO, ENG...
lolmiyonasak	rebbyy	FM Career	2 / 32	2 / 394	ENG, ESP, FRA, GER, ITA, NED, POR, TUR
Football Manager 2019	efe171738	FM Career	2 / 32	2 / 186	BEL, ENG, ESP, FRA, GER, ITA, NED, POR, TUR
Football Manager 2019	Krutai	FM Career	2 / 32	2 / 442	AUT, BRA, ENG, ESP, FRA, GER, ITA, POR, RU...
sansar	oguzhancruise	FM Career	2 / 32	6 / 112	BRA, CHN, ENG, FRA, GER, TUR
bilmiyorum ne haldayım	Diggle	FM Career	3 / 32	3 / 310	ARG, BRA, CRO, ENG, ESP, FRA, GER, ITA...
Football Manager 2019	ShiRo	FM Career	1 / 32	5 / 66	TUR

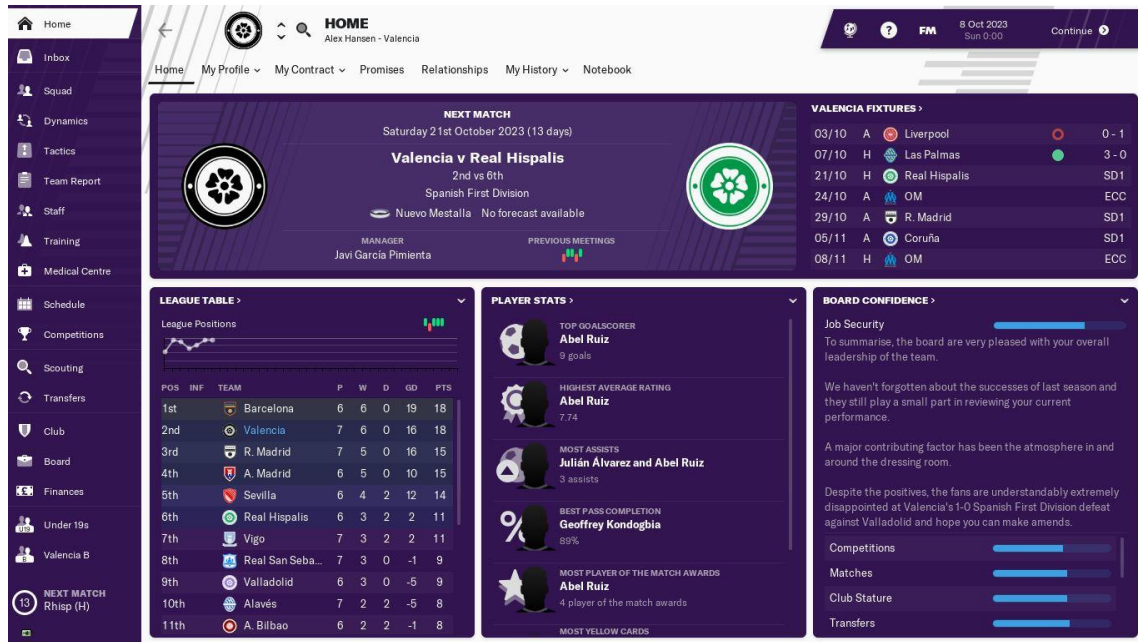
Şekil 5: Football Manager online oyun ekranı

Yukarıdaki görselde görüldüğü gibi Football Manager çevrimiçi oyuncu deneyimi içerisinde dünyanın pek çok farklı noktasından oyuncunun sanal karakterlerine

bürünerek katıldığı eş zamanlı bir mücadele sunabilmektedir. Bu yönüyle, Football Manager oyununun kitlesel katılımlı çevrimiçi rol yapma oyunu (MMORPG) özelliğine de sahip olduğu çıkarımını yapmak mümkündür.

2.2.1. Football Manager ve Mekân

Football Manager oyununda, oyuncu avatarını oluşturup oyuna dâhil olduktan sonra oyunu oynayacağı sanal mekâna ulaşmakta ve oyun içi faaliyetlerini bu mekânda gerçekleştirmektedir. Mekan yönünden Football Manager oyunu içerisinde, menajer ana ekranı¹⁹, takım sayfası, taktik ve antrenman sayfası ve maç motoru sayfası gibi bölümler yer almaktadır. Oyun ana hatlarıyla bu mekânlar üzerinden ilerlemektedir. Bu sayfalardan maç motoru ekranı dışında kalan mekânlarda metinsel içerik ön plandayken, maç motorunda metinsel ve görsel içerik bir arada sunulmaktadır.



Şekil 6: Menajer ana ekranı

¹⁹ Oyunun ana ekranıdır. Oyun zamanını ilerletme, takım, antrenman, taktik ve finans gibi sayfaların kısa yolları bu sayfada bulunmaktadır.

SQUAD
2nd in Spanish First Division - Next Match: Real Hispalis (H) (13 days)

PLAYERS Selection Info

PKD	DR	DCR	DCL	DL	MCR	MCL	AMR	AMC	AML	STG	ST	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	POSITION	MORALE	LAST 5 GAMES	CON/SHP	APPS	GLS	AST	AV RAT	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	D/WB/M (L)	Extremely...	7.70	79%	100%	9	0	2	7.53
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	D (RL), WB/M/...	Excellent	7.74	100%	87%	1	0	0	6.90
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	D/WB (L)	Excellent	7.50	100%	87%	1	0	0	6.80
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	D/M (C)	Very Good	7.14	77%	100%	9	2	1	7.20
-	-	Unh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	DM, M (C)	Fair	7.16	100%	88%	0 (1)	0	0	-
-	-	Agri	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	DM, M/AM (C)	Very Good	7.34	100%	72%	1 (3)	0	1	6.90
-	-	Agri	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	DM, M (C)	Really Good	7.10	88%	100%	9	0	2	7.03
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	DM, M (C)	Very Good	6.82	100%	87%	1 (1)	0	0	6.75
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	M/AM (C), ST (C)	Really Good	6.88	100%	100%	4 (6)	1	3	7.07
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	M (L), AM (LC)...	Extremely...	6.82	88%	100%	6 (2)	1	1	6.81
-	-	Wrd	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	M/AM (LC)	Really Good	7.20	97%	45%	0 (1)	0	0	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	M (L), AM (RLC)	Very Good	7.08	100%	76%	1 (3)	0	0	6.40
-	-	Int	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	M (RL), AM (RL...)	Extremely...	7.08	98%	98%	1 (3)	0	0	6.65
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	AM (RL), ST (C)	Superb	7.74	100%	54%	-	-	-	-
-	-	Int	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	AM (RL), ST (C)	Very Good	7.44	83%	88%	3	1	1	7.30

RULES FOR FIRST DIVISION MATCH AGAINST REAL HISPALIS
Maximum of 6 players registered for B/C team

Spanish First Division

Şekil 7: Takım ekranı

TRAINING
Excellent training facilities

Overview Calendar Schedules Units Mentoring Individual Rest Coaches

PRIMARY TACTIC > Attacking 4-2-3-1 Wide - Cust... FAMILIARITY

OTHER TACTICS > 5-3-2 Narrow... 4-1-4-1 DM...

THIS WEEK
TRAINING STYLE - DEFENCE

Training Calendar

	Mon	2nd Oct	Tue	3rd Oct	Wed	4th Oct	Thu	5th Oct	Fri	6th Oct	Sat	7th Oct	Sun	8th Oct
Session 1	Defending Team	Rest	Rest	Travel	Defending Engaged Units	Defending Engaged Units	Defending Wide Units	Rest	Rest	Las Palmas Home	Rest	Rest	Recovery Team	Rest
Session 2	Travel	Liverpool Away	Rest	Recovery Team	Defending Disengaged Units	Defending Disengaged Units	Rest	Rest	Rest	Las Palmas Home	Rest	Rest	Rest	Rest
Extra Session	Match Preview Team	Rest	Rest	Rest	Rest	Rest	Rest	Rest	Match Preview Team	Rest	Rest	Rest	Rest	Rest

Intensity % of game load

TRAINING HAPPINESS >

Pleased with training overall
Dani Parejo, Xherdan Shaqiri and five others

Content with training overall
Viktor Fischer, Georgy Djikia and thirteen others

Unhappy with training overall
Alvaro Odriozola, Carlos Soler and two others

TRAINING PERFORMANCE >

BEST
Abel Ruiz
TRAINING RATING 8.95
Praise

WORST
Lee Kangin
TRAINING RATING 6.20
Criticism

MEDICAL CENTRE >

INJURIES 0

PLAYERS AT RISK 13

PLAYER OVERALL RISK

Alvaro Odriozola
Key Player
High injury risk
Low Condition

Lee Kangin
Key Player
High injury risk
Low Match Sharpness

Georgy Djikia
Rotation
High injury risk
Match fatigue and tactical intensity

G. Kondogbia
High injury risk

Şekil 8: Antrenman ekranı



Şekil 9: Taktik ekranı

Mekânsallık kavramı yeni medya ve dijital platformlar için oldukça önemli bir kavramdır. Lev Manovich (2001) mekânsaldık olgusunu yeni medyanın anahtar kavramlarından bir tanesi olarak tanımlamakta yeni medya mekânlarını sürekli hareket halinde olan mekânlar olarak nitelemektedir (s. 252). Espen Aarseth mekânsallık kavramının dijital oyunlarla olan ilişkisinin de oldukça önemli olduğunu altını şu şekilde çizmektedir;

Bilgisayar oyunlarının tanımlayıcı bileşeni mekânsallıktır. Bilgisayar oyunları temel olarak mekânsal temsil ve müzakere üzerine kuruludur ve dolayısıyla bilgisayar oyunlarının bir sınıflandırması onların mekânı nasıl temsil ettiği – veya nasıl uyguladığı– üzerinden yapılabilir (Aktaran: Kara, 2018, s. 34).

Mark Wolf (2011) mekânsal yapıları kategorize etmenin uygun bir yolunun boyutluluk olduğunu belirtmektedir (s. 20). Boyutluluk yönünden, literatürde ve endüstride benimsenen temel ayırım, iki boyutlu ve üç boyutlu oyunlar arasında tanımlanmaktadır. Söz konusu ayırım yerine göre bilgisayar grafiklerine, yerine göre de oyunların sunduğu hareket eksenlerine gönderme yapmaktadır (Kara, 2018, s.37).



Şekil 10: Football Manager 2D (2 Boyutlu) maç motoru



Şekil 11: Football Manager 3D (3 Boyutlu) maç motoru

Yukarıda yer alan ilk görselde Football Manager oyununun ait ilk sürümlerinden bu yana içerdiği 2D²⁰ motoru yer alırken, altta yer alan görselde Football Manager'ın yakın dönemdeki sürümleriyle giderek gelişerek ve güncellenerek mevcut görünürlüğüne

²⁰ İki boyutlu, düz bir düzey oluşturulmuş görüntü. Bilgisayar oyunlarında genellikle oyuncunun görüntü üzerinde gücü olmadığını belirtmek için kullanılır (Barmanek, Fidaner ve Merlin'in Kazanı, 2009, s.365).

ulaşan 3D²¹ motoru görünmektedir. Football Manager 3D maç motorunu bünyesinde barındırırken eski versiyon olan 2D maç motoru özelliğini de güncel serilerin içeriğinden çıkarmamıştır. Bu noktada 2D ya da 3D maç motoru ile oynama tercihi kullanıcıya bırakılmaktadır. Maç motoru özelinde ele aldığımızda Football Manager'ın aynı anda 2 ve 3 boyutlu deneyimi sunabildiği görülmekle birlikte, oyununun maç motoru dışında kalan diğer bölümler 2 boyutlu oyun mekânları olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.2 Football Manager ve Zaman

Oyunların zamansal sunumlarının mekân için olduğu gibi türden türe ve oyundan oyuna büyük çeşitlilik göstermektedir (Kara, 2018, s.47). Jesper Juul'e göre (2004) oyun zaman alan bir aktivitedir. Oyun başlar ve biter. Bu durumu oyun zamanı (play time) olarak adlandırmak mümkündür. Yani oyun zamanı, oyun oynamak için geçen süreyi belirtmektedir (s. 132). Oyunun, oyuncunun oyuna başladığı ve bitirdiği zamanı kapsayan bir zaman konseptine sahip olmasının yanında bir de oyun dünyası içerisindeki zaman kavramı mevcuttur. Juul oyun dünyası içerisindeki zaman kavramını da olay zamanı (event time) olarak tanımlayarak oyun ve zaman kavramı arasında ikili bir ayrıma dikkat çekmektedir (Aktaran: Nitché, 2007, s. 145).

Juul (2004) oyun ve zaman ilişkisini açıklamak için oyun zamanı ve olay zamanı olarak iki farklı terminoloji geliştirmiş olmasının yanı sıra oyun ve zaman kavramına ilişkin bir model geliştirerek, bu ilişkiyi detaylandırmıştır. Juul'ün oyun ve zaman arasındaki ilişkiyi açıklamak için kullandığı model şu şekildedir;

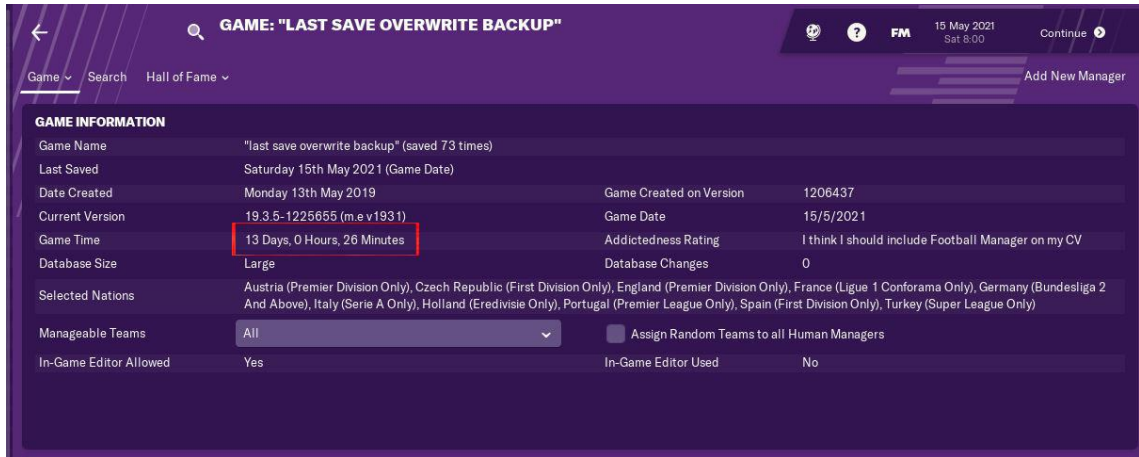
- **Oyun Durumu (Game State):** Belirli bir zamanda oyunun durumunu tanımlamaktadır.
- **Oyun Zamanı (Play Time):** Oyunu oynamak için oyuncu tarafından kullanılan zamandır.
- **Olay Zamanı (Event Time):** Oyun içerisindeki olayların zamanıdır.
- **Haritalama (Mapping):** Oyunun olay zamanına yansımalarıdır.
- **Hız (Speed):** Oyun zamanı ve olay zamanı arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

²¹ Bilgisayar oyunlarında, iki boyutlu ekran görüntüsünün sanal bir üç boyut izlenimi yaratmaya çalıştığını anlatmak için kullanılır (Barmanek, Fidaner ve Merlin'in Kazanı, 2009, s.365).

- **Sabitleşme (Fixation):** Oyunun zamanının sahip olduğu tarihsel zamanı ifade etmektedir.
- **Kesme Sahneler (Cut Scenes):** Oyun zamanının anlatım yoluyla oluşturulmasıdır (s. 138).

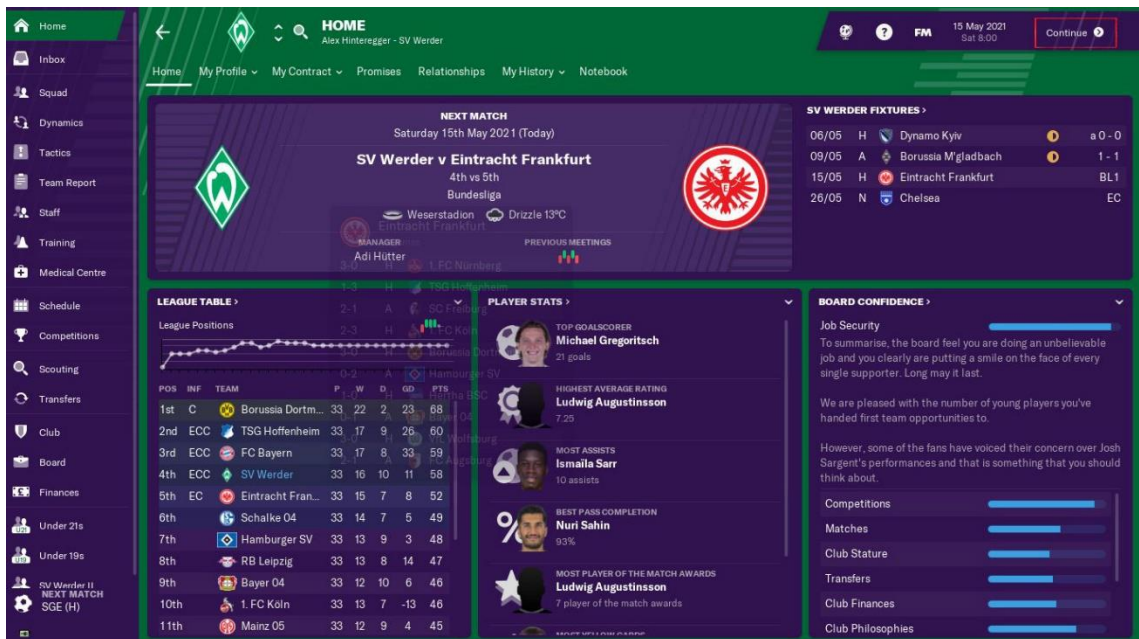
Football Manager oyunu özelinde başlangıç olarak oyuncuların oluşturdukları avatarlar aracılığıyla bir futbol takımı seçerek oyuna dâhil oldukları noktayı belirtmek mümkündür. Oyun içi tarihsel zaman, oyuncunun oynamış olduğu Football Manager sürümünün ait olduğu sezonu olarak belirlenmektedir. Örneğin Football Manager 2019 sürümünü oynayan bir oyuncu için oyun içi tarihsel zamanının başlangıç tarihi 2018-2019 futbol ligi sezonudur. Football Manager oyunu için belirli bir başlangıç tarihinden söz etmek mümkün olsa da, oyunun tamamlandığı bir belirli bir noktadan söz etmek mümkün değildir. Tıpkı gerçek futbol dünyasında olduğu gibi oyun içerisindeki kritik süreç futbol sezonlarıdır. Oyuncuların oyun içi başarıları sezonlar içerisinde kazandıkları zaferler ve turnuvalar aracılığıyla belirlenmektedir. Ancak Football Manager oyunu içerisinde belirli bir sezonu tamamladıktan ya da belirli bir oyun içi başarı ya da başarısızlık durumundan dolayı oyunun sonlanması durumu söz konusu değildir. Oyuncu kendisi oynamak istediği sürece²² sezonları sınırsız olarak devam ettirebilmektedir. Ancak Football Manager’da, oyuncunun tek bir seferde harcayacağı vakit ile uzun vadeli sezonlar ve turnuvalar tamamlayabilmesi mümkün değildir. Oyuncular bu noktada “kayıtlı oyun” (save game) özelliğini kullanarak oyun içerisinde buldukları zamanı kaydedebilmekte ve oyunu tekrar oynamaya başladıklarında kaydettikleri zamandan başlayabilmektedir. Juul (2004) oyun kaydetme özelliğini oyun zamanının manipülasyonu olarak tanımlamaktadır (s. 136). Football Manager oyuncuları da oyun kaydetme özelliğini kullanarak oyun zamanını manipüle ederek uzun aralar verseler bile kaldıkları yerden devam edebilmektedir.

²² Bir oyunu en uzun süre oynama rekoru, çalışmanın ikinci bölümünde yer alan *Simülatif Futbol Dünyası Football Manager* başlığında hikâyesine detaylı olarak değinilen Sepp Keenan’a aittir.



Şekil 12: Football Manager oyuncularının oyun içerisinde harcadıkları zamanı gösteren bölüm

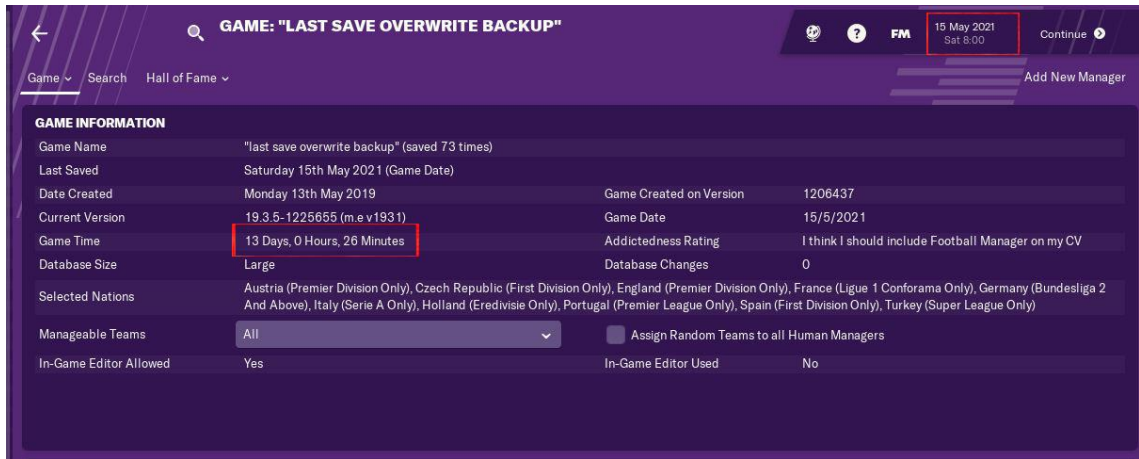
Yukarıdaki görselde, Football Manager'ın oyuncuların oyun içi harcadıkları süreleri hesaplayarak oyuncuların oyun zamanlarını kayıt altına aldığı görülmektedir. İlgili süre belirlenirken yalnızca oyuncuların oyun içerisinde sarf ettiği süre kullanılmaktadır. Oyun kayıt altına alındıktan itibaren oyun dışında geçirilen zaman dilimi ilgili süre oluşturulurken dikkate alınmamaktadır.



Şekil 13: Football Manager oyununda oyun içi zamanı ilerletmek için kullanılan buton

Football Manager oyun dünyasının zamanı yukarıdaki görsel görülen buton aracılığıyla, oyuncu eliyle ilerlemektedir. Oyuncu oyun zamanını devam ettirmek istediğinde

görselde görülen butonu kullanmaktadır. Oyuncular butonu kullanmadığında oyun içi zaman sabit kalmakta oyuncu da bu sabit zaman içerisinde futbol takımı ile ilgili çeşitli stratejiler üzerinde çalışabilmektedir. Oyunun en önemli bölümlerinden bir tanesi olan maç simülasyonu sırasında da olay zamanının (event time) oyuncunun tercihlerine göre şekillendiğini belirtmek mümkündür. Oyun gerçek futbol dünyasında 90 dakika süren bir futbol maçını oyuncu için simüle ederken, tüm maç, genişletilmiş özet ve anahtar pozisyonlar gibi seçenekler sunmaktadır. Tüm maç seçeneği ile Football Manager'da simüle edilen maç, tıpkı gerçek bir maç zamanı gibi oyun içerisinde de 90 dakikalık bir süreye yayılmaktayken, genişletilmiş özet ve anahtar pozisyonlar seçeneklerinde yalnızca önemli pozisyonlar üzerinden maçı simüle ederek maçın oyuncu için daha kısa bir süre zarfında tamamlanmasını sağlamaktadır. Ancak oyuncu bu seçenekler aracılığıyla, bir maçı tamamlamak için daha az oyun zamanı tüketirse de oyun içerisinde geçen zaman yani olay zamanı olarak gerçek bir maç süresi (90 dakika) geride kalmaktadır.



Şekil 14: Football Manager içerisinde oyun zamanı ve olay zamanını gösteren bölüm

Yukarıdaki görselde, 13 gün (312 saat) 26 dakikalık bir oyun zamanı harcayarak, olay zamanı içerisinde yaklaşık 3 senelik bir ilerleme kaydettiği görülmektedir. Buradan hareketle, Football Manager oyun zamanı ve olay zamanının birbirlerinden farklı şekilde ilerlediğini belirtmek mümkündür.

Özetle, Football Manager oyunu yapı itibarıyla oyun zamanı ve olay zamanının kesin olarak hesaplanabilmesine olanak tanımaktadır. Bu sayede Football Manager, oyun zamanı ve olay zamanının yanı sıra, hız, sabitleşme ve haritalama gibi Juul'un

tanımlamış olduğu oyun zaman modeli konseptleri ile ilgili de çıkarım yapabilmeyi mümkün kılmaktadır.

2.2.3 Football Manager Anlatı Yapısı

Henry Jenkins (2004) oyun alanı ile oyunun anlatı deneyimi arasında doğrudan bağlantı olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte, oyun alanı yapılanmasının oyuncunun anlatı deneyimini kolaylaştırabileceği dört farklı model tanımlamaktadır;

- **Çağırın Mekân (Evocative Space):** Kullanıcılar tarafından daha önce bilinmekte olan fantezi dünyalarına, kullanıcıların fiziksel olarak dâhil olabildiği mekân türleri olarak tanımlanmaktadır.
- **Sahnelenen Hikâye (Enacting Story):** Oyun, oyuncuların performans gösterdikleri veya anlatı olaylarına şahitlik ettikleri tür olarak nitelenmiştir. Oyun alanları anlatı olaylarına göre şekillenmektedir.
- **Gömülü Anlatılar (Embedded Narratives):** Bu modelde kullanıcılar anlatı yapısının içerisinde hareket ederken anlatı yapısı içerisindeki zihinsel haritalarını ve oyun alanlarını biçimlendirebilmektedir.
- **Gelişen Anlatılar (Emergent Narratives):** Önceden inşa edilmiş ya da önceden programlanmış anlatılar değildir. Bu anlatı biçiminde oyun dünyası oyunun gidişatı içerisinde şekillenmektedir (s.123-128).

Çalışmanın *Bir Strateji Oyunu Olarak Football Manager* başlığında ele alındığı üzere, Football Manager oyununda, oyuncu bir futbol takımını yönetmeye başladıktan sonra çeşitli stratejiler geliştirerek başarılı olmaya çalışmaktadır. Bu stratejilerinin yansımalarının oyun içerisinde en net gözlemlenebilecek alanlarını oyunun maç bölümleri oluşturmaktadır. Maç bölümünde, oyuncu geliştirmiş olduğu stratejiler ile çevrimdışı oynamayı tercih ediyorsa yapay zekânın, çevrimiçi oynamayı tercih ediyorsa bir başka oyuncunun stratejilerle mücadele etmektedir. Maç bölümünde anlatı önceden kurgulanmış olmadığı için sonuçlar belirsizdir. Sonuçlar karşılıklı stratejilerin ve oyun

içi gelişen birçok farklı faktörün²³ sonucunda belirlenmektedir. Oyunun gidişatı içerisinde maç sonuçlarının oluşması durumu, Football Manager oyununu Jenkins'in tanımlamış olduğu anlatı yapısı modelleri içerisinde *gelişen anlatılar* içerisinde değerlendirmeye olanak sağlamaktadır.

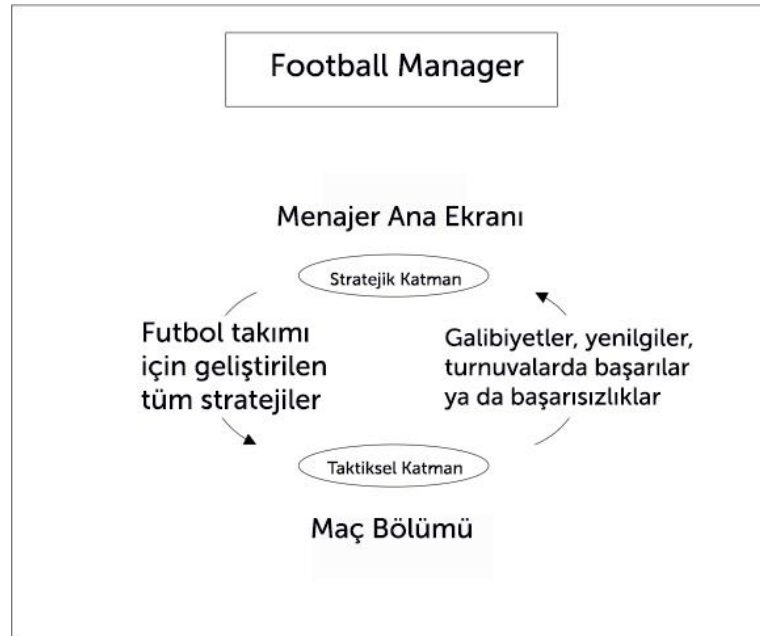
Football Manager oyun anlatı düzenini tanımlamak, oyun yapısının daha anlaşılır olmasına katkı sağlayacaktır. Altuğ Işığın (2016) bir oyunun içeriğini birbiriyle ilişkili katmanlar biçiminde düzenlemenin, oyun tasarımında başvurulan temel yöntemlerden bir tanesi olduğunu belirtmektedir. Buna göre Işığın, üç farklı katman kurgusu tanımlamaktadır;

- **Tek Katmanlı Oyunlar:** Bu tür oyunlarda stratejik bir katman yer almamaktadır, mücadele yalnızca taktiksel düzlemde geçer. Jenga ya da Yılan Oyunu tek katmanlı oyunlara örnek teşkil etmektedir.
- **Çift Katmanlı Oyunlar:** Stratejik katman ve taktiksel katmanın bulunduğu oyunlardır. Katmanlar arasında organik bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür. Taktiksel katmanda sağlanan başarılar, stratejik katmanda yeni olanaklar açan getiriler sağlarken; stratejik katmanda bu yeni olanakların kullanımı taktiksel katmanda daha güçlü şekilde mücadele edebilmeye olanak tanımaktadır. Bu karşılıklı ilişki, farklı sistemler arasındaki bağı güçlendirip her birini oyun içerisine anlamlı kılmaktadır.
- **Katman Sayısı Gereğinden Fazla Olan Oyunlar:** Oyunun gereğinden fazla sayıda ve aralarındaki ilişkilerin kafa karıştırdığı katmanlara sahip olması durumudur. Böyle oyunlarda sonu gelmez biçimde katman katmanı açmaktadır. Katmanların aralarındaki ilişkiler dağınıktır ve katmanlar belli bir hiyerarşiden yoksun olduğu için her biri en önemli katman olmak yolunda diğerleri ile rekabete girmiş gözükmektedir (s. 1-14).

Football Manager oyununda, uzun vadeli stratejilerin üretildiği bölümü maç bölümü dışında kalan bölüm olarak tanımlamak mümkündür. Oyuncu bu bölümde, transfer, kadro planlaması, taktiksel çalışmalar, finansal stratejiler ve antrenman stratejileri

²³ Maçın oynandığı hava durumu, maç sırasında gelişen ani sakatlıklar, futbolcuların maç öncesi moral durumu gibi pek çok farklı faktör sonuca etki edebilmektedir. Bu yönüyle, oyun gerçek futbol dünyası benzerlik göstermektedir.

gibi pek çok farklı strateji üretebilmektedir. Üretilen tüm bu stratejiler doğrultusunda oluşturulan kadro ile taktiksel mücadelenin verildiği alan ise maç bölümüdür. Oyuncu, bu bölümde maçı kazanmak için çeşitli taktiksel hamleler yapmaktadır. Bununla, birlikte bu iki bölüm arasında da karşılıklı ve organik bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür. Çünkü stratejilerin geliştirildiği bölümde, finans, transfer ve antrenman gibi alanlarda yapılacak çalışmalar maç bölümünde daha güçlü ya da daha zayıf bir ekip olarak var olmaya doğrudan etki edecektir. Bununla birlikte maç içinde yapılacak taktiksel hamleler ile başarılı ya da başarısız sonuçlar alınması, stratejik manevraları belirlemek için hayati öneme sahiptir. Örneğin, başarılı sonuçlar finansal olarak güçlenmeyi ve daha kapsamlı stratejiler geliştirmeyi sağlayacağı gibi başarısız sonuçlar oyuncunun taktik, antrenman ve kadro planlamasında stratejik düzenlemeler yapmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, Football Manager oyununda başarı yakalamak için oyuncunun bu iki bölüm içerisinde uyumlu şekilde hareket etmesi gerekmektedir. Oyunun bu özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, Football Manager'ın çift katmanlı oyunlar kurgusu ile özdeşleştiği görülmektedir. Football Manager oyun kurgusunu tanımlayabilmek için şu şekilde bir çift katmanlı oyun anlatı şeması oluşturmak gerekmektedir;



Şekil 15: Football Manager anlatı şeması

2.3. FOOTBALL MANAGER'A OTOETNOGRAFIK BAKIŞ

Otoetnografi tekniğinin, bir yöntem olarak, hem bir süreç hem de bir ürün olduğu belirtilmek mümkündür. Otoetnografi yapmak ve yazmak isteyen bir araştırmacının, otobiyografi ve etnografyanın ilkelerini kullanması gerekmektedir (Aktaran: Aytekin ve Tokdil, 2017, s. 69). Otoetnografi tekniğine özgü özellikler şu şekilde sıralanmaktadır;

- Otoetnografi, araştırmacının diğerleriyle toplumsal bağlam içindeki yerleşikliğini kişisel bir anlatı üzerinden incelemektedir.
- Otobiyografik ve kişisel olanı, kültürel ve toplumsal olana bağlamaktadır.
- Otoetnografide yazar kendi kişisel deneyimlerine kültürel düşünümSELLİK içerisinde yer verirken, kendisiyle diğerleri arasındaki etkileşime de derinlemesine bakma fırsatı bulmaktadır.
- Bir yöntem olarak otoetnografi; eylem, duygu, özfarkındalık ve iç bakışı ortaya koyma özellikleri taşımaktadır.
- Yalnızca araştırmacının sesini duymak, anlamı kuran toplumsal sistemden ayrı bir çizgi izlemek anlamına gelmediği gibi, kişisel ve kültürel arasında doğrudan ve girift bir bağ olduğunu görme fırsatı yaratmaktadır.
- Otoetnografide, mesafelenme, objektiflik ve tarafsızlık yerine yakınlık, öznellik ve ilişkilene üzerinden ilerlenmektedir.
- Otoetnografi, bir konuyla ilgili kapsamlı bir literatürü kişisel deneyim üzerinden değerlendirirken, teoriyle iç içe geçen bu deneyim, kuramın gelişmesiyle ilgili de yeni yollar önermektedir.
- Otoetnografide, etnografi ve otobiyografi arasında yapılmaya çalışılan ayırımı karşılaşılan güçlükler de çalışmaya eklenerek çoklu bakış açısı kazanmak amaçlanmaktadır (Aktaran: Ata, 2016, s. 48).

Yakın dönemde, bilişim teknolojileri ve dijital medyanın gelişimine paralel olarak çevrimiçi alanda yapılan çalışmalar da çeşitlilik kazanmıştır. Otoetnografik çalışmalar internet temelli çevrimiçi dünyaya dair farklı ve kişisel bir bakış açısı geliştirebilmek

bakımından oldukça kritik bir konumdadır. Reed-Danahay (1997) internet temelli araştırmalarda otoetnografik hassasiyete oldukça büyük bir önem atfetmektedir. Bu önemin sebebini de çağdaş dünyada gezinme ve bir araştırma yapma tecrübesinin oldukça bireysel bir durum olmasıyla açıklamaktadır. Bu tecrübeyi yönlendiren somutlaştırılmış benliği temsil eden, bireysel kullanıcı hesabının analizi bu noktada oldukça bilgilendiricidir. Hine (2015) internet ve çevrimiçi odaklı otoetnografiye ve otoetnografiyi yapan araştırmacıya özgü niteliklere şu şekilde değinmektedir;

İnternet odaklı otoetnografik duruş birbirleriyle bağlantılı durumların kendilerini nasıl temsil ettiğini ve bu farklı etkilerden anlam çıkarmak için hangi seçimlerin mevcut olduğunu tartışmaktadır. Bir otoetnograf olarak etnograf, genelleştirilmiş kinayelere ve eylemleri açıklayan, beklentileri şekillendiren mevcut yaygın tartışmalara katılabilmektedir. İnternet üzerinde yapılan bir otoetnografik çalışma farklı medyalarla etkileşimin somutlaştırılmış ve duygusal deneyimine, deneyimi şekillendirici ve kısıtlayıcı etkilere, ortaya çıkan fırsatlara ve kısıtlamalara dikkat çekmektedir (s. 83).

Hine'nin tanımından yola çıkarak otoetnografi çalışan bir araştırmacının aslında bir anlamda etnograf olduğunu ancak araştırma tekniği yönünden klasik bir etnografıtan ayrıldığı bazı noktalar olduğunu söylemek mümkündür. Ellis ve diğerlerine göre (2011) etnografi araştırmacıları ve otoetnografi araştırmacıları arasındaki farkı şu şekilde tanımlamaktadır;

Etnografi araştırmacıları; kültürle ilişkili pratikleri, ortak değer ve inançları inceler, gerek incelenen kültürün üyelerinin ve gerekse yabancıların o kültürü anlamalarını sağlamak amacıyla deneyimlerini paylaşırlar. Otobiyografi ve etnografinin birleştiği bir yöntem olarak otoetnografi'de ise; bir kültürün parçası olmak veya belli bir kültürel kimliğe sahip olmaktan kaynaklanan ya da bu yolla olanaklı kılınan epifaniler hakkında, seçici ve geçmişe dönük bir biçimde yazılır (s. 3).

Buna göre otoetnografi çalışması yapan bir araştırmacıyı bir etnografıtan ayıran temel özelliği araştırılan kültürün bir parçası olmaktan kaynaklanan tecrübe oluşturmaktadır. Bu çalışmada otoetnografi yöntemine yer verilmesinin temel sebebini de, çalışmanın yazarı Orhun Bilben'in çalışmada incelenmekte olan Football Manager oyun serisinin aktif bir oyuncusu olması ve katılımlı gözlem içerisinde oyununun bir oyuncusu olarak dâhil olması oluşturmaktadır.

Oyun ile ilgili akademik literatürde, incelenen oyunun bir oyuncusu olarak yapılan katılımlı gözlem tekniğini içeren araştırmalar mevcuttur. Örneğin, Serhatcan Yurdam (2018), “Alan Olarak Dijital Oyun, Çocuk Eyleyiciler ve Tahakküm: Clash Of Clans Oyunu Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışması kapsamında bir yıl boyunca oyunun oynandığı dijital klanda bulunduğunu belirtmiştir. Bu süre boyunca klanda aktif bir oyuncu olarak, diğer oyuncularla iletişim kurmuştur. Katılarak gözlem tekniği ile veri toplarken, klan üyeleriyle araştırmacı olarak değil, oyuncu olarak ilişki geliştirmiş, klandaki sohbet kutusunda oyuncularla düzenli sıklıkta iletişim kurmuştur. Araştırmada oyun kültürünün tesis edilişi, Bourdieu’nun alan ve habitus kavramlarından yararlanılarak ve oyunun kendine özgü anlatısallığına temaslarla analiz edilmiştir (Çaylı Rahte, 2018, s. 621). Bu çalışma da benzer bir yöntemi içermektedir. Araştırmanın yazarı Orhun Bilben Football Manager oyunu çevrimiçi ağına aktif bir oyuncu olarak dahil olmuş, oyunun diğer oyuncularıyla ilişkiler geliştirmiştir. Ancak, daha önce Yurdam’ın yapmış olduğu ve benzer oyuncu deneyim analizi çalışmalarından farklı olarak, çalışmanın yazarı kendi konumunu ve oyuncu deneyimine özdüşünümsel yaklaştığı otoetnografik bir kesiti de çalışma içerisine dahil etmiştir. Göze Orhon, araştırmacının öznel arası etkileşim alanının sadece bir bileşeni olduğu gerçeğini de akılda tutarak, bir alan araştırmasının epistemolojik sınırlarının, “özdüşünümsellik” ve farkındalıkla çok daha gerçekçi biçimde kavranabileceğini söylemenin mümkün olduğunu belirtmektedir (Araboğlu, 2015, s. 142). Bu bağlamda, oyunun uzun süreli bir oyuncusu olarak oyuna araştırmacı olarak dahil olma durumunun ortaya çıkarabileceği sonuçlar ve yazarın aynı zamanda özdüşünümsel bir yaklaşımla kendi oyuncu deneyimini de aktararak çalışmanın odaklanmış olduğu Football Manager oyuncu deneyimi konusuna katkı sağlayabileceği düşüncesi çalışma içerisine bu otoetnografik bölümün yerleştirilmesi konusunda yazarı teşvik etmiştir.

Otoetnografik bölüm, yazarın Football Manager oyunculuk serüveninin başlama hikâyesi ile başlayacaktır. Ardından, yazarın alandaki konumunu ve oyun oynama deneyimini özdüşünümsel bir şekilde değerlendireceği bölüm ile şekillenecektir.

2.3.1 Otoetnografiye Giriş: Menajerlik Oyunları Serüvenim

Otoetnografi çalışmasının, kişinin kendisi ve bireysel biyografisiyle başlaması ve araştırmacının kendi anlatısıyla içerisinde bulunduğu kültür hakkında sosyolojik bir söylemde bulunması gerekmektedir (Aktaran: Alan, 2016, s.15). Bu nedenle çalışmanın “*Otoetnografi*” bölümünün devam eden kısmında “*birinci tekil kişi*” anlatım tekniği kullanılacaktır.

Menajerlik oyunları ile tanışıklığım, genel durumun aksine, masaüstü bir oyun aracılığıyla değil nadir olarak konsol için üretilmiş olan menajerlik oyunlarından bir tanesi vasıtasıyla başlamıştır. İlgili oyunun ismi *Alex Ferguson's Player Manager*'dir. Hâlihazırdaki menajerlik oyunlarının veri tabanları, grafik seviyeleri ve çevrimiçi olanakları düşünüldüğünde başlangıç seviyesinde bir menajerlik oyunu olarak tanımlanabilecek *Alex Ferguson's Player Manager*'de, oyuncu Manchester United²⁴ Futbol Takımı'nın efsanevi menajeri Sir Alex Ferguson'un²⁵ yerine geçmekte ve Manchester United Futbol Takımını çalıştırmaktaydı. Oyuncu, dönemin menajerlik oyunlarının aksine, oyunda kendi avatarını kullanamamakla birlikte, Manchester United'dan başka bir futbol takımı da çalıştıramamaktaydı. Football Manager oyun anlatı yapısıyla özdeşleşen masaüstü menajerlik oyunları ile tanışıklığım ise serinin bilinen oyunlarından *Championship Manager 4*²⁶ ile başlamıştır. *Championship Manager 4* oyununu oynayan bir arkadaşımın tavsiyesi üzerine oyuna başladım. İlk oynadığım menajerlik oyunu olan *Alex Ferguson's Player Manager* oyununa kıyasla çok daha ayrıntılı futbolcu veri tabanı özelliği sunması, futbolun taktik ve strateji tarafına yönelik detayların fazlalığı ve o dönem için modern gelen maç simülasyon motoru *Championship Manager 4* oyununa kısa sürede adapte olmamı ve benimsememi sağlamıştı. Bu şekilde bilgisayar ortamında başlayan menajerlik oyunu deneyimim, *Championship Manager 4* oyunundan başlayarak serinin her yıl güncellenen

²⁴ Manchester United F.C köklü tarihi ile bir İngiliz futbol takımıdır. Takım 1878 yılında Newton Healt F.C ismiyle kurulmuştur. İşçilerin bir araya gelerek kurduğu futbol takımı finansal sorunlar nedeniyle 1902 yılında zor günler geçirirken bir iş adamı tarafından satın alınmıştır ve ismi o tarihten günümüze Manchester United olarak bilinmektedir.

²⁵ Sir Alex Ferguson, 6 Kasım 1986'dan 8 Mayıs 2013'e kadar Premier League ekibi Manchester United'da görev yapmıştır. Menajer olarak, 1300'ün üzerinde maça çıkan Alex Ferguson bu maçlardan %66'sini kazanma başarısı göstermiştir. Manchester United ile elde edilen 38 kupa'nın haricinde İskoçya'da da 12 kupa kazanmış olan Alex Ferguson toplam 50 kupa ile dünyanın açık ara en çok kupa kazanan teknik direktörü olmuştur.

²⁶ *Championship Manager* serisindeki bir futbol menajerlik oyunudur. Sports Interactive şirketi tarafından geliştirilmiş ve 28 Mart 2003 tarihinde Eidos Interactive ve Feral Interactive şirketleri tarafından piyasaya sürülmüştür.

versiyonlarını alarak ve oynayarak devam etti. Özetle, araştırmanın yazarı olarak yaklaşık 19 senelik bir Football Manager oyunculuğu deneyimim bulunmaktadır. Bu tez çalışmasıyla birlikte, Football Manager oyunu ile 19 yıldır kurduğum oyunculuk ilişkisinin yanı sıra, araştırmacı olarak da ilişki geliştirmiş bulunmaktayım. Otoetnografik bölümün bir sonraki başlığında Football Manager ile araştırmacı olarak geliştirmiş olduğum bu ilişkinin sonucu olarak alanda yaşadığım tecrübeler ve oyun oynama deneyimlerimi aktaracağım.



Şekil 16: Alex Ferguson's Player Manager oyun kapağı

2.3.2. Alanda Bir Oyuncu

Çalışmadaki konumumu ve oyuncu deneyimimi değerlendireceğim bu bölüme, çalışmanın yazarı ve aynı zamanda çalışmada incelenen oyunun oyuncusu olarak kendi konumumu sorgulamakla başlamak isterim. Bu sorgulama sonucunda, çalışmanın otoetnografik bölümünü oluşturmanın zorlukları ve bu bölümün araştırmaya katacağı bakış açısının da daha anlaşılır olacağı kanaatindeyim. Araştırmacının oyun alanındaki deneyimi Bayraktutan (2018) tarafından Homo Ludens, Homo Faber olma durumu üzerinden şu şekilde aktarılmaktadır;

Homo faber'in homo ludens diyarındaki deneyimi aynı zamanda da onu entelektüel antipatik kılan bir durumu da içermektedir. Johan Huizinga, homo ludens teriminin homo faber teriminin yanında yer almayı hak ettiğini çünkü oyun oynayan insanın en az araç üreten kadar esaslı bir işlevi yerine getirdiğini ifade etmektedir (2015, s. 13). Aslında tüm bu deneyim huzursuz bir duruma işaret etmekte: Bir diyarda kendinizi oralı tanımlayamama durumu ya da tanımlamaya çalıştığınız anda da yeni bir meseleye geçiş sürecinin başlaması (s. 477).

Bayraktutan, araştırmacı olarak oyun oynama sürecine dahil olma durumunun zorluğunu bulunulan oyun ortamına ait olmama ya da oyun ortamına adapte olmuşken tekrar araştırmacı rolüne bürünmenin vermiş olduğu huzursuzluk ile ilişkilendirmektedir. Bu hususta, çalışmada incelen Football Manager oyununun tecrübeli bir oyuncusu olmamın, çalışmanın başlangıcında oyun grubuna dahil olurken, bana avantaj sağladığını söyleyebilirim. Çünkü çalışma kapsamında oyun ortamına, oyuncu olarak dahil olduğumda aslında zaten bir parçası olduğum ve kendimi ait hissettiğim bir topluluk içerisine girmiştik. Ancak, çalışma kapsamında oyuna dahil olurken araştırmacı rolünü de her daim taşımam gerekmekteydi. Benim için çalışmanın zorluğu bu noktada başlamıştı. Çünkü zaman zaman kendimi kaybetme derecesinde odaklanarak oynadığım oyunu oynarken, artık araştırmacı olmanın getirdiği sorumluluğunu taşımak ve deneyimlerimi özdüşünümsel çerçevede değerlendirmek bir rol çatışmasını da beraberinde getirmekteydi. Oyunu oynarken, yalnızca bir oyuncu gibi sadece hazza odaklanma durumu yerini daha otokontrollü ve sorgulayıcı bir oyuncu deneyimine bırakmıştı. Bu durumun oyundan almış olduğum hazzı azalttığını düşünmekle birlikte, bir araştırmacının getirdiği çalışma disiplininin de zaman zaman uzaklaştırdığını düşünmekteydim. Bununla birlikte, araştırma süreci boyunca, oyunu oynadığım zamanlarda bile özdüşünümsel bir tavır ile hareket etme durumunun zaman zaman zorlayıcı olduğunu belirtmem gerekir. Araştırmacının araştırma sırasında ve araştırma sonuçları üzerinde kendi anlatsal yüklemelerini eleştirel biçimde sınaması olarak tanımlanan özdüşünümsellik durumu (Morawska, 1997, s.55) zamanla yorucu bir alışkanlık haline dönüşmüş ve çalışmadan bağımsız olarak oynadığım oyunlara yönelik deneyimlerini dahi etkilemiştir. Bayraktutan'ın değinmiş olduğu; Homo Ludenslerin alanına bir Homo Faber olarak dahil olmanın getirdiği huzursuz deneyimi bu şekilde tecrübe ettiğimi belirtebilirim.

“Özdüşünümsellik ile birlikte düşünülmesi gereken diğer iki konu nesnelci ve öznelci bakış açılarıdır. Araştırmacının bu iki bakış açısından hangisiyle özdeşleştiği ve bu bakış açılarının deneyimle kurduğu ilişki önemlidir” (Binark, 2015, s. 21). Bu noktada, araştırma sırasında yaşadığım bir diğer zorluğun da bu iki bakış açısıyla da özdeşleşme gerekliliğinden kaynaklandığını belirtebilirim. Çalışmada, Football Manager oyun oynama deneyimini araştırırken, oyunun oyuncuları yapmış olduğum derinlemesine görüşmelerin yanı sıra katılımlı gözlem tekniğini de kullanmaktayım. Katılımlı gözlem içerisine, oyunun oyuncusu olarak dâhil olmam alışılmışın dışında bir gözlem tecrübesi ortaya koymuştur. Özellikle, araştırmacı olarak bazı noktalarda nesnel bakış açısını korumanın zorlaştığını belirtmem mümkündür. Bunun nedeninin, oyunun eski bir oyuncusu olarak, diğer oyuncuların oyundaki stratejilerini oluştururken yaptıkları hamleleri kendi deneyimlerime göre değerlendirmekten kaynaklandığını söyleyebilirim. Bu durumun önüne geçebilmek için, diğer oyuncuların stratejik hamlelerini açıklamaları talep edilmiştir, bu şekilde stratejik hamleleri öznel bakış açısına göre değerlendirmenin ve oluşabilecek önyargıların önüne geçebilmek amaçlanmıştır. Çalışmada bu şekilde, nesnel bakış açısını koruyacak stratejiler geliştirmem gerekmektedir, öte yandan da otoetnografik bir değerlendirmede bulunabilmem için kendi oyun deneyimlerime yönelik öznel bakış açımı muhafaza etmem gerekmektedir. Bu durumda, araştırma süresince zihnen zorlayıcı bir süreç yaşamama neden olmuştur.

Yaşadığım zorlukların yanında, alanda bir oyuncu olarak yer almanın olumlu olarak değerlendirdiğim getirilerine de değinmek isterim. Çalışma için, Football Manager oynadığıma değinmiştim. Bu deneyimimde -yalnızca oyuncu olarak oynadığım oyunlardan farklı olarak- kendi hamlelerim stratejilerim üzerine -sağlıklı bir değerlendirme yapabilmek için- daha fazla düşünme ve sorgulama imkanı yarattım. Bu nedenle oyunu oynarken daha yavaş ve sabırlı hareket ettim. Edindiğim tecrübeleri ise oyun günlüklerine kaydederek zaman zaman oyun sırasında bu notlardan faydalandım. Bu yönüyle, aslında oyunu tıpkı ders çalışır gibi notlar alarak, aldığım notları oyun ile birlikte tekrar tekrar etüt ederek oynadığımı belirtebilirim. Bununla birlikte, oyunun kullanıcıya sunduğu her özellik ile ilgili bilgi ve tecrübe sahibi olabilmek adına daha önceleri oyuna ait gereksiz ve vakit kaybı olarak değerlendirdiğim pek çok özelliğinden sabırla faydalandım ve tüm bu sürecin sonunda çalışma için oynamaya başladığım kariyerimde daha önce çok zor elde ettiğim başarıları elde ettiğimi tespit ettim. Bu

oyunda yaşadığım deneyimlere çalışmanın otoetnografik bölümü içerisinde detaylı olarak değineceğim ancak öncelikle alanda bir oyuncu olarak var olmanın getirdiği deneyimleri aktarmak isterim.

Aarseth herhangi bir oyun hakkında bilgi elde etmenin üç yolu olduğunu öne sürer: ona göre, öncelikle oyunun tasarımı, kuralları ve mekaniği oyun geliştiricilerle konuşulabilir, ikincisi diğerlerinin (diğer araştırmacıların, oyuncuların) oyun deneyimi ve oyunla ilgili raporlamalarına güvenmek ve okumak ve son olarak da oyuncu olarak oyuna girmek yani oynamak. Araştırmacı, en doğru yolun üçüncüsü olduğunu hele de ilk iki yöntemle birleştirilirse çok iyi sonuç alınacağını belirtmektedir. Bu noktada, üçüncü aşamada oyuncu olarak araştırmaya dâhil olması söz konusudur (Aktaran: Bayraktutan-Sütcü, 2009, s. 335-336). Bu nedenle, çalışmanın alan ile ilgili bölümüne Football Manager oyuncularını ile yapılan katılımlı gözlem ile dâhil oldum. Daha sonra, oyuncuların, oyun oynama tecrübeleri ile ilgili birinci ağızdan bilgi edinmek adına derinlemesine görüşme yöntemine başvurdum.

Oyunun bir oyuncusu olarak katılımı gözleme dâhil olma durumunu Bourdieu'nun alan kavramını üzerinden de ele almak mümkündür. Bourdieu'nün geliştirdiği kavramların anlaşılmasını kolaylaştırmak için oyun örneğini sıklıkla kullanmaktadır. Cihad Özsöz (2007) "*Pratik, Kültür, Sermaye, Habitus ve Alan Teorileriyle Pierre Bourdieu Sosyolojisi*" adlı kitabında Bourdieu'nun oyun ve alan kavramı hakkında yapmış olduğu ilişkilendirmeyi şu şekilde tanımlamaktadır:

Oyunun oynandığı yer alandır ve oyuncular oyuna dâhil olmak için o oyundan elde edilebilecek bazı çıkarılara sahip olmalıdırlar. Bu çıkarıları illusio kavramı karşılar ve oyunun oynanmaya değer bulunması ve kuralların sorgulanmaması (doxa) şeklinde karşımıza çıkar. Oyuna dâhil olmak demek onu oynanmaya değer bulmak demektir. Alan oyunun (ya da sosyolojik anlamda mücadelenin) sürdüğü yerdir. Bireyler ellerinde bulundurdukları sermaye, sorgulamadan kabul ettikleri kurallar (doxa) ve oyunun sonunda elde edeceklerine inandıkları çıkarılar (illusio) doğrultusunda kendilerini sonuca götürecek bazı yollara zaman içerisinde aşına olmaya başlarlar. Nasıl sonuca gidileceğine dair sahip olunan bu davranış kalıpları karşılaştıkları durumlar neticesinde bireylerin ortak bir yatkinlikler bütünü oluşturmasına yol açar. Bourdieu, bu yatkinlikler bütünlüğüne "habitus" adını verir (s. 6).

Özetle, Bourdieu habitus kavramı ile insanların belirli kültürler veya alt kültür içerisinde yaşamaları sonucunda zihinlerinde sahip oldukları temel bilgi stokunu anlatmaktadır” (Palabıyık, 2011, s. 128). Oyunu oynayan bir araştırmacının sahip olduğu bilgi birikiminin, araştırmayı yaparken araştırmacıya zaman kazandıracağını düşünmekteyim. Çünkü araştırmacı, oyun pratiklerini edinmek için harcayacağı zamanı, araştırmacı gözlem ve çıkarımları için kullanabilmektedir. Otoetnografi tekniğini kullanmak, araştırmayı yaparken yalnızca zaman yönetimine yönelik olumlu katkıda bulunmamaktadır. Araştırmacı dijital ortamda araştırma yaparken çeşitli verilerin fazlalığından dolayı yaşanabilecek teknik problemlerle karşı karşıya gelebilmektedir. Bu durum katılımlı gözlemlerde yer alan katılımcıların tecrübelerini yeniden yapılandırabilmeyi araştırmacı açısından zorlaştırmaktadır. Otoetnografi bu duruma da alternatif bir çözüm sunmaktadır. Bu noktada otoetnografi, çok kapsamlı veri analizi yapmak yerine, araştırmacıya katılımlı gözlemlerde neler olduğunu anlamlandırabileceği bir içgörü sunmaktadır (Hine, 2015, s. 84). Bu durumu yapmış olduğum bu çalışma özelinde açıklamam gerekirse, oyunu uzun süredir oynayan bir oyuncu olarak oyunun oynandığı alana katılımlı gözlem yoluyla dâhil olmak, öncelikle oyun ile ilgili temel birikime sahip olmanın getirdiği tecrübeden dolayı, oyuncuların oyun içi niyetlerine yönelik geçmiş tecrübelerin ışığında yorumlar getirilmesine sebep olmaktadır. Oyun ile ilgili pratiklere hâkim olmanın ve oyun anlatı yapısına aşina olmanın oyuncuların oyun oynama deneyimine yönelik daha kapsamlı çözümlere sunma olanağı taşıdığını düşünmekteyim. Yapısı itibarıyla Football Manager oyunu çok kapsamlı bir veri tabanına ve geniş bir oyun içi külliyata sahip olduğundan, oyunun pratikleri hâkim olan bir araştırmacının, hiç oyunu oynamamış olan bir araştırmacıya göre oyun içi küçük nüanslardan daha kapsamlı çıkarımlar yapabileceği gibi, oyun içeriğine uygun soruları tespit etme ve oyunculara yöneltme konusuna daha yatkın olacağı kanısını taşımaktayım. Ancak, otoetnografi tekniğini kullanan bir araştırmacının araştırma sırasında karşılaşılabileceği bir takım problemlerin de var olduğunu söylemek mümkündür. Otoetnografik anlatıların yazarın kendi görüşlerine gereğinden fazla yer vermesi veya narsisizm içine sapabileceği doğrultusunda bir takım eleştiriler mevcuttur. Hine (2015) bu durumun önüne geçebilmek için otoetnografiyi yapan araştırmacının katılımcılar ile olan ilişkisinde kendi düşüncelerine karşı dönüşümsel ve eleştirel çizgisini koruması gerektiğini belirtmektedir (s. 85). Bu görüşten yola çıkarak, araştırmacının yaşayacağı en somut problemin katılımcılarla kuracağı ilişki içerisinde

objektif yaklaşım sorunu olabileceği kanısındayım. Bu araştırma özelinde de oyunun içerisinde oyunun tecrübeli bir oyuncusu olarak var olmanın araştırmacı açısından kimi zaman problem doğurduğunu söylemek mümkündür. Çünkü oyun ile ilgili bilgi birikimi ve geçmiş tecrübelerin, diğer oyuncuların oyun içi tecrübelerine yönelik araştırmacının zihninde oluşturduğu algıyı şekillendirmesi kaçınılmaz bir durumdur.

Derinlemesine görüşmeler ve görüşme yapılan oyuncularla ilgili çıkarımlarda bulunurken de tıpkı katılımlı gözlem sürecinde olduğu gibi oyuna ve oyuncu tecrübelerime ait mevcut bilgi birikiminin fikirlerimi şekillendirmesi kaçınılmaz bir durumdur. Ancak yine de, görüşmeler sonucunda elde ettiğim izlenimleri, oyuncu kimliğimi bir kenara bırakarak nesnel bir şekilde değerlendirme gayretinde olacağım. Görüşmecilerden edindiğim izlenimler ışığında öncelikle, Football Manager oyununun oyuncuya bir aidiyet yarattığı kanaatine vardım. Oyuncunun üre-tüketici konumunun yani oyunu oynarken aynı zamanda üretim sürecine de katkıda bulunuyor olmasının bu aidiyeti sağlayan önemli faktörlerden bir tanesi olduğuna inanmaktayım. Ayrıca, derinlemesine görüşmelerimi yaparken Football Manager oyuncularının oyun oynama pratiklerini temel alarak iki gruba ayrılabilirler kanaatine varmış bulunmaktayım; birinci grubu oyunun içerisine teknoloji ve yeni medyanın dahline karşı daha muhafazakâr bir tutum takınan oyuncular oluştururken, bu oyuncular genellikle eski sürümlerin güncelleyerek Football Manager deneyimlerine devam etmektedir. Oyun içi yenilikleri aktif olarak kullanan ikinci grubu ise oyunun sunduğu gerçekçilik hissi ile yetinmeyen çevrimiçi yaşadıkları deneyimi çevrimdışı dünyaya taşımayı arzulayan oyuncular oluşturmaktadır. Katılımlı gözlem, derinlemesine görüşmeler ve kişisel kanaatler doğrultusunda bu farklı grupların oyun oynama pratiklerindeki değişkenlikler Tablo 6'da ²⁷sıralanmaktadır.

I. Grup (Geleneksel Grup)	II. Grup (Yenilikçi Grup)
Eski tip 2D maç motorunu tercih ediyor	Güncel (3D) maç motorunu tercih ediyor
Kişisel sosyal ağların oyuna entegrasyonu	Kişisel sosyal ağların entegrasyonu daha

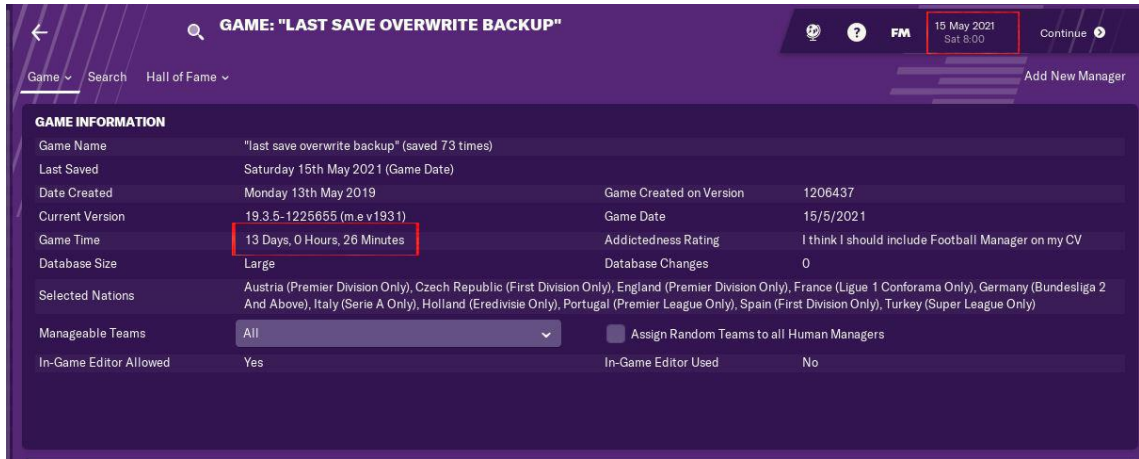
²⁷ Tabloda, oyunun getirmiş olduğu görsel ve çevrimiçi yeniliklere mesafeli yaklaşan grup "Geleneksel Grup", oyunun sunmuş olduğu yenilikleri aktif olarak kullanan grup ise "Yenilikçi Grup" adlandırılmıştır.

sınırlı tercih ediliyor	aktif kullanılıyor
Çevrimdışı oyun seçeneği de sıkça tercih ediliyor	Çevrimdışı oyun seçeneği genellikle tercih edilmiyor.
Yeni sürümlerle oyuna kazandırılan yeni içeriklere yönelik kısıtlı bir ilgi mevcut	Yeni sürümlerle oyuna kazandırılan yeni içerikler aktif olarak takip edilip, oyun içerisinde kullanılıyor
Oyun içi hikâyeler yüz yüze sosyal ortamlarda, ekşi sözlük ya da oyun forumlarında paylaşılıyor.	Oyun içi hikâyelere, diğer çevrimiçi platformlar dışında Twitter'da da yer veriliyor.

Tablo 6: Geleneksel ve yenilikçi oyuncu gruplarının Football Manager oynama pratiklerindeki değişkenlikler

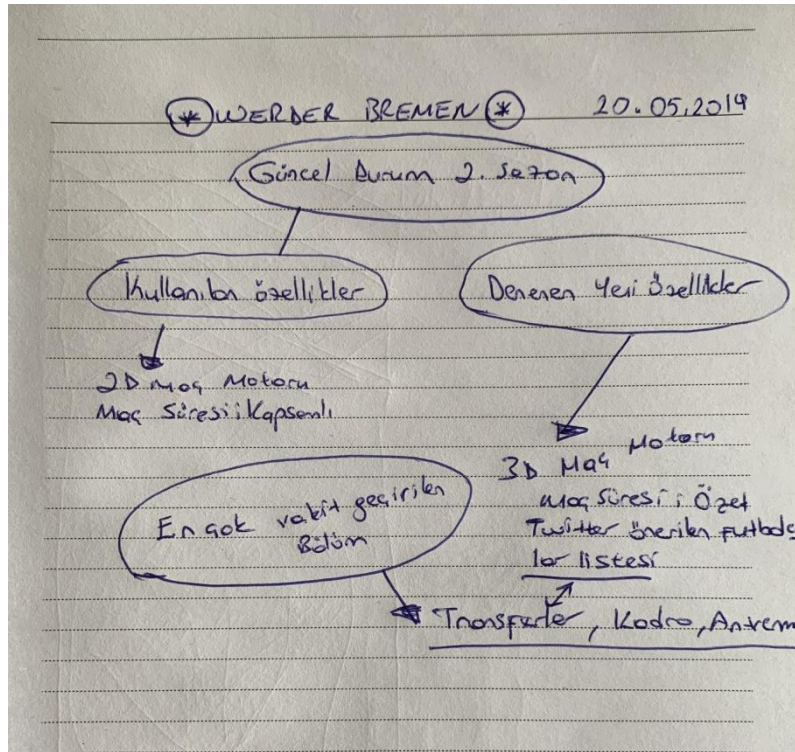
2.3.3 Oyuncu Deneyimi

Bu çalışma içerisinde araştırmacı kimliğimin yanı sıra “*Football Manager oyuncusu*” kimliğimle de konumlanmaktayım. Bu nedenle, Football Manager oyun oynama deneyimini ele aldığım bu çalışmaya, kendi oyun oynama deneyimimi de katmanın faydalı olacağını düşünmekteyim. Football Manager oynamaya ilk başladığım dönemde, oyununun benim için ilgi çekici tarafını, oyunun gerçek hayatı referans alan detaylı bir veri tabanı sunması oluşturmaktaydı. Dijital ortamdaki futbol oyunlarına yönelik ilgim çocukluk yıllarıma uzanmasına rağmen en istikrarlı şekilde oynamaya devam ettiğim oyun Football Manager serisidir. Bu noktada, Football Manager serisinin stratejik oyun yapısının oldukça etkili olduğu kanaatindeyim.



Şekil 17: Çalışmanın yazarı Orhun Bilben'in kendi oyuncu deneyimini analiz etmek için oynadığı kariyer oyununa ait zaman bölümü

Kendi oyuncu deneyimimi özdüşünsel bir yaklaşımla analiz etmek için kendime bir kariyer oyunu açtım. 13.05.2019-13.06.2019 zaman dilimi arasında bir aylık süreyle oynamış olduğum bu oyunda Almanya Futbol Ligi (Bundesliga) takımlarından Werder Bremen(dipnot) takımı ile oyun içerisinde üç sezon tamamlamış bulunmaktayım. Yukarıda yer alan bu oyun deneyimime ait görselde, 1 aylık süre zarfında oyun için harcadığım toplam zaman 312 saat 26 dakika olarak görünmektedir. Bu süre zarfında oyun içerisinde de üç futbol ligi sezonu bitirmiş bulunmaktayım. Üç futbol ligi sezonu bitirebilmek için harcamış olduğum süre 312 saat 26 dakika, normal oyun oynama deneyimlerimle kıyasladığımda oldukça uzun bir süredir. Sürenin uzaması, oyunun normal oyunculuk serüvenlerimde kullanmadığım tüm özelliklerini denemem ve oyun içi deneyimlerim üzerine düşünüp not almamdan kaynaklanmıştır.



Şekil 18: Oyun günlüğünden bir örnek

Oyunu oynadığım süreçte yukarıdaki görselde bir örneği görülen oyun günlüklerinden faydalanarak deneyimlerimi not ettim. Football Manager oyununda yeni bir kariyere başlarken seçtiğim futbol liginin güçlü ve dominant takımlarıyla oynamayı tercih etmem. Kadro ve finans yönünden belli bir seviyenin altındaki takımları seçip bu takımları geliştirmek gibi bir motivasyonla oyuna başlarım. Werder Bremen de bulunduğu futbol ligi içerisinde bu standartlara uyan bir kulüp olduğundan bu oyun tecrübemde çalıştığım takım olarak tercih edilmiştir. Oyunda geçirdiğim üç sezon içerisinde alışılmışın dışında bir başarı yakalayarak ligde iyi dereceler elde etmemin yanı sıra bir lig ve Avrupa kupası kazanarak. Werder Bremen ölçeğinde bir takım için önemli sayılacak bir başarı yakaladım. Oyunda yakalamış olduğum bu başarının stratejiler üzerine daha çok düşünerek, analiz yaparak ilerlemekten ve oyunun tüm özelliklerini etkin olarak kullanmaktan kaynaklandığı düşünüyorum.

Bu oyun deneyimimden yapmış olduğum çıkarımlara göre; oyunun getirmiş olduğu maç motoru simülasyonu, avatar ve sosyal medya entegrasyonu ile ilgili tüm yenilikleri etkin olarak kullansam da, çalışmanın bir önceki başlığı olan *Alanda Bir Oyuncu*'da oyuncuları oyun oynama pratiklerine göre gruplandırmış olduğum tabloda kendimi geleneksel grup içerisinde tanımladığımı söyleyebilirim. Çünkü oyunun yeni simülatif

özellikleri her ne kadar kapsamlı bir yapıda olsa da oyunun klasikleşen özellikleri ile oynama durumunun oyunun doğasına daha uygun olduğunu ve oyuncu için daha büyük bir haz doğurduğunu düşünüyorum. Football Manager oyun geliştiricilerinin de oyuna yeni özellikler eklemelerine rağmen eski özellikleri de oyun içerisinde muhafaza etmelerinin altında yatan nedenin, oyunun benim gibi bu özellikler ile oynamayı seven birçok oyuncusunun hala mevcut olmasına bağlıyorum.

FIFA, Pro Evolution Soccer gibi klasikleşmiş ve dünya genelinde ciddi bilinirliğe ulaşmış futbol oyunlarının aksine, Football Manager oyununda başarılı olmanın yolu oyuncunun doğrudan yönlendirmesi sayesinde değil, kurgulamış olduğu uzun vadeli ve detaylı stratejiler yoluyla mümkün olabilmektedir. Bu durum da, oyunun yansıtmış olduğu gerçekçilik hissiyatını artırmaktadır. Football Manager oyunu özelinde oyun oynama deneyimimden bahsederken, gerçekçilik kavramının özellikle üzerinde durmak gerektiğini düşünüyorum. Temel amacı kullanıcı için sanal bir dünya vaat eden dijital oyunlar içerisinde, oyuncunun gerçeklik duygusunu araması ilgi çekici bir noktadır. Oyuna yönelik yapılmış olan bazı tanımlamalara göre, tanınma isteği, gevşeme ihtiyacı, yeni bir yaşantıyı deneme isteği, egemenlik kurma isteği, oyuncuyu oyun oynamaya iten bazı nedenlerdir (Üzümkesici, 2009, s. 1). Bu tanımdan, gözlemlerimden ve kendime ait oyun oynama deneyimlerimden yola çıkarak, kullanıcıyı Football Manager oyununa teşvik eden ana unsuru “yeni bir yaşantıyı deneme isteği” olarak tanımlayabilirim. Ancak burada Football Manager oyununu farklı kılan husus yeni bir yaşantıyı mümkün olduğunca gerçekçi bir şekilde oyuncuya sunmasıdır. Başka bir deyişle, oyuncunun oyun oynadığı fikrinden sıyrılıp, vaat edilen alternatif hayatı yaşadığına inanmasıdır.

Özetle, bu çalışma kapsamında; kendi oyun oynama deneyimlerim ile dâhil olduğum katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmelerden hareketle; sunmuş olduğu gerçeğe mümkün olduğunca yakınsayan simülasyonla, oyuncu özelinde oyuna yönelik aidiyet oluşturmasıyla, oyuncuyu üre-tüketici pozisyonda konumlandırmasıyla ve kendi içerisinde özel bir oyuncu kimliği tanımlamasıyla Football Manager oyununu sıra dışı bir oyun olarak değerlendirmekteyim. Bu noktada, sıra dışı bir oyun olan Football Manager’ın oyuncuya sunmuş farklı oyun oynama deneyimine yönelik yapılacak bir araştırmanın oyun literatürüne önemli bir katkı yapacağı kanaatindeyim. Bu bağlamda,

çalışmanın bir sonraki başlığında Football Manager oyuncularını ve oyun oynama deneyimleri ele alınacaktır.

2.4. FOOTBALL MANAGER OYUNCULARINDAN BİR KESİT

Çalışmanın bu bölümünde, Football Manager oyuncularını ile yapılan katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmeler aracılığıyla elde edilen veriler. Çalışmanın 1. Bölümünde analiz edilen kavram seti ile birlikte tartışılacak ve bulgular sonucunda Football Manager oyuncu deneyimine dair çıkarımlar yapılacaktır. Bu bağlamda, Football Manager oyuncularını tanımlamak amaçlanmaktadır. Bunun için bölümde öncelikle, Football Manager oyuncularının içerisinde buldukları oyuncu türleri tanımlanacaktır. Bu aşamadan sonra, Football Manager oyuncularını, oyunu oynamak için teşvik eden motivasyon kaynakları kullanımlar ve doyumlar ekseninde irdelenecektir.

Oyuncuların tür ve motivasyonları tanımlandıktan sonra, Football Manager oyuncu deneyimini aktarabilmek için, oyuncuların Football Manager simülasyonu ile kurdukları iletişim ele alınacaktır. Bununla birlikte oyuncuların oyun deneyimlerini yaşarken inşa ettikleri dijital habitus ve sanal kariyerlerine ilişkin öğeler değerlendirilecektir.

2.4.1. Football Manager Oyuncu Türleri

Football Manager oyuncu deneyimini aktarabilmek için oyunu oynayan oyuncularını tanımlamak gerekmektedir. Football Manager oyuncu deneyiminin diğer oyunların vaat ettiği oyuncu deneyimlerinden farklılaştığı noktayı saptayabilmek için Football Manager oyuncularının oyunu oynarken içerisinde buldukları ayrı ve ayrıştırıcı pratikleri ele almak yol gösterici olacaktır. Bir topluluğun sahip olduğu ayrı ve ayrıştırıcı pratikler Bourdieu'nun "Habitus" kavramına işaret etmektedir. Bourdieu (2006) ayrı ve ayrıştırıcı pratikleri elen alırken önemli olanın noktayı pratikler, sahip olunan mallar, ifade edilen kanaatler arasındaki farklılıkların, bu algı kategorileri, bu görü ve ayırım ilkeleri aracılığıyla algılandıklarında simgesel farklılıklara dönüşmesi ve gerçek bir dil oluşturmaları şeklinde tanımlamaktadır (s. 22). Buna göre, çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Dijital Habitus ve Sanal Kariyer* başlığında belirtildiği gibi, dijital

dünyada kullanıcılar tarafından oluşturulan dil ve var olma pratikleri dijital habitus kavramını karşımıza çıkarmaktadır.

Football Manager oynayan oyuncuların sahip oldukları pratikler aracılığıyla kendilerine özgü bir dil oluşturacağını ve bu şekilde diğer oyunları oynayan oyunculardan farklı bir dijital habitusa sahip olacaklarını belirtmek mümkündür. Binark ve Bayraktutan (2011) *Dijital Oyun Kültürü Haritasında Oyuncular: Dijital Oyuncuların Habitusları ve Kariyer Türevleri* adlı çalışmalarında oyuncuların oyun içi pratiklerine göre dijital oyun kültürü haritasında oyuncu türevleri²⁸ oluşturmuştur. Buna göre oyuncular oyun içi pratiklerine göre şu şekilde sınıflandırılmaktadır;

- **Gündelik Oyuncular:** Boş zamanında vakit geçirmek için kısa süreliğine oyun oynayan ve düzenli olarak oyuna girmeyen, kolay ve basit oyunları tercih eden oyuncu olarak tanımlanmaktadır.
- **Sıkı Oyuncular:** Belli bir türde oyunu düzenli olarak oynayan oyuncu olarak tanımlanmaktadır. Ancak, sıkı oyuncu bu oyunu profesyonel anlamda gelir elde etmek amacıyla henüz oynamayan oyuncu türüdür.
- **İnternet Kafe Oyuncuları:** Strateji, askeri simülasyon oyunlarını LAN partileri aracılığıyla çoklu olarak oynayanlar veya devasa çevrimiçi oyunları oynayanlar olarak ayrılan oyuncu grubu olarak tanımlanmaktadır. İnternet kafe oyuncuları klan adı verilen sanal kabileler gruplar oluşturmakta ve bu gruplarla oyun içerisinde bir takım ekonomik, politik ve toplumsal etkinliklere dâhil olmaktadır. Ayrıca, internet kafe oyuncuları, oyun içi ekonomiye harcama ve yatırım yapan bir oyuncu grubu olarak karşımıza çıkmaktadır.
- **Programerlar:** Dijital oyuncu türevleri içinde, e-spor liglerinde veya organize edilen çeşitli turnuvalara bireysel veya takım olarak katılan, dijital oyun oynama ediminden profesyonel anlamda gelir elde eden oyuncu grubunu temsil etmektedir.

²⁸ Türkiye'deki oyuncular için geçerli olan bu sınıflandırma oluşturulurken, Türkiye'de yayınlanan *Electronic Gaming Monthly*, *Level* ve *Oyungezer* gibi bilgisayar oyun dergileri ve *Merlin'in Kazanı* gibi çevrimiçi yayınlar göz önünde bulundurulmuştur.

- **Emus²⁹, Mod³⁰ ve Machinima³¹ Yapanlar:** Emus, mod ve machinima yaparak etkileşimli bir şekilde oynadıkları oyunun yeniden üretim sürecine katılan oyuncu grubudur.
- **Oyun Uzmanlığı:** Oyun oynama pratiklerini profesyonel bir kariyere dönüştüren oyuncu grubunu temsil etmektedir (s. 314-324).

Football Manager oyuncularının oyun kültürü haritasında hangi grupta konumlandırılabilceğini saptamak için oyun oynama pratiklerini ele almak gerekmektedir. Deneyimli bir Football Manager oyuncusu ve oyunun aynı zamanda gözlemcisi olan Görüşmeci 1 Football Manager oyun oynama pratiğini şu şekilde değerlendirmektedir;

Football Manager oyunu içerisinde oyunculuğumun yanı sıra gözlemci olarak görev yapmaktayım. Football Manager, oyun oynarken sevdiğim işi yapabilmem ve bu yolla profesyonel olarak maddi kazanç elde edebilmem için kapı açmıştır. Oyun oynarken kendimi yalnızca oyuncu olarak değerlendirmiyorum. Aynı zamanda oyun üretimine katkı yaptığımın da farkındayım. Bu durum oyun karşısında daha çok vakit geçirmem için beni teşvik etmektedir (Erkek, 25, 07.09.2018).

Football Manager oyununun en temel özelliklerinden bir tanesini futbolcular ve antrenörlere yönelik hazırlanan bireysel profil sayfaları oluşturmaktadır. Profil sayfalarında oyunculara ve antrenörlere ait özellikler belirli başlıklar altında sınıflandırılmıştır. Sınıflandırılan bu özellikler 1 ve 20 arasında puanlanarak³² oyuncuların ve antrenörlerin oyun içindeki kapasiteleri yansıtılmaktadır. Bu değerlendirme yapılırken gerçek futbol dünyasını birebir yansıtmak amaç olarak belirlendiği için oyuncular ve antrenörler Football Manager gözlemcileri tarafından izlenmekte ve puanlanmaktadır. Özetle, gözlemci konumunda çalışan bir kişinin Football Manager oyun üretiminde önemli bir görev aldığını belirtmek mümkündür. Football Manager oyununda gözlemci olabilmek için belli başlı şartları sağlamak gerekmektedir. Bu noktada genellikle, oyun diline ve pratiklerine hâkimiyet yönünden oyunun tecrübeli oyuncuları tercih edilmektedir.

²⁹ **Emus:** Oyuncuların kapalı bir oyun donanımı ortamının kodlarını kırarak, başka bir oyun donanımı tarafından oyunu kullanıma açmasıdır.

³⁰ **Mod:** Oyuncunun oyun içindeki arayüze yönelik olarak çeşitli ekler yapmasıdır.

³¹ **Machinima:** Kullanıcı tarafından sanal gerçeklik kullanılarak film üretilme sürecidir (Hancock ve Ingram, 2007; s.8). Oyun terminolojisinde ise oyun motoru sanal gerçeklik olarak kullanılarak oyuncu tarafından filme dönüştürülmektedir.

³² 1 puan en düşük, 20 puanı en yüksek değeri temsil etmektedir.

10. Lionel Messi
Attacking Midfielder (Right), Attacking Midfielder (Center), Striker (Center)

 **31 years old**
Main 118 caps / 58 goals
Youth 18 caps / 14 goals
170 cm / 5'6" | 72 kg

 **Contracted to Barcelona**
Valued at €95.0M
70,758,000 p/a until 30/6/2021
Key Player

TECHNICAL	MENTAL	PHYSICAL
Corners: 15	Aggression: 7	Acceleration: 18
Crossing: 15	Anticipation: 19	Agility: 20
Dribbling: 20	Bravery: 10	Balance: 20
Finishing: 20	Composure: 18	Jumping Reach: 6
First Touch: 19	Concentration: 13	Natural Fitness: 14
Free Kick Tak...: 19	Decisions: 20	Pace: 15
Heading: 10	Determination: 20	Stamina: 13
Long Shots: 17	Flair: 20	Strength: 9
Long Throws: 4	Leadership: 14	
Marking: 4	Off The Ball: 16	
Passing: 20	Positioning: 5	
Penalty Taking: 17	Teamwork: 14	
Tackling: 7	Vision: 20	
Technique: 20	Work Rate: 7	

(March 5, 2019)


fmdata.com
football manager database

Şekil 19: Lionel Messi'nin Football Manager 2019'daki profil sayfası

Özetle, Görüşmeci 1'in oyun içerisinde aldığı görev itibariyle oyun oynama pratiklerini profesyonel bir kariyere dönüştürdüğünü belirtmek mümkündür. Böylece Football Manager oyuncularının, oyun oynama deneyimlerini profesyonel dünyaya da taşıyabildikleri bu sektörden maddi kazanç elde edebildikleri görülmektedir. Ancak Football Manager bu noktada, oyuncuları için farklı bir profesyonel deneyimin de kapılarını aralayabilmektedir. Football Manager oyuncularının sanal dünyada sahip oldukları başarılar gerçek dünyada da kendilerine futbol kulüplerinde çeşitli pozisyonlarda yöneticilik yapabilme imkânı tanımaktadır. Oyundaki kariyerlerine yapmış oldukları yatırım sayesinde profesyonel kariyerlerini de farklı bir seviyeye taşımayı başaran ve hayallerini gerçekleştiren birçok Football Manager oyuncusu bulunmaktadır. Örneğin, 2016 yılında henüz 15 yaşında olan Matt Neil, oyunda elde ettiği başarılar sayesinde İngiltere 2. Ligi'nde mücadele eden Plymouth Argyle Kulübü'nde analist olarak işe başlamıştır. Neil, The Guardian Gazetesi'nden Matt Strangler'a vermiş olduğu röportajda ilk olarak Football Manager oyununun resmi internet sitesindeki gözlemci ilanına başvurarak amatör ligde mücadele eden Truro City'yi gözlemlemeye başladığını belirtmiştir. Bu sayede Plymouth Argyle'ı da yakından takip etme fırsatı bulduğunu ve yaptığı başvuru sonrasında iş kulüp tarafından iş alındığını söylemiştir. Aynı röportajda Neil, kulüpteki görevinin, yaklaşık 600-700 saat

kadar oynadığını söylediği Football Manager simülasyonundakine benzer olarak, oyuncu performanslarıyla ilgili istatistiki verileri depolamak, rakip analizlerini yapmak ve potansiyel transfer hedeflerini belirlemek olduğuna değinmiştir (2016). Matt Neil'ın yanı sıra, Football Manager oyunu aracılığıyla profesyonel kariyerini daha da ileriye taşıyarak, oyunda olduğu gibi bir futbol kulübünün gerçek hayatta da teknik direktörlüğüne yükselmeyi başarmış örnekler de mevcuttur. Azerbaycan vatandaşı olan Vugar Huseynzade 2012 yılında, henüz 21 yaşındayken Football Manager oyunundaki başarıları referans alınarak ülkesinin futbol takımlarından FC Bakü³³'nün A takımının³⁴ teknik direktörlük görevine getirilmiştir. Göreve getirildiğinde 2002 yılında Football Manager oynamaya başladığını belirten Huseynzade oyunu oynayarak hayalini gerçekleştirdiğini belirtmiştir (Çalışkan, 2012).

Football Manager profesyonel hayat ile oyunun kesiştiği noktada oyuncuna yalnızca profesyonel hayata yükseleceği basamak olmamaktadır. Zaman zaman bu ilişkinin ters şekilde işlediğini gözlemlemek de mümkündür. Profesyonel dünyada işini yaparken işlerinde kendilerine yardımcı olacağı düşüncesiyle Football Manager oynayan pek çok profesyonel çalışan mevcuttur. Football Manager'ın futbol dünyasıyla ilgili gerçek gözlemlere dayanan bir veri tabanı sunmasından dolayı, genellikle futbol dünyasında çalışan kişiler rakip analizleri ya da transfer yaparken oyun içerisinde futbolculara yönelik hazırlanmış profil sayfalarından faydalanmaktadır. İş dünyasında fayda sağlamak amacıyla Football Manager'ı yalnızca futbol kulüp çalışanları oynamamaktadır. Sports Interactive firmasının stüdyo direktörü Miles Jacobson da mesleği gereği oyunu oynayan profesyoneller arasında yer almaktadır. Oyunu geliştirmek ve oyun içi eksikleri tespit etmek için Football Manager oynayan Jacobson oyun oynama deneyimini şu şekilde aktarmaktadır;

Elbette, Football Manager oynamak çok eğlenceli. Fakat aynı zamanda bir o kadar da zor. Oyunu yönetici sıfatıyla oynarken bir yandan not defterime notlar

³³ Bakü Futbol Kulübü, 1997 yılında Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de kurulmuş bir Azeri futbol kulübüdür. Azerbaycan'ın en üst kademe futbol ligi olan Azerbaycan Premier Ligi'nde mücadele etmektedir.

³⁴ Azerbaycan Premier Ligi'nde A takım kavramı Türkiye Futbol Lig'inden farklı anlamda kullanılmaktadır. Türkiye Futbol Ligi'nde A takım, futbol as takımını ifade etmek için kullanılırken, Azerbaycan Premier Ligi'nde bu kavram yedek takım için kullanılmaktadır. Türkiye Futbol Lig'ine uyarlamak gerekirse Azerbaycan Premier Ligi'nde A takım kavramı, Türkiye Futbol Lig'indeki PAF takım kavramıyla eş anlamlıdır.

alıyorum. Bunu yaparken de oyunun görmek istemeyeceğimiz yönlerini ayıklamaya çalışıyorum. Yani eğlenceli kısma odaklanmak yerine hata arıyorum. Bu süreç boyunca çok sinirlendiğim anlar oluyor. Ama dünyadaki en şanslı insanlardan biri olduğumu da inkâr etmiyorum. Hayatımı kazanmak için futbol üzerine oyunlar oynuyorum. Bu çok güzel bir şey. Ama yıllardır adamakıllı bir tatil yapmadığımı da belirtmeliyim (Aktaran: Eryılmaz, 2013).

Özetle, Football Manager'ın oyuncularını için inşa etmiş olduğu oyun ve profesyonel dünya arasındaki köprüde iki tür ilişki göze çarpmaktadır. Bu ilişkilerden ilki, oyun aracılığıyla profesyonel dünyada çalışma imkânı yakalayan oyunculara işaret etmektedir. İkincisi ise hâlihazırda çalışmakta oldukları profesyonel kariyerlerini beslemek amacıyla Football Manager oynayan oyuncularını yansıtmaktadır. Bu noktada, örnekleri verilen oyuncu türevlerinin Binark ve Bayraktutan'ın değinmiş olduğu oyun üzerinden profesyonel kariyer inşa eden “oyun uzmanını” tanımını çağrıştırdığını belirtmek mümkündür.

Mynet adına oyun uzmanını olarak 2007-2008 yılları arasında çalışmış bulunan Murat Yavuz Kaplan, oyun uzmanını yayıncı firmalarda çalışan iş planlama ve geliştirme finans yönetimi gibi konularda sorumlu personel olarak tanımlamaktadır. Oyun uzmanını, oyun ekibi içerisinde olabilmekte ya da oyun ekibini yönetebilmektedir (Aktaran: Binark ve Bayraktutan, 2011, s. 324-325). Murat Yavuz Kaplan (2009) oyun uzmanlığını ayrıntılı olarak şu şekilde tanımlamaktadır;

Oyun uzmanını, kariyer ve sektör tanımı olarak, yayıncı firmalarda iş planlama ve geliştirme, finans yönetimi gibi konularda sorumlu personeldir. Henüz daha başlangıç aşamasında üst düzey yönetici ile aynı konumda bulunur. Oyun ekibi içerisinde olabilir ya da oyun ekibini yönetebilir. Oyun uzmanının çalıştığı ekibin ne kadar profesyonel olacağını yayıncı firma belirler Bu durumun getirdiği avantajlar ve dezavantajlar vardır. Oyun uzmanını ürünün bütün aşamalarında görev yapar. Bu meslek ile ilgili altın kural ya da herkesin ortaklaştığı görüş, mesainin hiç bitmemesidir (s. 225).

Kaplan oyun uzmanlığı tanımından hareketle, oyun oynama deneyimini profesyonel kariyere taşıyabilen her oyuncunun oyun uzmanını olarak nitelenemeyeceği çıkarımını yapmak mümkündür. Çünkü Kaplan'ın tanımından hareketle, oyuncunun oyun uzmanını olarak tanımlanabilmesi için oyunun bütün aşamalarında görev alan üst düzey bir yönetici konumunda bulunması gerekmektedir. Kaplan (2009) oyunculuktan bu üst

düzye göreze giden yolun beş aşamadan oluştuğunu belirtmektedir. Bu aşamaları şu şekilde sıralamak mümkündür;

1. **Oyuncu:** Dijital oyun sektöründe dijital oyun oynamayı seven, bunu sosyal etkinlik ile kıyaslamayan, her oyunu oynayan, belli zamanları değerlendiren kişilerdir.
2. **Oyun Meraklısı (Pro-Gamer):** İlgisini çeken oyunları oynayan, seçici oyuncu grubudur.
3. **Sıkı Oyuncu (Hardcore Gamer):** Oyun oynama durumunu boş zaman aktivitesinin ilerisine taşıyan ve önemli bir sosyal aktivite olarak gören oyuncu grubudur. Bu oyuncular kesinlikle bir oyun türü seçer ve istikrarlı olarak o tipte oyunlar oynarlar.
4. **Oyun Ustası (Game Master):** Tasarlanan oyunlarda oyun uzmanlarının hataları bulması kolay değildir, birçok hatayı oyuncular fark etmektedir. Oyun ustası genellikle MMO tipi oyunlarda görev yapmaktadır. Kutu oyunlarında daha çok danışman konumundadır.
5. **Oyun Uzmanı (Game Expert):** Oyunla doğrudan ilgili olmayan bütün basamakları geçen, işe hâkim konumundaki kişidir. Bu işi yürüten kişinin iyi seçilmesi, ürünün ne kadar sattığını doğru orantılı olarak etkiler. Oyun uzmanlığı ulaşılacak en son noktadır; önemli olduğu kadar da takdir edilen bir konumda yer almaktadır (s. 226-227).

Kaplan'ın oyun uzmanı tanımı ve tanımlamış olduğu oyun uzmanı konumuna giden beş aşama göz önünde bulundurulduğunda; Football Manager deneyimini aktarırken oyun içerisindeki hataları tespit etmeye odaklandığını belirten Miles Jacobson'un Oyun Ustası tanımı çerçevesinde değerlendirilebileceği görölmektedir. Buna karşın, Football Manager oyuncu deneyimi sayesinde oyunun gözlemcisi olarak profesyonel görev alan Görüşmeci 1 ve oyun deneyimleri sayesinde gerçek futbol dünyasında iş bulmayı başarabilen Vugar Huseynzade ve Matt Neill gibi oyuncuları, oyun deneyimlerini profesyonel dünyaya taşıma şekillerinden dolayı oyun uzmanı türevi ya da oyun uzmanlığına giden beş kademe içerisinde tanımlamak mümkün görünmemektedir. Bu noktada, Football Manager'ın oyuncuları için profesyonel hayat ile kurmuş olduğu köprüünün oyuncu türevi tanımlamak için tek başına yeterli olamayabileceği sonucuna ulaşmak mümkündür.

Oyuncularının Football Manager ile kurduğu ilişkiyi yalnızca profesyonel çerçevede irdelemek Football Manager oyuncu tanımının eksik yapılmasına yol açacaktır. Çünkü her ne kadar, profesyonel dünyayla oyun dünyasının iç içe geçtiği oyun deneyimlerine sahip olsa da, Football Manager anlatı yapısı gereği, oyuncuların profesyonel gelir elde etmeyi öncelik olarak değerlendirip oynamaya başlayacağı bir oyun değildir. League of Legends, Knight Online, World of Warcraft ve DOTA gibi çevrimiçi oyunlarda kullanıcılar oyun içinde yaptıkları yatırımları doğrudan maddi değere çevirebilmektedir. Bu tip oyunlarda, oyun içerisinde *item*³⁵ gibi maddi değere dönüşen dijital metalar bir ticaret alanı oluşturmakta ve oyuncular bu alanda maddi yatırım yapmakta ve kar elde etmektedir. Yine aynı türdeki oyunlar için internet kafelerde para ödüllü turnuvalar düzenlenmekte ve turnuvada başarılı olan oyuncular sanal dünyadaki emeklerini maddi kazanca çevirebilmektedir. Football Manager çevrimiçi bir oyun olmasına rağmen oyun içi maddi değere dönüşen dijital metalara yer vermemektedir. Bununla birlikte, oyunun uzun vadede sonuca götüren bir yapısı olduğu için internet kafe turnuvalarında da yer almamaktadır. Football Manager'ın ilk sürümlerinde çevrimiçi oyun seçeneği de yer almamaktaydı. Çevrimiçi oyun seçeneği oyunun Steam entegrasyonunun yapılması ile başlamıştır. Bu nedenle, Football Manager'ın anlatı itibarıyla de dijital emeğin maddi kazanca dönüşmesini hedefleyen bir yapıya sahip olmadığını belirtmek mümkündür. Bu duruma paralel olarak Football Manager oynayan birçok oyuncu da maddi kazanç gözetme durumu ile ilgilenmemektedir. Görüşmeci 8 Football Manager oyun oynama tecrübesini şu şekilde aktarmaktadır;

Uzun süredir Football Manager oynamaktayım. Oyunun yarattığı simülasyonun, iş hayatının stresinden, gündelik hayatın koşturmacasından bir kaçış alanı yarattığını düşünüyorum. Özellikle tatil dönemlerinde daha uzun saatler vakit ayırmayı tercih etmekteyim. Bunu kendim için bir çeşit dinlenme ve stres atma aracı olarak görmekteyim (Kadın, 32, 09.09.2018).

Görüşmeci 8 gibi, Görüşmeci 5 de Football Manager'ı yalnızca keyifli vakit geçirmek için oynadığını herhangi bir maddi kazanç amacının olmadığını belirtmektedir;

Football Manager'ı yalnızca keyifli vakit geçirmek için tercih etmekteyim. Serinin iyi bir takipçisi olmama rağmen her sene yenilenen güncellemesini almayı tercih etmemekteyim. Çünkü düzenli olarak oynamamaktayım. Vakı

³⁵ Oyunun belirli yollarla elde edebildiği, saklayabildiği, birleştirebildiği veya oyun içerisinde kullanabildiği silah, zırh, iksir gibi nesnelere Barmanek, Fidaner ve Merlin'in Kazanı, 2009, s. 353).

buldukça diğer futbol oyunları (FIFA, Pro Evaluation Soccer) dönüşümlü olarak Football Manager'a zaman ayırmaktayım (Erkek, 35, 01.08.2018).

Bu örneklerden yola çıkıldığında, Football Manager oyuncularının bir kısmının da oyunu yalnızca keyifli vakit geçirmek için kısıtlı ya da geniş vakit ayıran kullanıcılardan oluştuğunu belirtmek mümkündür. Bu oyuncu profilinin oyuna ayırdıkları vakit göz önünde bulundurularak *günderlik oyuncular* ve *sıkı oyuncular* türevleri ile özdeşleştiği görülmektedir.

Oyun çalışmaları içerisinde nasıl ki, oyuna yönelik çok çeşitli perspektiften gelen farklı oyun tanımları mevcutsa, oyuncular ile ilgili de pek çok farklı sınıflandırma çalışmaları da bulunmaktadır. Bu alanda kabul gören en önemli sınıflandırmalardan biri Bartle'a aittir. Bartle (1996) oyuncuları aşağıdaki gibi sınıflandırmıştır;

- **Başaranlar (Achievers):** Bartle'ın "Başaranlar" olarak nitelemiş olduğu bu oyuncu türü; oyunda hedefleri gerçekleştirmeye veya kazanmaya odaklanmalarının yanı sıra oyun içerisinde iyi performans göstermek için de çaba göstermektedir. Bu oyuncu türünün oyun içi motivasyonu ödüller, oyun içi görevi tamamlama ve lider cetvelleri gibi öğeler aracılığıyla sağlanmaktadır.
- **Sosyalleşenler (Socializers):** Bu oyuncu türü oyun oynarken oyunu oynayan diğer oyuncularla ilişki kurmak ve bu sayede sosyalleşmek oldukça önemli bir motivasyondur.
- **Kâşifler (Explorers):** Bu oyuncu türü oyunda yer alan öğeleri ve ortamları ayrıca oyunun açık veya gizli özelliklerini keşfetmeyi öncelik olarak görmektedir.
- **Katiller (Killers):** Hedefi ne şekilde olursa olsun kazanmak olan oyuncu türüdür. Katiller olarak tanımlanan bu oyuncu türü oyunda karşılarına çıkan her karşı bileşeni ortadan kaldırmaya çalışarak başarıya ulaşmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, bu türe mensup oyuncular sürekli mücadele halinde bulunmaktadır. (s. 20-23).

Görüşmeci 3 Football Manager oynama motivasyonunu şu şekilde aktarmaktadır;

Football Manager için gündelik hayatımdan önemli bir vakit ayırmaktayım. Bunun en önemli nedeni basitçe oyunu sevmemden kaynaklanmaktadır. Özellikle, arkadaşlarımla ağ kurup rekabet etmek, benim için oldukça keyifli bir aktivitedir. Bununla birlikte, oyunu uzun süreli oynamak puan tablosunda

yükselmeme yardımcı olmaktadır. Bu durumun da oyunu oynamam için beni teşvik ettiğini söyleyebilirim (Erkek, 26, 17.08.2018).

Bu değerlendirmeden hareketle Görüşmeci 3'ün, oyunu, sosyal çevresiyle ağ kurarak bir çeşit sosyal aktiviteye dönüştürdüğünü söylemek mümkündür. Bu durum, Bartle'ın tanımlamış olduğu *sosyalleşenler* oyuncu türüyle özdeşleşmektedir. Bununla birlikte görüşmeci, oyunun liderlik tablosunda³⁶ yükselme isteğini de oyunu oynama konusunda bir motivasyon kaynağı olarak tanımlamaktadır. Bu durumun da açıkça Bartle'ın *başaranlar* tanımlaması içerisine dâhil edilebileceği görülmektedir. Daha önce değinilen Miles Jacobson örneğinde görülebileceği gibi, oyunu geliştirmek için oyunun gizli kalmış ya da hatalı görünen öğelerini keşfetme amacıyla oynayan oyuncular da bulunmaktadır. Buradan hareketle, Football Manager oyuncu türü içerisinde Bartle'ın *kâşifler* kategorisini de eklemek mümkündür. Football Manager oyunu sürekli ve uzun soluklu bir mücadeleyi gerektirdiğinden rakibi doğrudan bertaraf etmek, engelleri ortadan kaldırmak gibi motivasyonları gerçekleştirebilmeyi mümkün kılmamaktadır. Bu nedenle, Football Manager, Bartle'ın oyuncu türü tanımlamalarından başaranlar, sosyalleşenler ve kâşifler için uyumluluk gösterirken, katiller tanımlaması için uyumluluk göstermemektedir.

Tüm Zamanlar Liderler Tablosu			
	Menajer	Takım	Puanlar
233581	louisbly	Everton	15,209
233582	nickelx123	Stoke	15,209
233583	kevin.jamar	RC Lens	15,209
233584	Nowhere	AS Monaco FC	15,208
233585	Al-Azuri 0eÜ 0'0ş0²Ü0±Ü0 0ş	Sporting (POR)	15,207
233586	madridista1903	R. Madrid	15,207

Şekil 20: Football Manager liderlik tablosu örneği

“Oyuncu türleri ile ilgili bir diğer önemli sınıflandırma da Park Associate’ den aktaran (2006) Klopfer, Osterwell ve Salen’a (2009) aittir. Bartle'ın sınıflandırması genel bir

³⁶ Football Manager oyunu içerisinde liderlik tablosu, oyunun her sürümü ile güncellenen ve oyuncuların oyundaki başarılarına göre puan sistemiyle şekillenen bir sistemdir. Oyuncuların oyun süresince kazandıkları galibiyetler, turnuvalar ve kupalar kendilerine bu tabloda puan kazandırmaktadır. Oyunda uzun süreli vakit geçirmek başarı ihtimalini artıracığı için oyunculara puan toplama yönünden avantaj sağlamaktadır. (Ayrıca, Football Manager Liderlik Tablosu konusunun oyuncular arasında tartışıldığı forum için bkz: <http://forum.turksportal.net/vb/showthread.php?t=111117>)

sınıflandırmayken, bu sınıflandırma dijital oyuncuların sınıflandırılmasına yöneliktir” (Sezgin, 2016, s. 7). Buna göre dijital oyuncular aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır;

- **Güç Oyuncuları (Power Gamers):** Kazanmaya odaklı oyun oynayan oyuncu grubu olarak tanımlanmaktadır.
- **Sosyal Oyuncular (Social Gamers):** Oyun içi etkileşim ve arkadaşlık kurmayı ön planda tutan oyuncu grubu olarak görülmektedir.
- **Serbest Oyuncular (Leisure Gamers):** Serbest oyuncular olarak tanımlanan oyuncu türü genellikle geçici süreli oyunlar oynamaktadır. Ayrıca bu oyuncu türü, oyun içi mücadele ve yeni oyun türü deneyimlerine oldukça açık bir oyuncu türü olarak değerlendirilmektedir.
- **Pasif Oyuncular (Dormant Gamers):** Pasif oyuncu türü, oyun oynamayı seven ancak aile, iş ya da okul hayatı nedeniyle oyunlara sınırlı vakit ayırabilen oyuncuları temsil etmektedir.
- **Tesadüfi Oyuncular (Incidental Gamers):** Motivasyon eksikliği çeken ve çoğunlukla can sıkıntısı gidermek için oyun oynayan oyuncu türünü nitelemektedir.
- **Geçici (Dönemsel) Oyuncular (Occasional Gamers):** Yalnızca bulmaca, kelime oyunu ya da puzzle gibi basit ve kısa süreli oyunları oynamayı tercih eden oyuncu grubu olarak tanımlanmaktadır (Klopfer, Osterwell ve Salen, 2009, s. 7).

Klopfer, Osterwell ve Salen’a ait *güç oyuncular* ve *sosyal oyuncular* tanımlarının Bartle’in oyun tanımlarından başarılar ve sosyalleşenler ile hemen hemen aynı kapsamda olduğu söylemek mümkündür. Bu nedenle, Bartle’in oyun türleri sınıflandırması ile Football Manager oyuncularını karşılaştırdığımızda ortaya çıkan; başarılar ve sosyalleşenler türlerini Klopfer, Osterwell ve Salen’a ait sınıflandırmada güç oyuncular ve sosyal oyuncular olarak tanımlamak doğru olacaktır. Bununla birlikte, Football Manager oyun anlatısının uzun soluklu ve çabuk sonuca gitmeyen bir yapıya sahip olması geçici oyuncu ve serbest oyuncu türlerini bu oyunu oynayan grup içerisinde tespit etmeyi oldukça zorlaştırmaktadır. Görüşmeci 5 oyun Football Manager oynama pratiğini şu şekilde aktarmaktadır;

Football Manager'ı yalnızca keyifli vakit geçirmek için tercih etmekteyim. Serinin iyi bir takipçisi olmama rağmen her sene yenilenen güncellemesini almayı tercih etmemekteyim. Çünkü düzenli olarak oynamamaktayım. Vakit buldukça diğer futbol oyunları (FIFA, Pro Evaluation Soccer) dönüşümlü olarak Football Manager'a zaman ayırmaktayım. Ancak iş ve benzeri sebeplerden dolayı oyun oynamak için düzenli ayırdığımı söylemem olanaksızdır (Erkek, 35, 01.08.2018).

Görüşmeci 5'in aktarmış olduğu oyun oynama deneyiminin; belirli etkenlerden dolayı oyuna sınırlı vakit ayırabilme ve yalnızca keyifli vakit geçirmek ve can sıkıntısını gidermek için oynama gibi pratikleri içermesi *pasif oyuncular* ve *tesadüfî oyuncular* tanımlamaları ile örtüşmektedir.

Çalışmanın II. Bölümünde yer alan Football Manager Oyuna Giriş bölümünde Football Manager oyununun temelde bir futbol takım menajeri rolü canlandırma üzerine kurulmuş olması ve oluşturulan bu rol ile çevrimiçi bir rekabet alanı sağlayabilmesi yönünden oyun, kitlesel katılımlı çevrimiçi rol yapma oyunları (MMORPG) türü içerisinde de ele alınabileceğine değinilmiştir. E. Hemminger 2009 yılında MMORPG oyuncularının farklı kullanıcı pratiklerinin boyutlarını ortaya koymak ve oyuncu türlerini belirlemek üzere bir model geliştirmiştir. Bu modelin dört boyutu oyuncuların kullanım pratiklerini tanımlamada fenomenolojik bir araç olarak tasarlanmıştır (s. 136). Hemminger'in modelinde yer alan pratikler şu şekildedir;

- **Başlangıç-Temel Oyun Oynama:** Kurallar takip edilir, oyunun tüm özellikleri etkili bir biçimde kullanılır ve mümkün olduğunca hızlı seviye atlamak için ideal oyun stratejisi kullanılır.
- **Genişletilmiş Oyun Oynama:** Oyun deneyimini geliştirmek için oyun özellikleri kullanılır.
- **İkincil Oyun Oynama:** Oyunun kendisi göz ardı edilebilir. Fakat oyunun özellikleri ya da iletişim kanalları diğer oyuncularla temasa geçmek için kullanılır. Oyun figürleri adeta birer iletişim platformudur.
- **Bütünleşmiş Oyun Oynama:** Gerçek hayat ve oyun alanının bütünleştiği, oyun alanının adeta sanal bir kamusal alan haline geldiği, gerçek ve gerçekle bağlantılı deneyimlerin olduğu pratik boyutu. Avatar bireyi oyuncu olarak değil, gerçek bir kişilik olarak temsil eder (Aktaran: Sepetçi, 2017, s. 50).

Çalışmanın bu bölümünde yer verilen görüşmecilerin aktardıkları ve uluslararası Football Manager oyuncularından seçilen örnek oyuncular, Hemminger'in tanımlamış olduğu oyun oynama pratikleri ekseninde değerlendirildiğinde, Football Manager oyuncu türevlerinin farklı oyun oynama modelleri içerisinde tanımlanabileceği görülmektedir. Football Manager oyununu sosyal çevresiyle ağ kurarak bir çeşit sosyal aktiviteye dönüştürdüğünü belirten Görüşmeci 3'ün oyuncu deneyimini “ikincil oyun oynama” modeli ile özdeşleştirmek mümkünken, oyun aracılığıyla gerçek ve gerçekle bağlantılı deneyimler yaşayan Vugar Huseynzade, Matt Neill gibi oyuncuların deneyimlerini “bütünleşmiş oyun oynama” modeli kapsamında değerlendirmek doğru olacaktır. Bununla birlikte oyunun tüm özelliklerine yönelik etkin hâkimiyeti sayesinde oyun bünyesinde gözlemci olarak görev paran Görüşmeci 1'in deneyimlerini “temel oyun oynama”, oyunla ilgili eksikleri tespit edip oyun ve oyuncu deneyimini geliştirmeyi amaçladığını belirten Miles Jacobson'un deneyimini de “genişletilmiş oyun oynama” çerçevesinde değerlendirmek mümkündür.

Özetle, Football Manager oyuncularını oyuncu türevleri içerisinde tek ya da kısıtlı türevler içerisine dâhil etmenin mümkün olmadığı görülmektedir. Oyunculara vaat ettiği oyun oynama deneyiminin çeşitliliği sayesinde oyuncu grubunun pek çok farklı oyun oynama pratiği ve oyuncu türevi tanımlaması içerisine dâhil olabileceği görülmektedir. Oyun oynama pratikleri ve oyuncu türevlerini oyuncuların motivasyon kaynakları ile doğrudan ilişkilendirmek mümkündür (Sepetçi, 2017, s. 50). Bu nedenle, Football Manager oyuncularının, oyuncu türevleri tanımlandıktan sonra bu oyunu tercih etmelerinin altında yatan motivasyonu açıklamak, oyun oynama deneyimini doğru analiz edebilmek için gerekli bir durum olarak görünmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bir sonraki başlığında Football Manager oyuncuları oyun oynama motivasyonları ekseninde değerlendirilecektir.

2.4.2. Football Manager Oyuncu Motivasyonu

Oyuncuların neden Football Manager oyununu tercih ettiklerini tam olarak açıklayabilmek için oyuncuların kullanım pratikleri doğrultusunda almış oldukları doyum durumunu irdelemek gerekmektedir. Çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Oyuncu Motivasyonu: Kullanımlar ve Doyumlar* başlığında değinildiği gibi, kullanımlar ve doyumlar ile ilgili pek çok farklı ve kapsamlı tanımlama yapıldığı görülmektedir.

Oyuncu Motivasyonu: Kullanımlar ve Doymalar başlığında değinilmiş olan kullanımlar ve doymalara yönelik tanımlamaların özetini niteliğinde olacak şu şekilde bir tablo oluşturmak mümkündür;

Yazar	Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı Ekseninde Kullanıcının Konumu
Lundberg ve Hulten	Aktif konum, inisiyatif alma durumu, işlevsel alternatifleri göz önünde bulundurma, medya içeriklerine yönelik bilinçli yaklaşım, kitlesel iletişimin kültürel önemine dair değer yargılarını askıya alma.
Katz, Blumler ve Gurevitch	Özgür irade, kişisel ihtiyaçlara yönelik tercih yapma, aktif konum.

Tablo 7: Kullanımlar ve doymalar yaklaşımı ekseninde kullanıcının konumu

Yazar	Çevrimiçi Oyunlar İçin Tanımlanmış Doymalar
Lucas ve Sherry	Rekabet, zorluk, sosyal etkileşim, vakit geçirme, gerçek hayatla ilgili gerçekleştirilemeyen şeyleri gerçekleştirme, Heyecan duyma, uyarılma durumu.
Sun ve arkadaşları	Katılım, kendini ifade etme, heyecan, sosyalleşme, rahatlama.
Gibson	Etkileşimlilik, eş zamanlı olmayan kullanım, tek tipleştirilemezlik ve topluluk

Tablo 8: Çevrimiçi oyunlar için tanımlanmış doymalar

Bir önceki bölümde, oyunun profesyonel dünya ile kurmuş olduğu köprüünün, Football Manager oyuncu türevleri tanımlanırken oyuna dair ön plana çıkan ayırt edici bir özellik olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Football Manager'ın bu noktada oyuncusuna sunduğu deneyimlerin, çalışmanın birinci bölümünde ele alınmış olan metinsel

determinizm³⁷ kavramı ilişkilendirilmesi mümkündür. Çünkü Football Manager oynayarak profesyonel futbol dünyasında da kazanç elde etmeyi başarabilen oyuncular sanal kariyerlerini gerçek dünyaya da taşımayı başarabilmekte ve bu şekilde çevrimiçi dünyadan çevrimdışı dünyaya aktarım yapmaktadır.

Football Manager oyuncu türleri incelenirken, özellikle oyunun profesyonel dünyada maddi kazanç getirisi sağlaması üzerine kurulmuş olan metinsel determinizm özelliğinin oyuncuları oyunu oynamak konusunda teşvik ettiği görülmektedir. Görüşmeci 3 de Football Manager oyununa başlama motivasyonunu açıklarken metinsel determinizm kavramının önemine dikkat çekmektedir;

Daha önce oyunu oynayan kişilerin gerçek dünyada da futbol piyasası içerisinde iş bulabildiklerine şahit olmuştum. Açıkçası, bu bilgi oyunu daha fazla oynamam ve oyundaki profilime daha fazla yatırım yapmam konusunda beni teşvik etmişti. Türkiye'de futbol piyasasında iş bulabilmenin kesin kuralları yoktur, belirli bir lisans eğitimi size futbol piyasası içerisinde iş bulacağınızın garantisini vermemektedir. Bu nedenle, oyunu oynarken hem keyif almak hem de bunu bir iş fırsatı olarak değerlendirmek beni mutlu etmektedir (Erkek, 26, 17.08.2018).

Görüşmeci 3'ün yorumlarından hareketle, çevrimiçi normları çevrimdışı dünyaya taşıyabilme olanağı Football Manager oyuncu deneyimini sıra dışı kılan ve oyuncuları bu oyunu oynamaya teşvik eden önemli özelliklerden bir tanesi olarak görünmektedir. Metinsel determinizm Football Manager oyuncularının motivasyonlarının arkasındaki önemli faktörlerden bir tanesi olsa da oyuna dair motivasyonu açıklamak için tek başına yeterli değildir. Oyunun aynı zamanda gözlemcisi olan Görüşmeci 1 ise Football Manager oyununa yönelik motivasyonunu şu şekilde açıklamaktadır;

Futbol oyunlarının seviyorum. Ancak Football Manager detaylı anlatı yapısının getirmiş olduğu heyecan ve rekabet unsurlarıyla benim için bir adım öne çıkmaktadır. Ayrıca, oyun ile ilgili çalışmak, içerik üretmek ve ürettiğim içerik ile oynamak oyundan daha çok keyif almamı sağlamaktadır (Erkek, 25, 07.09.2018).

³⁷ Çevrimiçi normların çevrimdışı dünyaya transferi olarak tanımlanmıştır.

Çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar: Avatar ve Oyun İçi Emek* başlığında, içeriği, tüketirken aynı zamanda üreten üre-tüketici (pro-consumer) kavramı ele alınmaktadır. Bu başlık altında incelendiği gibi, Görüşmeci 1’de kullanıcı olarak tükettiği bir içeriğin aynı zamanda yeniden üreticisi konumunda yer almaktadır. Ayrıca, Görüşmeci 1 bu işi yaparken maddi gelir de elde ettiği için yine aynı başlık altında değinilen “playbour” kavramıyla özdeşleşmektedir. Görüşmeci 1’in yorumlarından hareketle, playbour konumunda bir oyuncu olmanın oyun oynamaya yönelik motivasyonu sağladığını söylemek mümkündür.

Görüşmeci 4, diğer Football Manager oyununu tercih etmesi altında yatan nedeni şu şekilde aktarmaktadır;

Futbol takip etmeyi de futbol oyunları oynamayı da seviyorum. Ancak, özellikle Türkiye’de futbol ortamlarında ve buna paralel olarak futbol oyunlarının oynandığı çevrimiçi ve çevrimdışı dünyada eril bir hâkimiyet olduğunu düşünüyorum. Örneğin, futbol konsol oyunu oynama gidilen bir kafede ya da oyunun çevrimiçi ağında kadın oyuncuya rastlamak pek mümkün değildir. Ancak, Football Manager’da durumun böyle olduğunu söyleyemem. Öncelikle oyunun kültürlü kemik bir kitleye mevcut ve bu kitle bana, eril dilden daha uzak geliyor bir de oyunun strateji tarafı ağır bastığı için zeka oyunu kategorisinde gibi düşünebiliriz, futbolun bilindik gürültülü ortamı yerine burada satranç oyun ortamı sessizliği hâkim olabilmektedir (Kadın, 23, 17.08.2018).

Görüşmeci 4’ün de cinsiyetçi dayatmadan ve gürültülü ortamdan uzak oluşu ve stratejik yapısı nedeniyle Football Manager oynamaya dair kendini motive ettiğini söylemek mümkündür.

Lundberg ve Hulten ile Katz, Blumler ve Gurevitch’in tanımlamış olduğu kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı içerisinde kullanıcının konumu eksenin Football Manager oyuncularını değerlendirmek gerekirse; görüşmecilerin aktardıkları ışığında, oyuncuların tercihleri ve motivasyonları konusunda bilinçli olan kullanıcı tanımlaması ile örtüştüğü görülmektedir. Çünkü görüşmeciler, kendilerinin Football Manager oyunundan beklentilerini ve oyunda kendilerini motive eden faktörleri zorlanmadan ifade etmeyi başarmaktadır. Görüşmeci 3, metinsel determinist özellik ile oyun motivasyonunu birleştirmesi ile, Lundberg ve Hulten’in tanımladığı memnuniyet ve seçimlerini birleriyle ilişkilendiren kullanıcı profiline örnek teşkil etmektedir.

Görüşmeci 1 ise, oyun içerisindeki playbour rolü ile oyun oynama motivasyonunu içselleştirerek, aktif kullanıcı rolünü ön plana çıkarmaktadır. Son olarak Görüşmeci 4'ün, diğer futbol ortamları ile Football Manager'ın habitatını karşılaştırması sonucunda kendisini oyuna motive eden faktörleri tanımladığı görülmektedir. Bu durum da, Lundberg ve Hulten'in; kullanılan medyanın ihtiyaç doyumundaki rolünün doğru bir şekilde ele alınması için diğer işlevsel alternatifleri göz önünde bulundurulması ve kitle iletişiminin kültürel önemine ilişkin değer yargıları askıya alınması tanımlarıyla bağdaşmaktadır. Görüşmecilerin yorumları dikkate alındığında, Football Manager oyuncularının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı içerisindeki konumlarına yönelik şu şekilde bir tablo hazırlamak mümkündür;

Football Manager Oyuncularının Kullanımlar ve Doyumlar Ekseninde Konumları	Aktif, özgür irade ile karar veren, ihtiyaca yönelik seçim yapan, medyanın işlevsel alternatifleri konusunda bilinçli
--	---

Tablo 9: Football Manager oyuncularının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı içerisindeki konumları

Özetle, Football Manager oyuncularının oyun motivasyonları, kullanımlar ve hazlar doğrultusunda irdelendiğinde, ortaya istekleri, beklentileri ve motivasyonları konusunda bilinçli bir oyuncu grubu çıkmaktadır. Oyuncular tarafından tanımlanmış olan, Football Manager oyununa yönelik motivasyon sağlayan unsurlar ve bu unsurların yarattığı doyumlara yönelik şu şekilde bir çıkarım yapmak mümkündür;

Görüşler	Doyumlar
“Oyunu oynarken hem keyif almak hem de bunu bir iş fırsatı olarak değerlendirmek beni mutlu etmektedir” (Görüşmeci 3).	Gerçek hayatla ilgili gerçekleştirilemeyen şeyleri gerçekleştirme (Lucas ve Sherry).
“Futbol oyunlarının seviyorum. Ancak Football Manager detaylı anlatı yapısının getirmiş olduğu heyecan ve rekabet unsurlarıyla benim için bir adım öne çıkmaktadır” (Görüşmeci 1).	Rekabet, heyecan, zorluk (Lucas ve Sherry).

“Football Manager’ı yalnızca keyifli vakit geçirmek için tercih etmekteyim.” ³⁸	Keyifli vakit geçirme (Lucas ve Sherry)
“Football Manager için gündelik hayatımdan önemli bir vakit ayırmaktayım. Bunun en önemli nedeni basitçe oyunu sevmemden kaynaklanmaktadır. Özellikle, arkadaşlarımla ağ kurup rekabet etmek, benim için oldukça keyifli bir aktivitedir” ³⁹ (Görüşmeci 3).	Katılım, sosyalleşme, etkileşimlilik, topluluk (Tao ve Arkadaşları ile Gibson).
“Uzun süredir Football Manager oynamaktayım. Oyunun yarattığı simülasyonun, iş hayatının stresinden, gündelik hayatın koşturmacasından bir kaçış alanı yarattığını düşünüyorum” ⁴⁰ (Görüşmeci, 8).	Rahatlama, gündelik hayatın stresinden kaçış (Tao ve Arkadaşları).

Tablo 10: Football Manager oyuncularının doyumları

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi, Football Manager oyunu, oyuncuları için çevrimiçi oyunlara yönelik tanımlanmış olan doyumların büyük bir bölümünü içermektedir. Bununla birlikte, Görüşmeci 1’in belirtmiş olduğu; “oyun ile ilgili çalışmak, içerik üretmek ve ürettiğim içerik ile oynamak oyundan daha çok keyif almamı sağlamaktadır” yorumu ile “üre-tüketecilik ve playbour olmak” ile ilgili bir doyum tanımladığını belirtmek mümkündür. Bununla birlikte, Görüşmeci 3’ün aktarmış olduğu; “Türkiye’de futbol ortamlarında ve buna paralel olarak futbol oyunlarının oynandığı çevrimiçi ve çevrimdışı dünyada eril bir hâkimiyet olduğunu düşünüyorum. Ancak, Football Manager’da durumun böyle olduğunu söyleyemem” yorumundan hareketle, Football Manager oyununun “eril bir dilden uzak olma” durumuna yönelik de bir doyuma sahip olduğunu da belirtmek mümkündür.

³⁸ Görüşmeci 5’in aktarmış olduğu bu ifade çalışmanın Football Manager Oyuncu Türevleri başlığında yer almaktadır.

³⁹ Görüşmeci 3’ün aktarmış olduğu bu ifade çalışmanın Football Manager Oyuncu Türevleri başlığında yer almaktadır.

⁴⁰ Görüşmeci 8’in aktarmış olduğu bu ifade çalışmanın Football Manager Oyuncu Türevleri başlığında yer almaktadır.

Football Manager oyuncularının, oyun ile ilgili doyumlarını sağlayan faktörler oyunun yarattığı sanal dünya ile ilişkilidir. Bu nedenle, Football Manager oyuncularının oyun deneyimlerini anlayabilmek için, oyuncuların oyuna dair görüşlerini bu oyunun yarattığı sanal dünyaya ait özellikler kapsamında değerlendirmek gerekmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bir sonraki başlığında Football Manager oyununun sanal dünyasının temeli olan yarattığı simülatif futbol dünyası oyuncuların deneyimleri ekseninde ele alınacaktır.

2.4.3. Simülatif Futbol Dünyası: Football Manager

Football Manager oyunu gerçek futbol dünyasının simüle ederek dijital bir izdüşümünü oluşturmakta ve oyuncuyu simüle edilen bu dünyaya teknik direktör olarak sanal katılımını sağlamaktadır. FIFA, Pro Evolution Soccer gibi popüler futbol oyunları da benzer şekilde futbol dünyasını simüle ederek oyun deneyimi sunmaktadır. Ancak, Football Manager’da diğer futbol oyunlarından farklı olarak, oyuncu tamamen gerçek bir antrenör gibi geliştirdiği stratejiler sonucu başarıya ulaşabilmektedir. Football Manager simülasyonlarının diğer futbol oyun simülasyonlarından ayrılan bir diğer önemli özelliği de mümkün olduğu kadar ayrıntılara yer vererek simülatif dünyayı gerçekçi kılma mücadelesidir.

Aarseth simülasyon kavramını şu şekilde tanımlamaktadır;

Simülasyon pek çok bilişsel etkinliğin temellerini biçimlendiren en temel yorumlama stratejisidir. Bilgisayar oyunları, simülasyon sanatıdır ya da simülasyonun alt bir türüdür. Tutarlı bir oyun dünyası yaratarak oyunun dinamik görüntüsünü sergileyen simülasyonlarda bilgi ve deneyim, bir yazar ya da yönetmen tarafından yaratılmaktan çok oyuncunun eylemleri ve stratejileri aracılığıyla yaratılmaktadır (Aktaran: Akbulut, 2009, s. 69).

Bu tanımdan hareketle, oyuncu ile oyun arasındaki etkileşimsel köprüyü kuran ögenin simülasyon olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca simülasyon aracılığıyla oyuncunun, oyun içi hareket ve stratejileri ile kendi oyuncu deneyimini inşa ettiği sonucuna ulaşılmaktadır. Görüşmeci 6 Football Manager oyununu neden tercih ettiğini aktarırken oyunun simülatif yapısına da atıfta bulunmaktadır;

Football Manager'ı diğer futbol oyunlarına tercih etmekteyim. Çünkü hem futbol dünyasının yansıması hem de oyun içerisinde olayların gelişme şekline baktığımda en gerçekçi oyun olduğunu düşünmekteyim. Diğer futbol oyunlarını oynarken kendimi tamamen bir teknik adam gibi hayal edemiyorum ancak Football Manager oynarken o moda rahatça girebildiğimi ve bu sanal gerçekliğe inandığımı söyleyebilirim. (Erkek, 25, 03.09.2018).

Bu yorumdan hareketle, Football Manager oyununun çevrimdışı bir deneyim olan antrenörlüğü simüle ederek çevrimiçine taşıdığını ve bu durumun oyuncularını oyuna çeken en cazip özelliklerden bir tanesi olduğunu söylemek mümkündür. Çevrimdışı sosyal normların çevrimiçine transferi “metinsel determinizm” (Press ve Livingstone, 2006 s. 92) kavramıyla açıklanmaktadır. Football Manager'ın sunduğu oyuncu deneyimini de sahip olduğu özellik itibarıyla metinsel determinizm kavramı ile ilişkilendirmek mümkündür. Görüşmeci 2, Football Manager'ın simülatif yapısına farklı bir yorum getirmektedir;

Futbol dünyasında çalışabilmek hayalini kurduğum bir şeydi ancak gerçekleşmedi. Football Manager bu hayalimi gerçekleştiriyormuş gibi hissetmemi sağlamaktadır. Bunun yanında, oyunu oynamanın heyecan verici bir diğer yanı oyun aracılığıyla gerçek futbol dünyasında çalışma imkânının bulunmasından kaynaklanmaktadır. Bu tür hikâyelerin var olduğunu biliyorum. Bu nedenle öncelikli hedefimi oyunda kendimi geliştirerek gözlemcilik için yapımcı firmaya başvurmak olarak belirledim (Erkek, 30, 07.09.2018).

Football Manager simülasyonunun gerçek ile iç içe olması, örneğin bu simülasyonda elde edilecek başarının gerçek hayatta da simülasyonu oynanan gerçeklikte elde edilebilecek bir başarıya kapı açması, başka bir deyişle; oyuncunun oyundaki başarısının gerçek hayat için de kişiye referans olması, oyuncu için farklı bir oyun oynama deneyimi sunmaktadır. Bu yönüyle oyun, çevrimiçi deneyimi aynı zamanda çevrimdışı dünyaya taşıyabilmekte ve metinsel determinizme farklı bir bakış açısı getirmektedir.

Football Manager'ın oyuncularına sunduğu farklı oyun oynama deneyimleriyle, yeni medya içerisinde simülasyon kavramı aracılığıyla gerçekliğin ve gerçeklik düzeneklerinin yer değiştirmesine neden olduğu ve insanın var oluşundan beri süregelen oyun oynama alışkanlıklarına yeni bir soluk getirdiği dikkat çekmektedir. Bir başka

deyişle, Football Manager oyunu sunduğu simülasyon ile oyuncuya gerçek ve sanal arasında geçişken bir çizgi oluşturmaktadır. Görüşmeci 1 bu durumu kendi oyun oynama tecrübesi ışığında şu şekilde açıklamaktadır;

Oyun oynarken kendimi yalnızca oyuncu olarak değerlendirmiyorum. Aynı zamanda oyun üretimine katkı yaptığının da farkındayım. Bu durum oyun karşısında daha çok vakit geçirmem için beni teşvik etmektedir. Football Manager oyunu üzerinden maddi kazanç elde etmek, oyun oynamaya dair algımı da değiştirmiştir. Eskiden oyun oynama pratiğim eğlence amaçlı boş vakitlerimde tercih ettiğim bir aktivite iken şimdilerde benim için bazen eğlence, bazen sorumluluk bazen de zorunluluk hali olarak görünmektedir. Benzer şekilde, iş deneyimi benim için genellikle bir sorumluluk haliyken, Football Manager üzerinden para kazanma durumu çoğu zaman eğlenceli bir pratiktir (Erkek, 25, 07.09.2018).

Aarseth oyuncunun olay dizileri aracılığıyla öyküyü biçimlendiren eylemlerini “yorumlayıcı işlev” olarak tanımlamaktadır. Oyuna devam edebilmek için olayların yorumlanması gerektiğinden, yorumlayıcı işlevin her bilgisayar oyununda bulunduğunu belirtmek mümkündür (Aktaran: Akbulut, 2009, s.62). Football Manager simülasyonu içerisinde de oyuncular yaptıkları strateji ve hamleler ile oyun içerisindeki kariyerini şekillendirdiği gibi oyunun olay örgüsünü de oluşturmaktadır. Örneğin, bir futbol takımını oyun içerisinde şampiyonluğa ulaştıran bir oyuncu yalnız kendi kariyer öyküsünü değil oynadığı futbol liginin de oyun içerisindeki öyküsünü değiştirmektedir. Basitçe, Football Manager oyunu içerisindeki yorumlayıcı işlevi bu şekilde açıklamak mümkün olsa da Görüşmeci 1’in yorumları daha kapsamlı bir oyuncu işlevine işaret etmektedir. Çalışmanın II. Bölümünde yer alan *Oyun Kültürü ve Oyuncu Türevleri – Oyuncu Haritası* başlığında değinildiği gibi, Görüşmeci 1 gibi gözlemci olarak da görev yapan oyuncular, gerçek hayattaki futbolcuları izleyerek bu futbolcuları oyun içerisindeki profil sayfalarını geliştirmektedir. Bu yönüyle, Football Manager oyuncusu oyunu oynayarak oyun içi öyküyü şekillendirmesinin yanı sıra futbolcu profil sayfaları gibi oyuna ait sabit temel bileşenleri de şekillendirebilmektedir. Bu noktada karşımıza oyuncuya ait sınırları daha geniş bir yorumlayıcı işlev modeli çıkmaktadır. Bununla birlikte, görüşmeci 1’in; “eskiden oyun oynama pratiğim eğlence amaçlı boş vakitlerimde tercih ettiğim bir aktivite iken şimdilerde benim için bazen eğlence, bazen sorumluluk bazen de zorunluluk hali olarak görünmektedir. Benzer şekilde, iş deneyimi benim için genellikle bir sorumluluk haliyken, Football Manager üzerinden para

kazanma durumu çoğu zaman eğlenceli bir pratiktir” yorumu ışığında, Football Manager’ın sahip olduğu simülatif yapı ile gerçek ve sanal yaşam pratiklerini ayırt edebilmeyi zaman zaman zorlaştırabileceğini söylemek mümkündür. Oyun gerçek olanı sanal dünyaya taşıırken, sanal dünyaya ait eğlenme pratiklerini de gerçek hayata taşıyabilmektedir.

Football Manager’ın simülatif yapısı oyuncular için yalnızca gerçek ve sanalın iç içe geçtiği bir oyun oynama tecrübesi yaşatmamaktadır. Oyun sahip olduğu simülatif yapı sayesinde aynı zamanda oyuncular arasında tipolojik bir farklılaşmaya da sebep olmaktadır. *Otoetnografi: Alanda Bir Oyuncu* bölümünde Football Manager oyun oynama pratiklerine göre *geleneksel* ve *yenilikçi* olarak iki tür oyuncu tanımlanmaktadır. Football Manager oyuncular arasındaki bu tipolojik farklılaşmanın kökenlerinden bir tanesinin oyuncuların oyununun simülatif dünyasını kullanma pratiklerine dayandırıldığı görülmektedir. Görüşmeci 7 Football Manager oyun simülasyonunu nasıl kullandığını şu şekilde aktarmaktadır;

90’lı yıllarda çıkan Sensible Soccer serilerinden beri menajerlik simülasyonlarına ilgi duymaktayım. Championship Manager 99 serisini yama yaparak uzun yıllar oynadım. Çünkü oyunun ilk zamanlarındaki amatör ruhu seviyorum. Zamanla Football Manager’ın yeni serilerini de oynamaya başladım ancak çok komplike gelen bazı özelliklerini sevmiyorum. Örneğin hala yeni maç motoru seçeneklerini hiç kullanmıyorum. Hala 2D maç motoru simülasyonunu kullanmaktayım benim gibi birçok eski oyuncunun da yeni maç motoru gibi gelişmelere mesafeli yaklaştığını biliyorum. Sonuç olarak, Football Manager gerçekçilik duygusunu içerikle ön plana çıkaran bir oyun grafik simülasyonlar ile değil (Erkek, 38, 09.09.2018).

Görüşmeci 7’nin aksine Görüşmeci 4, Football Manager’ın gelişen grafik simülasyonlarını olumlu yorumlamaktadır;

Football Manager oynamaya başlamadan önce arkadaşlarımla bu oyunu oynadığını görürdüm. Açıkçası o dönemler bu oyun çok ilgimi çekmezdi bunun sebeplerini de; oyunda tamamen metinsel bir düzenin hâkim olması ve oyun grafiklerinin oldukça zayıf olmasına bağlamaktayım. Ancak son dönemde oyun bu alanda gelişti ve piyasadaki diğer futbol oyunlarını yakaladı. Bu da oyunu tercih etmemde bir etken olmuştur (Kadın, 23, 17.08.2018).

Görüşmeci 4’ün yorumlarına paralel olarak, Görüşmeci 2 de Football Manager’ın grafik simülasyonlarına yönelik gelişmeler hakkında pozitif bir değerlendirme yapmaktadır;

Football Manager oyununun en sevdiğim noktalarından bir tanesini oldukça inovatif bir oyun olmasına bağlamaktayım. Her yeni çıkan sürüm ile birlikte grafik simülasyonlar da gelişim göstermekte bu da oyuna yönelik ilgiyi artırmaktadır. Başka türlü, her çıkan yeni sürüm sadece futbol dünyasındaki oyuncu transferlerini yansıtır bu da kimseyi yeni sürüm almaya teşvik etmezdi (Erkek, 30, 07.09.2018).

Oyunun grafik simülasyonları ile ilgili olumlu ya da olumsuz bir kanıya varamayan oyuncular da mevcuttur. Örneğin Görüşmeci 1 gelişen grafik simülasyonların oyun oynama deneyimlerine etkisini şu şekilde aktarmaktadır;

Football Manager'ı uzun süredir oynayan bir oyuncu olarak yeni sürüm çıkacağı zaman beni teşvik eden tek nokta yeni transferler ve yeni oyuncuların bulunması olmuştur. Gelişen simülatif seçenekler açıkçası ilgilendiğim son detaylardan bir tanesi, ben oyunu sahip olduğu içeriksel zenginlikten dolayı oynamayı tercih etmekteyim. Ancak oyunun getirdiği yenilikleri kullanmakta zorlandığımı da söyleyemem (Erkek, 25, 07.09.2018).

Görüşmecilerin yorumlarından görüldüğü üzere, grafik simülasyon konusu Football Manager oyuncuları arasında farklı düşünceleri ortaya çıkarmaktadır. Oyunu uzun süreli oynayan oyuncuların grafik simülasyon alanına mesafeli yaklaşarak geleneksel bir oyuncu tipolojisi oluşturduğu görülürken, oyunu daha kısa süreli oynayan oyuncuların simülatif yeniliklere olumlu yaklaştığı görülmektedir. Bununla birlikte, yeniliklere karşı taraftar ya da muhalif bir düşünce beslemeyen ve kolayca adapte olan bir oyuncu türünden de bahsetmek mümkündür.



Şekil 21: Football Manager klasik (2 boyutlu) maç simülasyonu



Şekil 22: Football Manager yenilenmiş (üç boyutlu) maç simülasyonu

Football Manager sahip olduğu simülatif yapı ile oyun sırasında oyuncular için farklı deneyimlerin de kapılarını aralamaktadır. Öyle ki, oyunun yarattığı simülatif yapı oyuncuların gündelik hayat rutinleri ile birleşebilmekte ve ortaya sıra dışı oyun oynama deneyimleri çıkmaktadır. Görüşmeci 5, Football Manager simülasyonu aracılığıyla yaşamış olduğu sıra dışı oyun oynama deneyimini şu şekilde aktarmaktadır;

Öğrencilik zamanlarımda yurttan kaldığım dönemde oda arkadaşım ile sürekli Football Manager oynar, zaman zaman bu yüzden derslerimizi ihmal ederdik. Football Manager serisinin 2005 sürümünü oynuyorduk, üst üste geçirdiğimiz sezonlar sonucunda artık sosyal hayatımızdan ve derslerimizden uzaklaştığımızı hissediyorduk. Oyunda, ben AC Roma Kulübü'nü, oda arkadaşım ise Inter Milan Kulübü'nü çalıştırıyordu. Bir süre sonra gerçek hayatta bu iki kulüp arasındaki ezeli rekabet, arkadaşım ile benim aramdaki bir rekabete dönüştü, ikimizde yurt odamızdaki masamızı çalıştırdığımız kulübün materyalleri ile dolduruyorduk. Hatta birbirimizle kendi aramızda oynadığımız maçlarda arkadaşım Inter Milan formasını, ben ise AC Roma formamı giydim (Erkek, 35, 01.08.2018).

Görüşmeci 3'de Football Manager oyun oynama deneyiminin sosyal hayatına temas ettiği noktayı şu şekilde anlatmaktadır;

2014 senesinde serinin güncel versiyonunu oynamaktaydım. Oyuna kendimi oldukça kaptırdığım bir dönemdi, taktiklere ve maçlara konsantre olmak için telefonumu sessize alıyordum. O dönem kız arkadaşım ile bu konu yüzünden sıkça kavga etsek de alışkanlığımdan vazgeçememiştik ve bu nedenle ilişkimizi bitirme noktasına gelmiştik (Erkek, 26, 17.08.2018).

Görüşmeci 3 ve Görüşmeci 5'in oyun ile ilgili tecrübelerinden hareketle, Football Manager sanal simülasyonunun gerçek hayata sıkça temas ettiği ve bireylerin hayatında ve gündelik rutinlerinde değişikliklere sebep olabildiği görülmektedir. Football Manager oyun oynama deneyimi ile ilgili uluslararası üne kavuşmuş oyun tecrübeleri de mevcuttur. Seb Keenan 2010 yılında oynamaya başladığı Football Manager'ı günde ortalama 7 saat ayırarak 7 yıl oynamış ve bu süreçte 170 sezon bitirerek rekor kırmıştır. Keenan elde ettiği bu rekor ile "Football Manager'da Tek Oyunculu Modda En Uzun Süre Oynama" alanında Guinness Rekorlar kitabına adını yazdırmıştır. Keenan oyun oynama tecrübesini açıklarken oyuna olan aşırı bağımlılığının sosyal hayatının etkilediğini belirtmektedir. Keenan, uzun zamandır yalnızca kız arkadaşı olduğunda oyuna ara verebildiğini söylemekle birlikte Football Manager'ın bir ilişki içindeyken oynanabilecek en iyi oyunlardan biri olmadığını da altını çizmektedir. Keenan Football Manager bağımlılığı nedeniyle kız arkadaşı ile de problemler yaşadığını ve ilişkilerinin bittiğini söylemektedir (Aktaran: Kartal, 2018).



Şekil 23: Sepp Keenan ve Guinness Rekorlar Kitabı belgesi

Çalışmanın I. Bölümünde *Simülasyon Kavramı Üzerine* başlığı altında belirtildiği gibi Baudrillard yaşadığımız evreni simülasyon evreni olarak tanımlamakta ve gerçeğin simülasyonla yer değiştirdiğini vurgulamaktadır. Oyuncuların Football Manager simülasyonu ile kurmuş olduğu ilişkiye göz attığımız zaman benzer bir durumun yaşandığını simülasyonun gerçek hayatın sınırlarına ulaştığını ve zaman zaman da gerçekle yer değiştirdiğini görmekteyiz. Yine çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Simülasyon Kavramı Üzerine* başlığı altında Edward Castranova'nın simülasyonun oluşturduğu yapay gerçeklik ile ilgili yapmış olduğu yapay dünyalar tanımına yer verilmiştir. Castranova, yapay dünyaları, insanlar tarafından insanlar için bilgisayar ortamında oluşturulmuş, sürdürülebilir, kaydedilebilir ve dönüştürülebilir, geniş, dünya benzeri büyük grup ortamları olarak tanımlamaktadır. Football Manager oyuncularının da oyunun simülatif dünyasıyla kurmuş olduğu ilişkinin sürdürülebilir, dış dünyaya dönüştürülebilir ve kaydedilebilir olduğu görülmektedir. Buradan hareketle, Football Manager'ın sahip olduğu simülatif yapı ile oluşturduğu yapay dünyanın, oyuncuların gerçek dünyalarının merkezine (zaman zaman gerçek dünya ile yer değiştirebilen bir konumda) eklenildiği görülmektedir.

Football Manager'ın sunmuş olduğu simülatif yapı yalnızca bireysel oyuncu deneyimlerinin oluşmasına neden olmamaktadır. Oyunun çevrimiçi oyun seçeneği sayesinde, oyuncular tercih etmeleri durumunda oyunu çevrimiçi diğer oyuncularla birlikte oynayabilmekte ve bu şekilde Football Manager oyuncu deneyimini aynı oyun özelinde pek çok farklı oyuncu yaşayabilmektedir. Görüşmeci 6, Football Manager simülasyonunu çevrimiçi oynarken yaşadığı deneyimi şu şekilde aktarmaktadır;

Üniversite hazırlık sınıfındayken, sınıfta Football Manager oynayan pek çok arkadaşım bulunmaktaydı, Football Manager üzerine sohbetlerimiz bir süre sonra, oyunu birlikte oynama deneyimine dönüşmüştü. Düzenli olarak, o dönem yalnız yaşayan bir arkadaşımızın öğrenci evinde oyunu oynamak için toplanıyorduk. Türkiye Futbol Ligi'nden her birimiz birer futbol takımı seçmiştik ve kurduğumuz çevrimiçi ağ üzerinden ve birbirimizle rekabet ediyorduk. Bir süre sonra ligde rekabet kızışınca, derslerimize vakit ayıramaz hale gelmiştik, oyuna ayırdığımız vakitten dolayı quizleri ve sınavları kaçıırıyorduk. Nihayetinde toplu olarak hazırlık kurunu tekrar etmek zorunda kaldık. Ben yine de, kurduğumuz ligde takımım Bursaspor ile şampiyon olmayı başararak amacıma ulaşmıştım. Ligi istediği sırada tamamlayamayan arkadaşlarımla üzüntüsü daha fazlaydı (Erkek, 25, 03.09.2018).

Görüşmeci 6'nın aktardıkları, yine sınırları gerçek yaşama yönelik akışı etkileyen bir oyun oynama deneyimine işaret etmektedir. Bununla birlikte, Görüşmeci 6'nın oyun tecrübesi Football Manager simülasyonunun içerdiği sibermetinsel kurgu ile ilgili de fikir vermektedir. Çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Sibermetinsel Kurgu* başlığında da değinildiği üzere Aarseth, sibermetinsel süreçte okuyucu/kullanıcı konumunda yer alan kişinin aktif olarak metne katıldığını ve metin ile oynadığını belirtmektedir. Kullanıcının aktif katılımı ile oynanan bu sürece bağlı olarak hikâyenin şekillenmesi de değişmektedir (Aktaran: Savcı, 2015, s. 62). Görüşmeci 6'nın yorumlarından hareketle, oyuncuların katılım ve etkileşimleri ile sanal bir futbol lig sezonu oluşturdukları ve oyun içerisindeki yönlendirmeleri ile oluşturdukları sanal lig sezonunun hikâyesini belirledikleri görülmektedir. Yine çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Sibermetinsel Kurgu* başlığında, Sibermetin kurgusunun oyuncuya yaşattığı, oyuncunun aktif katılım ve yönlendirmeleriyle şekillenen oyun oynama deneyiminin, Fish'in anlamı yeniden üreten topluluk olarak tanımlanmış olduğu yorumlayıcı topluluk kavramı ile bağdaştırıldığı belirtilmiştir. Görüşmeci 6 ve birlikte çevrimiçi oyun oynadığı oyuncu grubu aynı futbol

ligi içerisinde farklı futbol takımları seçmiş, her biri oyuna içkin kendilerine özgü yorumlayıcı stratejiler geliştirerek rekabet etmiş ve rekabet sonucunda birlikte bir oyun hikâyesi inşa etmiştir. Bu bağlamda, Football Manager oyuncularının, simülasyon içerisine çevrimiçi dahil olarak birlikte oyun oynama pratikleri ile yorumlayıcı topluluk oluşturduklarını belirtmek mümkündür.

Çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Sibermetinsel Kurgu* başlığında da belirtildiği gibi simülasyon bir oyuncunun oyunu deneyimlemesini sağlayan yegane unsur olarak tanımlanmaktadır. Football Manager oyunu da sahip olduğu simülatif yapı ile oyuncularına pek çok farklı oyuncu deneyimi yaşatmaktadır. Bu deneyimler, Football Manager oyuncularını; metinsel determinizm, yorumlayıcı işlev ve yorumlayıcı topluluk gibi kavramlar çerçevesinde değerlendirebilmeye olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, Football Manager simülasyonunun oluşturduğu yapay dünyanın oyuncuların gerçek hayatları ile iç içe geçebildiği, oyuncuların gerçek hayatlarına temas edebildiği ve etkileyebildiği görülmektedir. Football Manager simülasyonu kullanım pratikleri açısından da oyuncu tipolojisinde sınıflandırma yapabilme olanağı tanımaktadır. Oyunun yenilenen simülatif özellikleri; özellikleri kullanan ve kullanmaya karşı olan iki farklı oyuncu tipolojisi ortaya çıkarmaktadır. Çalışmanın II. Bölümünde yer alan *Alanda Bir Oyuncu* başlığında detaylı bir şekilde özelliklerine değinilmiş olan bu iki farklı oyuncu tipolojisinin ayrıştıkları en önemli noktalardan bir tanesini Football Manager içerisindeki maç simülasyonlarını kullanım tercihleri oluşturmaktadır. Özetle, Football Manager oyununun sahip olduğu simülatif yapının oyunu tercih eden oyuncular için pek çok farklı oyun oynama tecrübesinin kapılarını araladığını belirtmek mümkündür. Oyuncular bu simülatif dünyadaki bu oyun oynama tecrübelerini yaşarken, bir yandan da oyun içerisinde sanal kariyer inşa etmektedir. Çalışmanın bir sonraki bölümünde Football Manager oyuncularının sanal kariyerleri değerlendirilecektir.

2.4.4. Football Manager Oyuncularının Sanal Kariyerleri

Oyunlar oyuncularına sosyal yaşamın küçük bir temsili gibi kurulmuştur ve bu nedenle oynayanlar için Bourdieu'nun söylediği gibi bir çeşit habitus, belli maddi pratikler önermektedir (Aktaran: Akbulut,2009, s.69). Dijital oyunlar içerisinde önerilen bu pratikler karşımıza dijital habitus kavramını çıkarmaktadır. Çalışmanın I. Bölümünde

yer alan *Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar: Avatar ve Oyun İçi Emek* başlığında değinildiği gibi oyuncuların gündelik hayatta sahip oldukları habitusların dijital dünyaya yansması ile oyuncuların dijital habitusları ortaya çıkmaktadır. Yine *Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar: Avatar ve Oyun İçi Emek* başlığında dijital oyunların dünyasında habitusunu inşa etmek isteyen oyuncunun bir anlamda sanal kariyerini de inşa ettiği belirtilmiş, sanal kariyerin ise avatar ve oyun içi emek kavramları ekseninde şekillendiği aktarılmıştır.

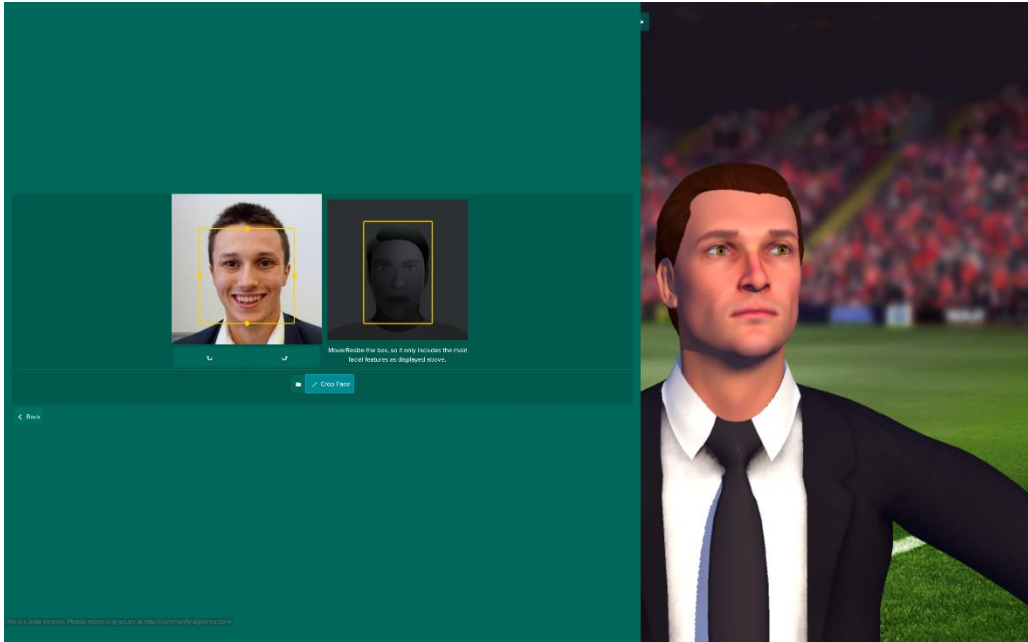
Oyuncular gündelik yaşamlarındaki habitusları ve dijital habitusları arasındaki ilişkiyi avatarları aracılığıyla kurmaktadır. Oyuncular avatar aracılığıyla sanal kimliklerini inşa etmekte ve gerçek hayatlarında idolleştirdiği kişileri sanal dünyada yaşatmaktadır. Football Manager da avatar aracılığıyla oyuncunun oyunda var olmasını sağlayan oyunlardan bir tanesidir. Oyunun eski sürümlerinde, oyuncular yalnızca avatarın; cinsiyetini, yaşını, doğum tarihini, tuttuğu takımı, doğum yerini ve vatandaşlık bilgilerini belirleyebilmekteyken, yeni sürümlerle birlikte pek çok detayı belirlemek oyuncunun tercihi sunulmaktadır.



Şekil 24: Football Manager'ın eski sürümlerinde yer alan avatar sayfası



Şekil 25: Football Manager'ın güncellenmiş avatar sayfası



Şekil 26: Football Manager avatar yüz tanıma sistemi

Yukarıdaki görsellerde görüldüğü gibi, Football Manager oyununda avatar yapısı giderek gelişmiş ve son sürümüyle birlikte oldukça kapsamlı özelliklere ulaşmıştır. Öyle ki, Football Manager'ın son güncellemesiyle avatar belirlenirken oyuncunun üç boyutlu yüz taraması yapılabilmekte ve elde edilen görüntü sanal ortama aktarılarak avatar oluşturulabilmektedir. Avatar oluşumundaki bu yeniliklerin, oyuncunun avatar ile

özdeşleşme durumunu iletme amaçlı geliştirildiğini düşünmek mümkündür. Görüşmeci 4 Football Manager oyunu için tercih ettiği avatarın özelliklerini şu şekilde açıklamaktadır;

Genellikle çevrimiçi oyun oynarken avatarıma takma bir isim verirdim. Ancak Football Manager oynarken kendi ismimi kullanmaktayım çünkü takma bir isim kullanmam durumunda oyunun verdiği gerçeklik hissini tam olarak tadamayacağımı düşünmekteyim. Oyunda avatarınızın dış görünüşünü de belirleyebilmektesiniz; ben kendi görünüşüme benzer bir profil oluşturmaktayım. Böylece saha kenarındaki kişinin ben olduğunu hissedebilmekteyim (Kadın, 23, 17.08.2018).

Binark ve Bayraktutan-Sütcü (2009) devasa çevrimiçi oyunlarda oyuncuların oluşturduğu avatarların şu özelliğine dikkat çekmektedir;

Devasa çevrimiçi oyunlarda oyuncuların gerçek yaşamdaki habituslarını oyun dünyasına taşıdıkları ve gerçek yaşamda üretilmiş habitusun sanal karakterin inşasında kullanıldığı görülebilir. Bilgisayar donanımlı iletişimin özelliklerini inceleyen Nancy Baym da çevrimiçinde yaratılan benliklerin/kimliklerin çevrimdışı kimlikle tutarlı olduğuna dikkat çekmektedir (Aktaran: Castells, 2005, s. 485). Sanal oyun dünyasında yaratılan avatarların söylemsel pratikleri ve edimlerinde, kişinin egosunun ve alter-egosunun, aidiyet tasarımının izini sürmek bu nedenle mümkündür (s. 277)

Görüşmeci 4'ün yorumlarından hareketle, Football Manager'ın avatar bölümünde geliştirdiği yenilikler sayesinde gerçekçilik hissi yaratmak konusunda başarılı olduğunu söylemek mümkündür. Öyle ki, Görüşmeci 4'ün "saha kenarındaki kişinin ben olduğunu hissedebilmekteyim" ifadesiyle oyun avatarıyla benliğini adeta özdeşleştirdiği görülmektedir. Bununla birlikte, Binark ve Bayraktutan-Sütcü'nün aktardıkları ışığında avatarın aynı zamanda kişinin olmak istediği benliğe dair de izler taşıdığını belirtmek mümkündür. Football Manager oyunu özelinde avatar için biçilen tek rol futbol takım menajerliği olduğundan, kişinin olmak istediği futbol menajer, rolünü kendi dış görünüşüne yakın bir avatar ile birleştirebilmesi oyuncuya olumlu bir oyun oynama deneyimi sunabildiğini söylemek mümkündür. Binark'a göre (2007) avatar ve karakter oyunun içine girmeye birer adımken, persona o içine girmenin kendisidir (s. 257). Football Manager'ın de gerçekçi anlatı yapısı gelişen avatar teknikleri ile birleştiğinde oyuncunun personasını açığa çıkarabilmektedir.

Yenilenen sürümleri ile birlikte Football Manager oyunu içerisindeki avatar düzenleme özelliği yalnızca avatarın dış görünümünün detaylandırılmasına yönelik değişime

uğramamıştır. Güncellenen Football Manager serileri ile birlikte oyuncular avatarlarını sosyal medya hesaplarına entegre edebilmektedir. Görüşmeci 1 avatar ve sosyal medya entegrasyon özelliğini şu şekilde yorumlamaktadır;

Oyundaki gelişmelere karşı bir tutum içerisinde olmayı doğru bulmuyorum. Oyun zaten bir yenilik getirdiğinde bunu tek seçenek olarak sunmuyor, isteyen yenilenen özellikleri kullanmadan da oynamaya devam edebiliyorlar. Çevremdeki Football Manager oyuncularından genellikle sosyal medya entegrasyon özelliğine yönelik eleştiriler duymaktayım. Ancak ben buna karşı değilim bu özelliği kullanıyorum. Zaten gündelik hayatımda da arkadaşlarımla Football Manager üzerine sohbet etmeyi seven biriyim, bu yenilik bu sohbetleri çevrimiçinde devam ettirmeye olanak sağlıyor (Erkek, 25, 07.09.2018).

Görüşmeci 1'in yorumlarından hareketle, sosyal medya entegrasyonu ile avatar ve oyuncu arasındaki bütünleşmenin pekiştiği çıkarımını yapmak mümkündür. Çünkü, Görüşmeci 1'in de değindiği gibi, oyuncu oyundaki avatarını gerçek kimliğini yansıtan sosyal medya kanalı ile birleştirerek gerçek sosyal hayatındaki etkileşimlerine avatarı aracılığıyla da devam edebilmektedir. Football Manager sosyal medya entegrasyonu ile ilgili olumsuz görüş belirten oyuncular da mevcuttur. Görüşmeci 8 avatar sosyal medya entegrasyonu ile ilgili görüşlerini şu şekilde açıklamaktadır;

Football Manager'ın kendini yenilemesini ve mevcut özelliklerini geliştirme eğilimini doğru buluyorum. Birçok yenilenen özelliği kullanıyorum ancak sosyal medya entegrasyon özelliğini kullanmayı kesinlikle tercih etmiyorum. Çünkü oyunlarda anonim olarak var olmayı tercih ediyorum ve oyunda yapmış olduğum bir aktiviteyi sosyal medya üzerinden duyurmayı anlamsız buluyorum (Kadın, 32, 09.09.2018).

Görüşmeci 8'in yorumları, avatar ve sosyal medya entegrasyonunun anonimlik ve mahremiyet hususunda oyuncular üzerinde kaygıya yol açtığını göstermektedir. Çünkü oyuncular sahte bir isim ve görünüm kullanarak oyun içerisinde anonim olarak kalmayı başarabilmektedir. Sosyal medya ise teşhiri ve gözetlemeyi körükleyen bir yapıya sahiptir (Uyanık, 2013, s.3). "Anonimlik, kişinin kamuya açık yerlerde aradığı özgürlüğü bulabilmesi açısından önemlidir" (Karahisar, 2015, s.11). Bu noktada, Football Manager sosyal medya entegrasyonunun oyuncu üzerinde, oyun içerisindeki özgür alanını koruyabileceğine dair şüphe oluşturduğu kanısına varmak mümkündür. Bununla birlikte, avatar sosyal medya entegrasyonunu benlik sunumu çerçevesinde değerlendirmek de mümkündür. Benlik, bireyleri bir takım özelliklerine göre

tanımlayan, bireyi diğerlerinden ayırt etmeyi sağlayan kısacası kişilerarası farklılıkları vurgulayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Benlik kavramını, bireyin olduğu ya da olmadığı bir şey olarak değil, aksine bizzat kendi oluşturduğu bir şey olarak tanımlamak gerekmektedir (Giddens, 2010, s. 103). Yani benliğin birey tarafından inşa edilen bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Erving Goffman (2014) toplumsal aktörün kitleler karşısında benliğini inşa etme ve sunma eğilimini şu şekilde tanımlamaktadır;

Toplumsal aktör, izleyici kitlesi karşısında, onların gözünde kendisiyle ilgili olumlu bir izlenim yaratmak amacıyla çeşitli roller oynar. Bu durum, kişinin herhangi bir grup karşısında sergilediği performans ile toplumun beklentilerine uygun bir şekilde toplumsallaşma isteği ve kendisine dair idealleştirilmiş bir izlenim sunma eğiliminden kaynaklanmaktadır (s. 45).

Göffman'ın benlik sunumu tanımı ve çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar: Avatar ve Oyun İçi Emek* başlığında da ele alındığı gibi, avatar aracılığıyla yaratılan sanal kimliğin kullanıcının gerçek hayatında idolleştirdiği kişinin vücut bulmuş hali olduğu (Isdale ve diğerleri, 2002, s.530) birlikte düşünüldüğünde, avatar aracılığıyla yaratılan idolleştirilmiş kimliğin oyuncuların gerçek kimlikleri ile kullandıkları sosyal medya kanallarıyla birleşmesinin idolleştirilen kimliğe zarar verebileceği düşüncesinin oluşması mümkün görünmektedir. Dolayısıyla bu türden bir çekinceyi de, anonimlik meselesi içerisinde değerlendirmek gerekmektedir.

Oyunda yer alan avatar ve sosyal medya eşleştirme özelliğini, sosyal medya aracılığıyla başka bir medya kanalı ile iletişim kurma pratiğinin tipik örneklerinden bir tanesi olarak yorumlamak mümkündür. D'heer ve Verdegem (2013) sosyal medya aracılığıyla başka bir medya kanalı ile iletişim kurma pratiğini Twitter ve 'De Zevende Dag' isimli bir televizyon programı üzerinden değerlendirdikleri araştırmalarında üç adet sosyal medya araştırma yöntemine yer vermişlerdir. Bu yöntemler şu şekilde sıralanmaktadır;

- Twitter mesajlarının içerik analizi
- Twitter üzerinden kullanıcılar arası iletişim ağı analizi
- Twitter kullanıcıları ile yapılan derinlemesine görüşmeler (s. 224, 225).

Bu analiz yöntemlerini Football Manager oyuncularının Twitter hesapları üzerinde kullandığımızda mesaj içeriklerinin ağırlıklı olarak; oyuncuların kariyer hikâyelerinin ve oyun deneyimlerinin oluşturduğunu söylemek mümkündür. Öyle ki, misyonu yalnızca kullanıcılardan gelecek başarılı ve ilginç kariyer hikâyelerini toplayarak, paylaşmak olan Football Manager Hikâyeleri ⁴¹ isimli bir resmi Twitter hesabı da bulunmaktadır. Twitter iletişim ağı analizinde ise kullanıcıların genellikle kendi oyun gruplarındaki kullanıcılar ile iletişime geçtiği görülmektedir. Bunun yanında, futbol kulüplerini mentionlayarak bu kulüplere oyunda tanıdığı oyuncuları transfer etmesi etmeleri için tavsiyeler veren önemli sayıda kullanıcı bulunmaktadır. Yapılan derinlemesine görüşmelerde Twitter hesabı ve avatarını eşleştiren oyuncuların, oyunun getirdiği bu yenilikten memnun oldukları gözlenmektedir. Görüşmeci 3 avatarını sosyal medya hesabıyla eşleştirmekten dolayı mutlu olduğunu belirtirken, bu özelliğin kendisine sunduğu avantajları şu şekilde anlatmaktadır;

Oyunda keşfettiğim futbolcuları gerçek hayatta da izlemekte ve sosyal medya aracılığıyla taraftarı olduğum futbol kulübüne tavsiye etmekteydim. Bu sayede taraftarı olduğum kulüp için bir şeyler yapabildiğimi hissetmek beni mutlu etmektedir (Erkek, 26, 17.08.2018).

Görüşmeci 3'ün ifadelerinden yola çıkarak Football Manager oyuncularının oyun içi emeklerini gerçek dünya için de bir yatırım olarak gördüklerini ifade etmek mümkündür. Oyuncuların yer yer gayri maddi emek, yer yer gerçek hayatta kazanca dönüşen oyun içi yatırımlar (zaman) sarf ederek oluşturdukları hem katılımcı hem de geliştirici olabildikleri Football Manager simülasyonu içerisinde hangi noktada oyuncu hangi noktada profesyonel çalışan oldukları tartışmalı bir konudur.

Daha önce değinilmiş olan, Görüşmeci 1'in yaşadığı oyun deneyimi ve kendini aynı zamanda üretici olarak konumlandığı oyuncu kimliği, günümüz kitle iletişim endüstrisinde tüm zamanlar iş saati haline geldiği (Smythe, 1977, s. 6) görüşünü doğrulamaktadır. Bu bağlamda, oyun oynarken aynı zamanda üretim sürecinin aktif bir çalışanı olan Football Manager oyuncularının oyun oynama deneyimlerini sosyo-ekonomik determinizm (Livingstone ve Press, 2006, s. 195) çerçevesinde de değerlendirmek mümkündür. Oyun deneyimini bu noktada yalnızca oyun oynamak

⁴¹ Sayfa adresi: <https://twitter.com/fmhikayeleri>

olarak değil profesyonel bir iş olarak da tanımlanabilmektedir. Buna bağlı olarak, oyuncu kimliği üre-tüketici bir konumdadır. Hatta bu işten maddi kazanç da elde edebilen oyuncular olduğu için playbour konumunda da yer alan Football Manager oyuncuları bulunmaktadır.

Football Manager oyunu avatar ve sosyal medya entegrasyonu sayesinde gerçekleşen oyun deneyimlerinin sosyal medya üzerinden sunumu oyunculara farklı sanal kariyer seçenekleri için de imkân yaratmaktadır. Örneğin bu sayede, oyuncuların oyun için harcadıkları emek sosyal medya platformlarında maddiyat dışında da karşılık bulabilmektedir. Oyunun sosyal medya bağlantısı sayesinde oyuncular kendi kanallarını kurarak yayınlar yapabilmekte ve bu yayınlardan maddi kazanç elde edebildikleri gibi arkadaş topluluklarıyla da bağ kurarak sosyal yaşantılarına da yatırım yapabilmektedir. Görüşmeci 2'nin avatar ve sosyal medya eşleşmesini şu şekilde değerlendirmektedir;

Oyunun sosyal medya bağlantısını aktif olarak kullanmaktayım. Bu şekilde oyundaki tecrübelerimi insanlarla paylaşabilmekteyim. Ayrıca, sosyal medya üzerinden diğer oyuncuların yaptıkları yayınları takip etmekte, düzenledikleri organizasyonlara katılmaktayım. Bu şekilde hem kendimi oyunda geliştirmekte hem de sosyal çevremi genişletmekteyim (Erkek, 30, 07.09.2018).

Görüşmeci 2'nin aktardıkları, Football Manager için harcanan oyun içi emeğin sosyal bir yatırım olarak değerlendirilmesinin mümkün olduğunu göstermektedir. Ancak oyunun sosyal medya bağlantısına karşı mesafeli duruş sergileyen oyuncular da bulunmaktadır. Örneğin; Görüşmeci 5 sosyal medya bağlantısının menajerlik oyununun alışıl gelmiş yapısını bozduğuna değinirken, kendisinin bu özellik ile ilgili tercihini şu şekilde açıklamaktadır;

Uzun yıllardır menajerlik oyunlarını oynayan bir oyuncu olarak, sosyal medya bağlantısının oyunun doğasına aykırı olduğunu düşünmekteyim. Çünkü oyunda başarılı olmak için kendi özgün stratejilerinizi üretmeniz gerekmektedir. Ancak oyunun sosyal medya ayağında oyunda işe en çok işe yarayan taktikler, en çok gelişen genç futbolcular gibi oyunda sizi kısa yoldan başarıya götürecek hileler paylaşılmaktadır. Bu tür kısa yollara başvurmak için oyunda taktik oluşturmayı bilmeyen amatör oyuncular başvurmaktadır. Ben bu nedenle eski sürümleri güncelleyerek oynamayı tercih etmekteyim. Çünkü her yeni sürüm menajerlik oyunlarının doğallığına zarar vermektedir (Erkek, 35, 01.08.2018).

Görüşmeci 5'in oyunun sosyal medya entegrasyonu ile ilgili yapmış olduğu yorumda, bu durumun oyuncuyu oyunu kazanmak için kısa yollara sevk ettiğine yönelik bir eleştiri bulunmaktadır. Görüşmeci 5 bu durumu oyun içi hile olarak tanımlamaktadır. Çalışmanın I. Bölümünde yer alan *Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar: Avatar ve Oyun İçi Emek* başlığında değinildiği üzere; Consalvo oyunda hile kavramını, uygulayan kişiye haksız bir şekilde avantaj sağlayan uygulama olarak tanımlanmıştır. Consalvo (2005) oyuncuların oyunlarda hile yöntemine başvurmalarının arkasında yatan motivasyonları şu şekilde açıklamaktadır;

- Oyun içerisinde bir leveli geçebilme ya da bir görevi gerçekleştirebilme konusunda yaşanan tıkanma, sıkışma durumu,
- Oyunda yenilmez ve güçlü olmanın verdiği haz,
- Oyun anlatı yapısının içerisinde hızlı bir şekilde ilerleyebilme imkânı,
- Diğer oyunculara karşı üstünlük kurma (s. 10-11).

Consalvo'ya göre (2005) çoklu oyunculu oyunlar hile unsurunun en az görüldüğü oyun kategorilerinden bir tanesi olarak görülmektedir. Bu tür oyunlarda hile yapan oyuncuların ağırlıklı olarak aimbot ya da hack kodları gibi hile yöntemlerini kullandıkları belirtilmektedir (s. 6). Football Manager oyunu içerik yapısı itibariyle oyun içi hile davranışlarına oldukça sınırlı durumda imkân tanıyan bir oyundur. Çünkü Consalvo'nun (2007) da hile unsuru olarak tanımlamış olduğu hile kodları mevcut değildir (s. 91). Bununla birlikte, oyunun yapısı aimbot ya da hack kodları gibi hile yöntemlerini kullanmaya da olanak tanımamaktadır. Football Manager oyunu, oyuncunun özgün stratejileri ile başarının amaçlandığı bir yapıda olduğundan, Görüşmeci 5, oyuncuların, sosyal medya platformlarında oyun ile ilgili paylaşılan stratejileri kendi sanal kariyerlerini geliştirmek için kullanmasını bir tür hile yöntemi olarak nitelemektedir. Dolayısıyla, sosyal medya entegrasyonunun, sanal kariyerler üzerinde haksız avantaj sağlama durumuna sebebiyet verdiğini düşünmektedir. Ayrıca kendi özgün stratejilerini üretmek yerine oyununun sunmuş olduğu yeni imkânlar aracılığıyla daha kolay yoldan strateji ürettiğini düşündüğü oyuncu grubunu "amatör" olarak nitelemektedir. Ancak, çevrimiçi platformlarda paylaşılan tecrübelerin kullanımının tüm Football Manager oyuncuları tarafından bir tür hile olarak görüldüğünü söylemek mümkün değildir. Örneğin, Görüşmeci 6, oyun ile ilgili diğer

çevrimiçi platformlarda paylaşılan içeriklerin kullanımına yönelik bakış açısını şu şekilde beyan etmektedir;

Football Manager'ın her yeni sürümüyle birlikte taktik sistemleri de güncellenmektedir. Bloglardan bu taktik sistemlerle ilgili bilgi ve görüş de almaktayım. Bu iki yönüyle etkileşim alanlarının sanal kariyerime olumlu katkı yaptığını söyleyebilirim. Bu durumun oyunu kolaylaştırdığını düşünmüyorum. Gerçek futbol dünyasında da menajerler birbirlerinin stratejilerinden esinlenerek kendi stratejilerini oluşturmakta. Bu yönüyle, çevrimiçi ortamlarda yer alan taktik ve stratejilerden yararlanmanın oyunu kolaylaştırdığını düşünmüyorum çünkü rakiplerim de bu bilgilerden yararlanabilirler (Erkek, 25, 03.09.2018).

Görüşmeci 2, Görüşmeci 5 ve Görüşmeci 6'nın değerlendirmelerinden hareketle, oyunun çevrimiçi platformlarla etkileşiminin artmasının oyuncuların sanal kariyerlerine olumlu yansıdığı konusunda bir görüş birliği olduğundan söz etmek mümkündür. Ancak diğer çevrimiçi platformlarla kurulan ilişki sonucunda ortaya çıkan oyuncuların "yararlanma" durumunun hile olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği konusunda görüş ayrılıkları mevcuttur. Çalışmanın I. Bölümünde *Sanal Kariyeri İnşa Eden Kavramlar: Avatar ve Oyun İçi Emek* başlığında ele alınan, Consalvo'nun oyuncuların hileye yönelik yaklaşımlarına göre sınıflandırmış olduğu oyuncu grupları düşünüldüğünde; Görüşmeci 5'in kendi oyun içi çabası dışında kalan tüm yardımcı faktörleri hile olarak kabul etmesiyle 1.Grup içerisinde, Görüşmeci 6'nın da kullanılan kısa yolların rakipler tarafından da kullanılabilir oluşuna ve bu nedenle bu durumu hile olarak nitelendirmemesiyle 3. Grup içerisinde değerlendirilmelerinin mümkün olduğu görülmektedir. Bu durum, aynı oyun yapısı içerisinde oynasalar da, Football Manager oyuncularının oyun içi hile konusunda farklı gruplandırmalar içerisinde yer alabileceğini göstermektedir.

Football Manager yeni sürümleri ile geliştirmiş olduğu avatar ve sosyal medya entegrasyonu seçeneği ile diğer çevrimiçi ağlarla oyuncu arasındaki etkileşimi artırmıştır. Bu durumun sonucunda, Görüşmecilerin de değinmiş olduğu gibi oyuncular, oyun içi tecrübelerini farklı çevrimiçi platformlara daha rahat bir şekilde aktarabilmekte ve aktarılan bu tecrübeler sanal kariyerini geliştirmek isteyen diğer Football Manager oyuncuları tarafından kullanılmaktadır. Bu nedenle, Football Manager oyuncularının sanal kariyerlerinin izlerini sürebilmek için oyun dışında birbirleriyle etkileşim kurdukları diğer çevrimiçi platformlardaki deneyimlerini de irdelemek gerekmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın bir sonraki başlığında, Football Manager oyuncularının oyun dışında kalan etkileşim alanları ile kurdukları ilişki değerlendirilecektir.

2.4.5. Zorunlu Ortaklıktan Gönüllü Ortaklığa: Football Manager Oyuncularının Etkileşim Alanları

Football Manager oyuncuların çevrimiçi bir araya geldikleri pek çok topluluk bulunmaktadır. Oyun blog sayfaları bu alanlardan bir tanesidir. Teknoloji ve çevrimiçi seçeneklerin ilerlemesiyle, Football Manager *Steam*⁴² çevrimiçi oyun ağı üzerinden oynanmaktadır. Steam sayfası içerisinde bulunan oyun blog sayfası Football Manager oyuncularının yaygın olarak kullandıkları etkileşim alanlarından bir tanesidir. Coşkun ve Öztürk 2016 tarihli *Steam Dünyası: Dijital Oyun Bloglarına Yönelik Bir Değerlendirme* adlı çalışmalarında 27.05.2016-10.06.2016 tarihleri arasında Steam Topluluğu'nda yer alan dijital oyun blog sayfaları analiz etmiştir. Steam'de oynanma sıklığına göre dijital oyun sayfalarının sıralandığı bu çalışmada Football Manager oyun blog sayfası 16. Sırada yer almaktadır (s. 690).

Edward Castronova, dijital oyun ortamlarında çevrim içi gruplar kurmanın gerekliliğine dikkat çekmekte ve bu grupları çeşitli eşyalar, oyun parası gibi oyun dünyasındaki kaynak kıtlığını paylaşmak amaçlı “zorunlu ortaklık” olarak tanımlamaktadır (Aktaran: Binark ve Bayraktutan-Sütcü, 2009, s. 287). Football Manager oyuncularının zorunlu ortaklıklar kurdukları başlıca etkileşim alanlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Oyun blogları
- Çevrimiçi sözlük platformları (Özellikle Ekşi Sözlük)
- Twitter
- Football Manager forumları
- YouTube
- Twitch TV

⁴² **Steam:** Valve Corporation tarafından geliştirilen, bir dijital dağıtım, dijital hak yönetimi, çok oyunculu oynanış ve iletişim sunan platformdur. Oyunların geniş çapta dağıtımı ve onlarla ilgili çoklu ortamların tamamen internet üzerinden yayılımı için kullanılmaktadır.

Görüşmeci 6, Football Manager oynarken, diğer çevrimiçi etkileşim alanlarını nasıl eşanlı kullandığını şu şekilde aktarmaktadır;

Oyunu oynarken, oyun bloglarını ve Ekşi Sözlük platformunu eş zamanlı olarak takip etmekteyim. Football Manager oyun bloglarında ve Ekşi Sözlük'te tavsiye edilen genç ve keşfedilmemiş oyuncularını oyunda kendi takımına almaktayım. Ayrıca, Football Manager'ın her yeni sürümüyle birlikte taktik sistemleri de güncellenmektedir. Bloglardan bu taktik sistemlerle ilgili bilgi ve görüş de almaktayım. Bu iki yönüyle etkileşim alanlarının sanal kariyerime olumlu katkı yaptığını söyleyebilirim (Erkek, 25, 03.09.2018).

Görüşmeci 6'nın yorumları çevrimiçi etkileşim alanları ve Football Manager oyuncu deneyiminin farklı platformlar olmasına rağmen bir arada kullanılabildiğini ve çevrimiçi etkileşim alanlarının sanal kariyeri besleyen bir yapıda olduğunu göstermektedir. Oyun bloglarına, forumlara ya da sözlük platformlarına da yazan yazarların Football Manager oyuncuları olduğu ve deneyimlerini aktardıkları düşünüldüğünde, oyun içi ağda "zorunlu" olarak başlayan ortaklığın çevrimiçi diğer sosyal ağlarda "gönüllü" ortaklığa dönüştüğünü görmek mümkündür.

Football Manager oyuncularının etkileşim alanlarının yalnızca sanal kariyerini besleyen tek yönlü bir kullanım pratiği olduğunu söylemek doğru değildir. Oyun kariyerlerini etkileşim alanında paylaşarak sosyal çevresini geliştiren ya da maddi kazanç elde eden Football Manager oyuncuları da bulunmaktadır. Görüşmeci 4, Football Manager etkileşim alanlarının sosyal hayatına getirilerini şu şekilde özetlemektedir;

Football Manager ağı ve oyun forumlarında tanıştığım insanlarla bir süre sonra sosyal yönden de arkadaşlıklar geliştirdik. Özellikle forumlarda geliştirdiğim sosyal çevrede, zaman zaman kahvaltı, piknik gibi bir takım aktivitelere katılarak sosyal hayatıma da yatırım yaptığımı düşünüyorum (Kadın, 23, 17.08.2018).

Görüşmeci 4'ün aktardıkları, Football Manager oyuncu deneyiminin etkileşim alanlarıyla birleşmesiyle aynı zamanda sosyal bir yatırıma da dönüşebildiğini göstermektedir. Bunu destekler bir şekilde, özellikle Ekşi Sözlük platformunda yayınlanan Football Manager oyun deneyimlerinden ilgi çekici olanları Ekşi Sözlüğün kaliteli içerikleri için referans olan *Ekşi Şeyler* platformuna taşınabilmekte ve sözlüğün YouTube kanalı *Pena*'ya canlandırma yoluyla eklenmektedir. Bu şekilde, ilgili hikâyeyi paylaşan sözlük yazarı sözlük içinde ve çevrimiçi ortamda popülariteye

ulaşabilmektedir. Bu yönden, çevrimiçi dünyadaki en ilgi çekici içeriklerden bir tanesini *Life is Drunk* adlı bir Ekşi Sözlük yazarının 2014 senesinde oluşturduğu *cm maçlarını takım elbise giyerek izlemek*⁴³ adlı içerik oluşturmaktadır. İlgili içerik, Ekşi Şeyler ve Pena video kanallarına da taşınmış ve internet ortamında oldukça önemli bir popülerite kazanmıştır. İlgili içerik ayrıca, Football Manager oyun oynama deneyimiyle ilgili de oldukça önemli referans vermektedir.

Çalışmanın II. Bölümünde yer alan *Football Manager Oyuncularına Dair* başlığında, ele alındığı gibi, Football Manager oyuncuları, Football Manager oyunu aracılığıyla futbol dünyasında profesyonel olarak çalışabilmekte ve maddi gelir elde edebilmektedir. Ancak, Football Manager'ın maddi kazanca dönüşen oyun içi emeği yalnızca futbol dünyasıyla sınırlı değildir. Görüşmeci 3, Football Manager aracılığıyla maddi kazanç sağlama pratiklerini şu şekilde açıklamaktadır;

Football Manager oyun yayınları, oyununun kitleleri tarafından ilgiye takip ediliyor. Ben de YouTube'da takım değerlendirmesi yapıp yayınlamaktayım. Twitch TV'de ise Football Manager oynarken zaman zaman yayın yapmaktayım. Başlangıçta sadece eğlenme amaçlı yaptığım bu yayınlardan çok yüksek olmasa da maddi kazanç elde etmeye başlamış bulunmaktayım (Erkek, 26, 17.08.2018).

Görüşmeci 3'ün oyun ve yayıncılık tecrübesi göz önünde bulundurulduğunda, Football Manager'ın çevrimiçi diğer etkileşim alanlarıyla entegrasyonunun da oyun içi emekten maddi kazanç sağlama durumuna katkıda bulunduğunu belirtmek mümkündür. Görüşmeci 3'ün yayıncılık tecrübesine benzer bir şekilde, Football Manager ile ilgili YouTube ve Twitch TV yayını yapan ünlü isimler de bulunmaktadır. Bu isimlere örnek olarak, Türkiye A Milli Takımı ve Fenerbahçe'nin eski futbolcusu Serhat Akın'ı göstermek mümkündür. Akın açmış olduğu YouTube⁴⁴ ve Twitch TV⁴⁵ kanalında Football Manager oynamakta ve oyun tecrübelerini canlı olarak çevrimiçi ortama aktarmaktadır. Football Manager oyuncu deneyimi çevrimiçi platformların yanı sıra çevrimdışı platformlarda da yayınlanmaya başlamıştır. 2018 yılında *Tivibu Spor* adlı

⁴³ İlgili içeriğin Ekşi Sözlük Linki: <https://eksisozluk.com/entry/40232603> (ayrıca ilgili linkten, paylaşımın Ekşi Şeyler ve Pena linklerine de ulaşmak mümkündür)

⁴⁴ Serhat Akın'a ait YouTube Kanalı:

<https://www.youtube.com/channel/UCkfPtEHgHNPWKhSnVRW-otg>

⁴⁵ Serhat Akın'a ait Twitch TV Kanalı:

<https://www.twitch.tv/serhatakin/clip/RelatedHandsomeMoonWow>

televizyon kanalında, Spor Yorumcusu Ali Ece'nin hazırladığı *Maç Masası*⁴⁶ adında Football Manager oyun deneyimlerini yayınladığı bir program yayın hayatına başlamıştır.

Tüm bu örneklerden hareketle, Football Manager oyun oynama deneyiminin çevrimiçi diğer etkileşim alanlarına ve çevrimdışı kaynaklara rahatlıkla aktarılabilirliğini belirtmek mümkündür. Bu aktarımların; sanal kariyer, profesyonel kariyer, maddi kazanç ve sosyal yaşam gibi pek çok faktöre de aynı anda temas edebildiğini gözlemlemek mümkündür. Böylelikle, Football Manager oyuncularında oyun ağı içerisinde kurulan zorunlu ortaklık, çevrimiçi diğer platformlar ve çevrimdışı dünyada “gönüllü” bir çeşit ortaklığa dönüşmektedir.

⁴⁶ Maç Masası Program kayıtlarının yer aldığı YouTube linki:
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLfTeIW4UCX2wiAyQK082UxcmOINoDI63C>

SONUÇ

Huizinga tarafından kültürden eski olarak tanımlanmış olan oyun kavramı, uyum sağlayıcı bir mekanizma olarak insanlık tarihinden günümüze kadar dönüşmüş, gelişmiş ve birçok farklı formda karşımıza çıkmıştır. Yakın dönemde, teknolojinin ve bilişim olanaklarının gelişmesiyle dijital oyunlar hayatımıza dâhil olmuş ve oyun oynama pratiklerini sanal dünyaya taşımıştır. Hasan Akbulut (2009) oyunların dönüşüm sürecini şu şekilde aktarmaktadır:

İster geleneksel ister dijital olsun, oyun, insanın hayatı anlamlandırdığı bir özgür zaman etkinliğidir. Oyunlar, çapı gereksinimlerine göre değişmekte ve çeşitlenmektedirler. Günümüzde, sokakta oynanan oyunların türünde büyük bir azalma olduğu, geleneksel oyunların birer birer yok olduğu ve bunun yerini bireylerin kapalı alanlarda (ev, internet kafe gibi) oynadığı dijital oyunların aldığı artık bilinen bir gerçekliktir. Yaşanan teknolojik, ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel değişimler, yalnızca oyunların türlerini değil, aynı zamanda oyun oynama biçimlerini, oyuncu deneyimlerini de değiştirmiştir (s. 74).

Oyun oynayan insanın sanal dünya ve bu dünyanın getirdiği olanaklar ile etkileşimi, oyun oynama deneyimlerinin değişmesine neden olmuştur. Football Manager oyunu sunduğu gerçek dünyaya dair futbol simülasyonu ile ilk sürümünden günümüze giderek büyüyen bir oyuncu kitlesine sahip olmuştur. Football Manager oyunu oyuncuların oyuna duymuş oldukları bağlılık ve giderek artan oyuncu kitlesi, Football Manager'ın dijital oyunlar ile birlikte oyun dünyasına giren farklı oyun oynama deneyimlerinin izlerinin sürülebileceği oyunlardan bir tanesi olduğuna işaret etmektedir. Bu bağlamda çalışmada, dijital oyun kavramı, getirmiş olduğu yenilikler ve bunların ışığında değişen oyun oynama deneyimlerine dair literatür Football Manager oyunu özelinde analiz edilmiştir. Analiz yapılırken; otoetnografi, katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşme yöntemlerinden faydalanılmıştır. Öncelikle, otoetnografik bölümde çalışmanın yazarı alandaki konumunu ve oyun oynama deneyimini özdüşünsel bir yaklaşımla ele almıştır. Daha sonra katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmelerden elde edilen veriler çalışmanın 1. Bölümünde inşa edilen kavramsal set çerçevesinde değerlendirilmiştir. Buna göre öncelikle Football Manager oyuncuların dijital habitusları ve oyuncu türevleri analiz edilmiştir. İlgili analiz sonucunda Football Manager oyuncularını tek ya da kısıtlı bir türevlerde kısıtlamanın doğru olmayacağı,

oyuncuların sahip oldukları oyun oynama deneyimlerine göre birçok farklı oyuncu türü içinde yer alabileceği görülmüştür. Football Manager oyuncularının pek çok oyuncu türünün özellikleriyle bağdaşabilmesi, oyun oynama deneyiminin de çok yönlü olduğuna dair ipucu vermektedir.

Football Manager oyuncuları oyuna yönelik motivasyonları açısından değerlendirildiğinde, oyun ile ilgili pek çok birbirinden farklı unsurun oyuncuların motivasyonları üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Bu noktada, çevrimiçi normların çevrimdışı dünyaya taşınması olarak adlandırılan metinsel determinizm kavramı ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte, Football Manager oyununun, kullanıcı için üretici ve playbour rollerine imkan sağlaması, oyuncular tarafından önemli bir motivasyon aracı olarak tanımlanmıştır. Oyunun anlatı yapısı, stratejik yapısı ve futbol ortamlarına kıyasla eril hâkimiyetten daha uzak oluşu gibi faktörler de oyuncular tarafından Football Manager oyununu tercih etme sebepleri olarak değerlendirilmiştir. Football Manager oyunu, gerçek futbol dünyasının simülasyonunu sunan bir oyun deneyimi vaat etmektedir. . Bu nedenle çalışmada, simülasyon ekseninde oyuncu deneyimini ele almak bir gereklilik olarak görülmüştür. Simülasyon çerçevesinde değerlendirildiğinde, Football Manager'ın kullanıcıların aynı zamanda içeriği yeniden ürettiği sibermetinsel kurguya sahip olmasından dolayı üre-tüketici olarak konumlanabileceği tespit edilmiştir. Ayrıca, oyunun gerçek olanı sanal dünyaya taşıırken, sanal dünyaya ait olan eğlenme pratiklerini de gerçek hayata taşıyabildiği saptanmış ve oyuncular için gerçek ile sanalın ayrımını zorlaştıran bir oyun oynama deneyimi vaat ettiği sonucuna varılmıştır. Oyunun simülatif yapısının ayrıca, oyuncular tipolojik farklılıklar oluşturduğu kanısına varılmıştır. Son olarak simülatif yapısı sayesinde, Football Manager'ın oyuncunun zihninde idolleştirdiği kişi gibi, oyuncuya gerçek yaşamda da o mesleği yapabilme olanağı tanıdığı görülmüş, bu yönüyle, oyunun sunduğu oynama deneyiminin yalnızca oyuncunun oyunda kendini tatmin etmesini vaat etmediği, gerçek hayatta da oyuncunun kendini gerçekleştirebilmesine olanak tanıdığı belirtilmiştir.

Football Manager'ın gerçek ve sanalın sınırlarını şeffaflaştıran oyuncu deneyiminin yansımaları, oyuncuların oyun avatari tercihlerinde de ön plana çıkmıştır. Oyuncuların avatari oyuna giriş için bir adımken, oyuncuların bu avatarlara yükledikleri anlam ile

avatarı persona haline dönüştürebildikleri gözlemlenmiştir. Oyunun sosyal medya bağlantı seçeneğinin de oyuncuların sanal kimliği oluşurken önemli bir yer teşkil ettiği görülmüştür. Oyuncuların sanal kimlikleri aracılığıyla Football Manager oyunu özelinde inşa ettikleri sanal kariyerin; gerçek futbol dünyasında iş bulma, Football Manager oyun geliştiricisi olarak çalışabilme, çevrimiçi diğer alanlarda maddi ya da gayri maddi emek sarf ederek futbol ve oyun dünyası adına çalışmak gibi profesyonel çalışma pratiklerine kapı açabildiği tespit edilmiştir. Böylelikle oyuncuların sanal kariyerlerinin aynı zamanda profesyonel bir kariyer olarak tanımlanabileceğine değinilmiştir.

Football Manager oyuncularının oyun blogları, sözlük platformları, Twitter, Football Manager forumları, YouTube ve Twitch TV gibi etkileşim ortamlarını oyunla eş zamanlı olarak kullandıkları ve oyun içerisindeki çevrimiçi ağlarda geliştirdikleri zorunlu ortaklıkları bu platformlarda gönüllü ortaklı seviyesine taşıdıkları görülmektedir. Çevrimiçi etkileşim alanlarının Football Manager ile entegrasyonunun ayrıca, oyuncunun sanal kariyerine ve profesyonel kariyerine iki taraflı bir katkı yaptığı saptanmıştır.

Özetle, tüm araştırma süreci sonucunda, Football Manager oyuncu deneyimine ait bulgular sunulmuş ve bu sayede, çalışmanın başında odaklanılan temel soruların tümü cevap bulmuştur.

KAYNAKÇA

- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Aarseth, E. (2004). *Genre Trouble: Narrativism and the Art of Simulation. First Person: New Media as Story, Performance and Game* (s.45-55). Cambridge, Massachusetts, London: MIT Press.
- Aarseth, E. (2003). *Playing Research: Methodological Approaches to Game Analysis*. spilforskning.dk Conference (s. 1-8).
- Adorno, T (2003). *Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken*. Cogito 36 - Adorno Özel Sayısı (s. 1-5).
- Akbulut, H. (2009). *Gelenekselden Dijitale, Mekandan Uzama Oyun Kültürü. Dijital Oyun Rehberi Oyun Tasarımı Türler ve Oyuncu* (s.25-83). İstanbul: Kalkedon.
- Albeck, J. ve M. Badler. (2002). *Handbook of virtual environments: design, implementation, and applications*. Boca Raton, FL: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- And, M. (1974). *Oyun ve Bügü*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Araboğlu, A. (2015). *Özdüşünümsel Bir Aktarım: Yazar/Çevirmenin Değişen Gerçeklik Anlayışı İçinde Memoirs of Halide Edip ve Mor Salkımlı Ev Örneği*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (s.139-152), 17(2).
- Ata, L. B. (2016). *Bir Güvenlikli Site Hikâyesi: Gündelik Hayatın Dönüşümüne Otoetnografik Yaklaşım*. Fe Dergi: Feminist Eleştiri (s.46-61) 8(2).
- Ayhan, B. ve Çavuş, S. (2014). *İzleyici Araştırmalarında Değişim: Kullanımlar ve Doyumlardan Bağımlılığa*. Selçuk İletişim, (s.32-60), 8(2).
- Aytekin, A. ve Tokdil, E. (2017). *Antroposofik Bağlamda Çağdaş Sanatta Otoetnografik Yöntem ve Otobiyografik Olgular*. Ulakbilge-Sosyal Bilimler Dergisi (s. 67-85), 5(9).
- Barmanek, B. ,Fidaner, I. Ve Merlin'in Kazanı (2009). *Dijital Oyun Kültürü Sözlüğü. Oyun Rehberi Oyun Tasarımı Türler ve Oyuncu* (s.349-366). İstanbul: Kalkedon.
- Bartle, R. (1996). *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit Muds*. Journal of MUD Research, (s.19-45), 1(1).
- Baudrillard, J. (2008). *Simulakrlar ve Simulasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G.(2008). *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon.

- Binark, M. (2014). Dijital Oyun Dünyası ve Yeni Toplumsallaşma Biçimleri. 05.11.2014.<http://www.aljazeera.com.tr/gorus/dijital-oyun-dunyasi-ve-yeni-toplumsallasma-bicimleri>
- Binark, M. ve Bayraktutan-Sütçü, G. (2009). Devasa Çevrimiçi Oyunlarda Türklüğün Oynanması: Silkroad Online’da Sanal Cemaat İnşası ve Türk Klan Kimliği. Dijital Oyun Rehberi: Oyun tasarımı, Türler ve Oyuncu. İstanbul: Kalkedon.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2011). Dijital Oyun Kültürü Haritasında Oyuncular: Dijital Oyuncuların Habitusları ve Kariyer Türevleri. Katılımın e-hali Gençlerin Sanal Alemi (s.303-330).
- Binark, M., Bayraktutan-Sütçü, G. ve Fidaner, I. B. (2009). Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu. İstanbul: Kalkedon.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. Yeni Medya Çalışmaları (s. 21-44). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bozan, N. (2014). Okul Öncesi Eğitimde Oyunun Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum). Erişim Adresi:http://earsiv.atauni.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1234/narin_bozan_tez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bourdieu, P. (1995). Pratik Nedenler. İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Buro, M. (2003). Real-time strategy games: A new AI research challenge. IJCAI (s.1-3).
- Branigan, E. (1992). Narrative Comprehension and Film. London&Newyork: Routledge.
- Caillois, R. (1994). Oyunun Tanımı. Sanat Dünyamız – Üç Aylık Kültür Dergisi, 55.
- Castronova, E. (2007). Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games. Chicago, USA: Univ. of Chicago Press.
- Consalvo, M (2007). Cheating: Gaining Advantage in Videogames. Cambridge, Massachusetts, London: MIT Press.
- Consalvo, M (2005). Gaining Advantage: How Videogame Players Define and Negotiate Cheating. Digital Games Research Conference (s.1-7).
- Consalvo, M. (2005). Rule Sets, Cheating, and Magic Circles: Studying Games and Ethics. International Review of Information Ethics (s.7-12), 4.
- Costikyan, C. (2002). I Have No Words & I Must Design: Toward a Critical Vocabulary for Games. Computer Games and Digital Cultures Conference (pp. 9–33). Tampere:Tampere University Press.

- Coşkun, E. ve Öztürk, M. (2016). Steam Dünyası: Dijital Oyun Bloglarına Yönelik Bir Değerlendirme. Gümüşhane Üniversite İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (s. 677-702), 4(2).
- Crawford, C. (1982). *The Art of Computer Games Design*. New York: McGraw-Hill.
- Crawford, G. (2006). The cult of Champ Man: the culture and pleasures of Championship Manager/Football Manager gamers. *Information, Communication & Society* ,9(4).
- Crnkovic, D. ve Larsson, T. (2005). Game Ethics - Homo Ludens as a Computer Game Designer and Consumer. *International Review of Information Ethics* (pp.19-23), 4.
- Çalışkan, N. (2012, Kasım). Football Manager sayesinde teknik direktör oldu. Habertürk. Erişim Adresi: <https://www.haberturk.com/ekonomi/teknoloji/haber/796917-football-manager-sayesinde-teknik-direktor-oldu#>
- Çaylı Rahte, E. (2018). Türkiye’de Medya Etnografisi Yapmak: Alanın Gelişimi ve Seyrine Eleştirel Bir Bakış. *Mülkiye Dergisi* (s. 593-638), 42(4).
- Demirbaş, Y. (2017). Oyun Çalışmalarında Dijital Anlatı ile Oyun Biçimi Karşıtlığı Ekseninde Süren Tartışmalara Farklı Bir Bakış. *Moment Dergi* (s. 352-373), 4(2).
- Dijital Oyunlar Raporu (2017).
- Denizel, D. (2012). Sanatın Yeni Evresi Olarak Bilgisayar Oyunları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (s.107-144) .
- D’heer, E. ve Verdegem, P. (2013). What Social Media Data Mean for Audience Studies: A Multidimensional Investigation of Twitter Use During a Current Affairs TV Programme. *Information, Communication & Society* (s. 221-234), 18(4).
- Ellis, C. , Adams, T. ve Bocshner, A. (2011). Autoethnography: An Overview. *Forum: Qualitative Social Research*, 12(1).
- Eren, C. (2017). Johan Huizinga Ve Oyun Kuramı: Oyun Oynamak Ciddi Bir İştir. 04.09.2017, https://www.papiroom.net/525752564955_johan-huizinga-ve-oyun-kurami-oyun-oyunamak-ciddi-bir-istir
- Eryılmaz, B (Aralık, 2013). Miles Jacobson: "Tuncay FM'de çok işime yaramıştı". Erişim adresi: <https://www.goal.com/tr/news/3547/no->

use/2012/11/06/3507138/goalcom-%C3%B6zel-miles-jacobson-tuncay-fmde-%C3%A7ok-i%C5%9Fime-yaram%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1

- Eskelinen, M. (2012). *Cybertext Poetics: The Critical Landscape of New Media Literary Theory*. London: The Continuum International Publishing Group.
- Ferhat, S. (2016). Dijital Dünyanın Gerçekliği, Gerçek Dünyanın Sanallığı Bir Dijital Medya Ürünü Olarak Sanal Gerçeklik. TRT Akademi, (s.724-746), 1(2).
- Filiz, N. , Erdemli, A. , Yorulmazlar, M. (2017). Bernard Suits'in Oyun ve Spor Anlayışı Üstüne. Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi (s. 21-29), 2(2).
- Fish, S. (1980). *Is There a Text in this Class?: The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge: Harvard University.
- Frasca, G. (2003). Ludologists love stories, too: notes from a debate that never took place. Paper presented at the Level Up - Digital Games Research Conference, eds. Copier & Raessens, Utrecht University & Digra, Utrecht.
- Fuchs, C. (2011). Cognitive Capitalism or Informational Capitalism? The Role of Class in the Information Economy. In *Cognitive Capitalism, Education and Digital Labor* (s.75-119). New York: Peter Lang.
- Fung, A. (2016). *Global Game Industries and Cultural Policy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve Bireysel Kimlik, Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. İstanbul: Say Yayınları.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Groos, K. (1976). *The Play of Animals*. New York: Arno Pr.
- Gündüz, U. (2011). Kitleli Katılımlı Çevrimiçi Rol Yapma (MMORPG) Oyunlarının Ergenlerdeki Etkileri Üzerine Bir Bağımlılık Araştırması. Marmara İletişim (s. 102-125), (18).
- Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: Dijital Habitus. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (s.82-103), 4(1).
- Güzel, M. (2015). Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi* (s. 65-84), 19
- Hancock, H. ve Ingram, J. (2007). *Machinima For Dummies*. Indiana: Wiley Publishing Inc.
- Hemminger, E. (2009). *The Mergence of Spaces Experiences of Reality in Digital RolePlaying Games*. Edition Sigma: Almanya.

- Henricks, T (2008). The Nature of Play. *American Journal of Play* (s. 157-180), 1(2).
- Herman, D., Jahn M. ve Ryan, M.(2005) *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. Londra: Routledge.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet*. Londra: Bloomsbury Academic.
- Gürses, F. (2015). Digital Oyunlarda Hegemonyanın İnşası ve Kültür Endüstrisi. *International Trends & Media Conference ITICAM 2015* (s. 486-505).
- Huizinga, J. (2018). *Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir İnceleme*. Ankara: Dorlion.
- Isdale, J. (2002). *Handbook of virtual environments: design, implementation, and applications*. Boca Raton, FL: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Işığın, A. (2016). *Oyun Katmanları*. 02.05.2016
<https://oyuntasarimiblog.wordpress.com/author/includebugz/>
- İnce, G. (2010). *Medya ve Toplumsal Hafıza. Kültür ve İletişim* (s. 9-29) 13(1).
- İskender, Ö. (2015). *Çevrimiçi Oyun Oynama Motivasyonları ve Oyuncuların Bireysel Değerleri: Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Açısından Bir Değerlendirme*. (Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Jenkins, H. (2004). *Game Design as Narrative Architecture*. *Computer* (s.118-130).
- Juul, J. (2004). *Introduction to Game Time*. In *First Person: New Media as Story* (s.131-142).
- Kaplan, M. Y. (2009). *Oyun Uzmanlığı: Profesyonel Bir Kariyer*. *Dijital Oyun Rehberi Oyun Tasarımı Türler ve Oyuncu* (s.225-229). İstanbul: Kalkedon.
- Karadeniz O. Ö. (2017). *Oyun İncelemelerinde Ludoloji - Narratoloji Tartışması ve Alternatif Kuramsal Arayışlar*. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (pp. 57-78), 27.
- Kara, U. , Y. (2018). *Video Oyunlarında Zaman ve Mekân: Bir Taslak*. *Moment Dergi* (s. 31-56), 5(1).
- Katz, E. , Blumler, J. G. Ve Gurevitch, M. (1973) *Uses and Gratification Research*. *Public Opinion Quarterly* (s.509-523), 37(4).
- Kaymas, S. (2017). *Gerçekten Bedava Mı? Sosyal Paylaşım Sitelerinde Meta Olarak Oyun ve Maddi Olmayan Emek Diyalektiğine Dair Bir Not*. *Global Media Journal TR Edition* (sf. 208-232), 8(15).
- Kerr, A (2017). *Global Games: Production, Circulation and Policy in the Networked Era*. New York: Routledge.

- Klopfer, E., Osterweil, S., ve Salen, K. (2009). Moving learning games forward. Cambridge, MA: The Education Arcade.
- Laxton, S (2019). Surrealism at Play. Durham: Duke University Press.
- Laurel, B. (2014). Computer As Theatre. Boston: Addison-Wesley.
- Manovich, L. (2001). The Language of New Media. Cambridge: MIT Press.
- Marchand, A ve T. Hennig-Thurau (2013). Value Creation in the Video Game Industry: Industry Economics, Consumer Benefits, and Research Opportunities. Journal of Interactive Marketing (s. 141-157), 27.
- Mcphillips, S. ve Merlo, O. (2008). Media Convergence And The Evolving Media Business Model: An Overview And Strategic Opportunities. The Marketing Review, (s.237-253), 8 (3).
- Metin, O. ve Karakaya, Ş. (2017). Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (pp.109-121), 19(2).
- Morawska, E. (1997). A Historical Ethnography in the Making. Historical Methods (s.55), 3(11).
- Murray, J. (2015). The Last Word on Ludology v Narratology in Game Studies. DiGRA 2005 Conference.
- Nitche, M (2007). Mapping Time in Video Games. DiGRA 2007 Conference, (s. 145-151).
- Oskay, Ü. (2000). XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri – Kuramsal Bir Yaklaşım. İstanbul: Der Yayınları.
- Öksüz, C. (2017). Oyun Kuramı Bağlamında Roberto Benigni'nin Hayat Güzeldir Adlı Filminin İncelenmesi. Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (pp. 51-76), 1(1).
- Özsöz, C. (2007). Pratik, Kültür, Sermaye, Habitus ve Alan Teorileriyle Pierre Bourdieu Sosyolojisi.
- Öztürk, M. (2018). Oyunun Tarihsel Geçmişi. 11.10.2018, <http://www.tugbacansali.com/oyunun-tarihsel-gecmisi/>
- Pala, F.K. ve Erdem, M. (2011) Dijital Oyun Tercihi ve Oyun Tercih Nedeni ile Cinsiyet, Sınıf Düzeyi ve Öğrenme Stili Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Çalışma. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (pp.53-71), 12(2).

- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde “Habitus”, “Sermaye” ve “Alan” Üzerine. *Liberal Düşünce* (pp.121-141), 16(61-62).
- Papacharissi, Z. (2008). Uses and Gratifications. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (s.137-152).
- Piaget, J. (1962). *Play, Dreams, and Imitation in Childhood*. New York: W.W. Norton.
- Press, A ve Livingstone, S. (2006). Taking audience research into the age of new media: old problems and new challenges. Mimi White ve James Schwoch, (Der.), içinde, *The Question of Method in Cultural Studies* (pp. 175-200). Oxford: Blackwell.
- Reed-Danahay, D. (1997). *Auto/ethnography: Rewriting the Self and the Social*. Oxford: Berg.
- Salen, K. ve Zimmerman, E. (2006). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Savcı, B. (2015). Yeni Medyada Hikâye Anlatıcılığına Doğru: Kişisel Webloglarında Vladimir Propp'un Biçimsel Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Sayılgan, Ö. (2014). Etkileşimli Drama Olarak Dijital Oyunların ve ‘Etkileşimliliğin İdeolojisi’ Bağlamında Oyuncu Alımlama Pratikleri. (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Sepetçi, T. (2017). Dijital Oyunlar, Dijital Oyuncular: Karşı Hegemonya Pratikleri ve Sosyal Etkileşim. (Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Sezan, S. (2016). İnsan Ve Oyun Oyunların Dünü Bugünü Yarını. VIII. International Congress of Educational Research
- Sezen, T. , Sezen, D. (2011). Dijital Oyun Tarihinin Dönüm Noktaları. *Dijital Oyunlar* (s. 249-286).
- Sharma, M., Holmes, M. Santamaria, J., Irani,A., Isbell, C., Ram,A. (2007). Transfer Learning in Real-Time Strategy Games Using Hybrid CBR/RL.College of Computing Georgia Institute of Technology (pp.1041-1046).
- Sherry, J. ve Lucas, K. (2004). Sex Differences in Video Game Play: A Communication Based Explanatation. *Communication Research*, (s.499-523), 31(5).

- Smythe, D.W. (1977). Communications: Blinspots of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory* (s.12-30), 1(3).
- Sutton-Smith, B. (1997). *The Ambiguity of Play*. Cambridge: Harvard University Press.
- Stranger, M, (2016, Eylül). How an obsession with Football Manager could earn you a career in the game. *Guardian*. Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/football/the-set-pieces-blog/2016/sep/29/football-manager-2017-sport-plymouth-argyle>
- Sun, T. ,Zhong, B ve Zhang, J. (2006). Uses and Gratifications of Chinese Online Gamers. *China Media Research*, (s.58-63), 2(2).
- Şengün, S (Ekim 2014), Dijital Avatarlar İçin Semiyotik Bir Okuma ve Avatarların Dijital İletişimde Belirsizlik Azaltma Rollerini. *Dijital İletişim Etkisi Uluslararası Akademik Konferansı Bildiri Kitabı* (s. 33-44). İskenderiye Kitap: İstanbul.
- Şengün, S. (2015). Oyun Süreci ve Oyuncu Araştırmaları İçin Kalitatif Metodlar. 13.04.2015, <http://sercansengun.com/vot/oyun-sureci-ve-oyuncu-arastirmalari-icin-kalitatif-metodlar/>
- Şengün, S. (2015) “Sanal Hikaye Anlatıcılığı Çağında Yaşayan Bilimkurgu ve Fantastik Dünyalar Olarak Video Oyunları” in Şahin, S., Öztürk, B. ve Büyükarman, D.A. (Eds.) *Edebiyatın İzinde: Fantastik ve Bilimkurgu* (pp. 211-220). Bağlam Yayınevi: İstanbul.
- Tekerlek, N. (2006). Oyun Kavramı’ndan Drama’ya Drama’dan Dramatik Eğitim’e. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi* (pp. 47-73), 20.
- Tekin, H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi* (pp. 101-116), 3(13).
- Turan, A. E. (2013). *Yeni Medya Ortamlarında Üre Tüketim ve Katılım Olgusu: Ekşi Sözlük ve Okan Bayülgen’in Talk Show’unda Etkileşim*. (Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara). Erişim Adresi: http://acikerisim.baskent.edu.tr/bitstream/handle/11727/2870/Erdem%20Alper%20TURAN_Tez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Türkiyede ve Dünyada Dijital Oyunlar Sektörü Hakkında Genel Rapor (2013).
- Uğurel, I. ve Moralı, S. (2008). Matematik ve Oyun Etkileşimi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi* (s. 75-98), 28(3).

- Uyanık, F. (2013). Sosyal Medya: Kurgusalılık ve Mahremiyet. New Media Conference in Kocaeli University, (s. 1-17).
- Uzunoğlu, E. (2015). Yeni Medyada Dijital Emek Sömürüsü: Tüketiciden Üreticiye Yeni Medya, Yeni Sömürü Pratikleri. E-journal of Intermedia (s. 181-194), 2(1).
- Üzümkesici, B. (2009). Oyunun Tanımı ve Toplum Yaşantısındaki Yeri. 05.12.2009, <http://www.mimesis-dergi.org/2011/05/oyunun-tanimi-ve-toplum-yasantisindaki-yeri/>
- Wolf, M (2011) Theorizing navigable space in video games. DIGAREC Keynote Lectures (s. 18-48). Brandenburg: Potsdam University Press.
- Yalım, H. (2015). Oyun Oynayan İnsan ve Huizinga. 27.06.2015, <https://dunyalilar.org/oyun-oynayan-insan-ve-huizinga.html/>
- Yakut, O. (2011). Football Manager'ın 20 yıllık tarihi. <https://www.merlininkazani.com/football-managerin-20-yillik-tarihi-47345-oyungalerisi?sayfa=13>
- Yılmaz, E.ve Çağıltay, K. (2004). Elektronik Oyunlar ve Türkiye. TBD 21. Ulusal Bilişim Kurultayı (pp. 1-8).
- Yurdam, S. (2018). Alan Olarak Dijital Oyun, Çocuk Eyleyiciler ve Tahakküm: Clash Of Clans Oyunu Üzerine Bir İnceleme. Intermedia International E-Journal (s. 66-87), 5(8).

EK 1. Dijital Oyunlar ve Oyuncu Deneyimi Konularına Yönelik Yapılmış Araştırmalar

Dijital Oyunlar ve Oyuncular ile İlgili Türkiye’de Yapılmış Çalışmalar Tablosu

Aker, Ç. (2018) Oyuncu Deneyiminin Analizi: Farklı Oyun Platformlarında Oyuncu Deneyiminin Multimodal Değerlendirilmesi. (Doktora Tezi, Galatasaray Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Oyuncu deneyimleri ve oynanabilirlik kavramlarına, platform farkları özelinde odaklanan ve hangi yöntemlerin platformlar arası farklara işaret edebileceğini belirlemeyi amaçlayan bir çalışmadır. Çalışma ayrıca, multimodal bir değerlendirme ile platformlar arasındaki oyuncu deneyimlerindeki farklılıkları tanımlamayı ve sunmayı amaçlamakta, araştırma alanını ve oyun endüstrisini daha da geliştirebilecek potansiyele sahip platform farklılıkları açısından oyuncu deneyimini inceleyen bir yöntem seti sunmaya odaklanmaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kuramsal çerçevesi video oyunları, oyun platformları, oyuncu tecrübesi ve oynanabilirlik kavramları üzerine şekillendirilmiştir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Platform farklılıklarını bütünsel bir şekilde değerlendirmek için üç ardışık deneysel çalışma yapılmıştır; Kullanılabilirliğe dayalı değerlendirme, deneysel değerlendirme ve sezgisel değerlendirme. Testler esnasında iki ‘casual’ türde oyun (ilk çalışma için Fruit Ninja ve diğer iki çalışma için Plants vs Zombies oyunları) incelenmiştir.

Kösa, M (2018). Yeni Teknolojiler Kullanan Dijital Oyunlar için Oyuncu Kabulü ve Motivasyonu: Sanal Gerçeklik ve Yaygın Oyunlar Bağlamında Çoklu Teori Yaklaşımı. (Doktora Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Çalışmanın konusu dijital oyunların oyuncular için kabulü ve motivasyonlarıyla ilgili bilgi üretmek üzerine şekillenmektedir. Tezde bu bilginin üretilmesi için bir teknoloji kabul motivasyon modeli önerilmektedir.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kuramsal çerçevesi özerklik

modeli, akım teorisi, teknoloji kabul modeli gibi kavramlara yönelik değerlendirmeler üzerine kuruludur.

- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmada sistematik literatür taraması yapılmış ve bu literatürden yola çıkarak bir model geliştirilmiştir. Bu model sayısal metodlar kullanılarak test edilmiştir. Veri toplanması iki şekilde gerçekleşmiştir: İlk çalışmada, sanal gerçeklik kapsamında kesit şeklinde anket toplanmıştır. Ardından, yaygın oyunlar kapsamında boylamsal günlük çalışması yürütülmüştür. Analizler için yapısal eşitlik modeli ve çok seviyeli regresyon kullanılmıştır.

Gülsoy, S (2017). Dijital Oyuncu Kimliğinin İnşası ve Sunumu. (Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum).

Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışmada günümüz dijital oyuncularının oyunla ve oyuncularla olan etkileşimini ele alınmaktadır. Çalışmada ayrıca, dijital oyuncu kimliği, benlik ve kişiliğine ilişkin yaklaşımlar tartışılmıştır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kuramsal çerçevesi oluşturulurken; oyun, dijital oyun tanımlamaları, oyun kuramları tartışılmıştır. Bununla birlikte, Benlik, kimlik ve kişilik kavramlarına yoğunlaşmıştır. Kişiliğin inşası benliğin sunumu incelenirken, Pierre Bourdieu'nun Habitus, Alan ve Sermaye kavramlarıyla birlikte, Erwin Goffman'ın Performans kavramlarının üzerinde durulmuştur.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Normal ve dijital etnografya yapılan bu çalışmada, odak grup, derinlemesine görüşme ve katılımlı gözlem teknikleriyle nitel veriler toplanmıştır. Toplamda 28 erkek ve 4 kadın olmak üzere 32 dijital oyuncu ile görüşülmüş, ayrıca sahadan notlar tutulmuştur.

Ömerbaş (2018). Bilgisayar Oyunlarında Güç İlişkileri: Türk Oyuncular Üstünde Nicel Bir Çalışma. (Doktora Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma bilgisayar oyunu oyuncularının, oyunlar içinde ne şekilde güç ilişkileri kurduklarını açıklamaya çalışmaktadır. Çalışmada tanımlanan oyunlar içerisinde üç farklı güç ilişkisi (oyun tasarımcısının oyun üstündeki gücü, herhangi bir oyuncunun oyun karşısındaki gücü ve çok oyunculu oyunlarda oyuncuların birbirlerine karşı güçleri) oyun türleri üzerinden analiz edilmektedir

- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Güç kavramının sosyoloji, felsefe, psikoloji ve iş dünyası gibi disiplinler ile olan ilişkisinin ve toplum, toplumsal cinsiyet ve ırk gibi kavramlar ile olan bağının analizi üzerine kurulmuştur. Kuram oyun türleri de ayrıntılı olarak tanımlanarak ele alınmıştır.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Katılımcılara anket çalışması yapılmış ve literatür tartışmasında edinilen çıkarımlar ile bu noktada edinilen bilgiler örülmüştür.

Sayılgan, Ö. (2014). Etkileşimli Drama Olarak Dijital Oyunların ve ‘Etkileşimliliğin İdeolojisi’ Bağlamında Oyuncu Alımlama Pratikleri. (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışmanın ana odağını, günümüzün dijital ve etkileşimli yeni medyasının bir parçası olan dijital oyunların etkileşimli yapısı içinde anlatının uğradığı değişim ile içeriğinde bir öyküye ve dramatik yapıya sahip olan dijital oyunların etkileşimli öykü ve arayüzlerinin bu oyunları oynayan kişiler tarafından nasıl alımlandıkları sorunsalı oluşturmaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal altyapısı yeni medya, etkileşim, dijital oyunlara yönelik kuramsal yaklaşımlar ve etkileşimliliğin ideolojisi bağlamında şekillenmiştir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Örneklem oyunlar olarak Call Of Duty: Black Ops ve Heavy Rain kullanıldığı çalışmada, ilgili oyunlar araştırmacı tarafından oynanmış ve oyunlar hakkında etkileşimsel metin analizleri oluşturulmuştur. Daha sonra ilgili oyunları oynayan oyunculardan seçilen bir grup katılımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca oyunculara oynadıkları oyun özelindeki seçimleri ile ilgili kapalı uçlu sorular sorulmuştur.

Sepetçi, T. (2017). Dijital Oyunlar, Dijital Oyuncular: Karşı Hegemonya Pratikleri ve Sosyal Etkileşim. (Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Çalışmanın konusu; “Dijital oyunlar, oyuncuları gündelik

hayattan kopartan ve pasifize eden gündelik hayatta bir boş zaman etkinliği olmaktan ziyade, gündelik hayatla baş edebilecek ve muhalif stratejileri gerçekleştirebildikleri bir mecra mıdır?” sorusu üzerinden şekillenmektedir.

- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın teorik setini oluşturan ana konu başlıkları; hegemonya, karşı hegemonya, dijital oyunlar, dijital oyuncu türevleri ve dijital aktivizm gibi kavramlardan oluşmaktadır.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Literatür araştırması yapılarak araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulduktan sonra çevrimiçi anket yöntemi ile saha çalışması yapılmıştır. Daha sonra katılımcılara Skewness Testi ve KMO Bartlett Testi uygulanmıştır.

İskender, Ö. (2015). Çevrimiçi Oyun Oynama Motivasyonları ve Oyuncuların Bireysel Değerleri: Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Açısından Bir Değerlendirme. (Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma devasa çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunu (massively multiplayer online role-playing games/MMORPG) türünde çevrimiçi oyun oynayan bireylerin oyun oynama motivasyonlarını kullanımlar ve doyumlar ekseninde incelemeye odaklanmaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Schwartz Değerler Kuramı, Akış Kuramı ve Sosyal Kimlik Kuramı üzerine şekillendirilmiştir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Teorik çerçevede elde edilen sonuçlar çevrimiçi anket yoluyla katılımcılardan edinilen veriler ile tartışılmıştır.

Yolaç, A. (2017). Çok Oyunculu Çevrimiçi Oyun Oyuncularının Alt Kültürel Etkileşimleri: Gerçek ve Sanal Yaşamlar Arasında Bir Köprü Olarak Beden. (Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma oyuncuların bilgisayar donanımı ve yazılımı ile etkileşimini ve bir alt kültür olarak oyun topluluğunu konu almaktadır. Oyuncuların oyun içindeki ve dışındaki ilişkileri irdelenmektedir.

- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi oluşturulurken video oyun türleri sınıflandırılması, oyun kültürü, alt kültür, beden ve etkileşim kavramları üzerinde durulmuştur.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmada kaynak taraması, otoetnografi, katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşme teknikleri uygulanmıştır.

Kıcıkoğlu, O. , D. (2016). Dijital Oyuncuların Oyun Oynama Alışkanlıkları ile Kendilerini Gördükleri Düzey Arasındaki Farklar. (Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışmanın konusu oyuncular bağlılık seviyelerine göre hangi sınıflara ayrılmaktadır, oyuncular kendilerini bağlı buldukları kategorinin davranışlarına yakın olarak algılıyorlar mı, kendilerini bu bağlamda farklı sınıflara yerleştiren oyuncuların demografik özellikleri nedir, yanlış yerleştirme ne miktarda ve ne yöndedir? Gibi sorular üzerine şekillenmiştir.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi içerisinde; benlik algısı, kültürel kimlik, kullanıcı davranışları ve oyuncu davranışları gibi kavramlar ön planda yer almaktadır.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmada kaynak taraması ve çevrimiçi anket yöntemleri uygulanarak sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Şengün, S. (2016). Narra Ludens: Video Oyun Anlatıları ile Etkileşimin Oyuncu Türleri Üzerinden Açıklanması. (Doktora Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma, video oyunları içindeki farklı anlatısal bileşenlere karşı şekillenen oyuncuların davranışlarına odaklanmaktadır. Çalışma ayrıca, anlatısal oyuncu türünün oyunlar ile ilişkisinin nasıl şekillendiği üzerine yoğunlaşmaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi içerisinde; benlik algısı, kültürel kimlik, kullanıcı davranışları ve oyuncu davranışları gibi

kavramlar ön planda yer almaktadır.

- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmada kaynak taraması yöntemi ile birlikte 2016'nın ilk çeyreğinin en popüler anlatısal bileşenlere sahip 18 oyunundan 1690 adet kullanıcı yorum yazısı toplanmış ve toplanan yorumlar bir anlamsal ve bağdeğer analizine sokularak değerlendirilmiştir.

İşbilen, D. (2018). Etkisel Oyunbilim: Kitlese Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları Oynama Motivasyonları. (Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma, Türkiye'deki 18 yaş üzerindeki oyuncuların kitlese çok oyunculu rol yapma oyunları oynama motivasyonlarının araştırılması üzerine yapılmıştır. Araştırmada kültürel farklılıklardan dolayı oyuncuların oyun oynama motivasyonlarında farklılıklar olup olmadığı noktasına odaklanılmıştır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesinde oyuncu tipleri ve oyun oynama motivasyonları ele alınırken psikodinamik kişilik kuramları, oyuncu tipleri ve modelleri üzerinde durulmuştur. Ayrıca oyun türleri ve oyun çalışmaları tarihi de literatür kısmında detaylı olarak ele alınmıştır.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Karma araştırma yöntemi kullanılan çalışmanın nicel aşamasında Yee tarafından proje dahilinde geliştirilen Daedalus anketi Türkçe 'ye çevrilerek 425 katılımcıya uygulanmıştır. Araştırmanın nitel aşaması ise Yee'nin envanterini temel alan yarı yapılandırılmış görüşme formlarının yüz yüze görüşme tekniğiyle 5 katılımcıya uygulanmasıyla tamamlanmıştır.

Gür, M. R. (2018). Çok Oyunculu Dijital Oyunlarda Oyun Oynama Pratikleri: MOBA ve MMORPG Oyunlar Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma çevrimiçi çok oyunculu oyunlardan MMORPG ve MOBA arasındaki farklılara odaklanmaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi; video

oyunları, dijital oyunlar, çevrimiçi oyunlar, çok oyunculu oyun ve oyun kültürü ile ilgili literatürden oluşmaktadır.

- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemini, kaynak taraması ve çevrimiçi çok oyunculu oyunlardan MMORPG ve MOBA oyuncularını ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler oluşturmaktadır.

Dijital Oyunlar ve Oyuncular ile İlgili Uluslararası Kaynaklar Tablosu

Kaye, L. (2014). Football Manager as a Persuasive Game for Social Identity Formation. *Cases on the Societal Effects of Persuasive Games* (s.1-17).

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma Football Manager oyuncularının oyun sınırlarının dışına taşan sosyal kimliklerine odaklanmaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi; kimlik, sosyal kimlik ve oyunun sosyal fonksiyonu üzerine kurulmaktadır.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemini, Football Manager oyuncuları ile yapılan derinlemesine görüşmeler oluşturmaktadır.

Crawford, G. ve Gosling, VK. (2009). More than a Game: Sports-Themed Video Games and Player Narratives. *Sociology of Sport Journal*, (s.50-66), 26(1).

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma spor temalı oyunların toplumsal önemi üzerine yoğunlaşmaktadır. Çalışmada, spor temalı oyunların kimlik inşası, performans ve sosyal anlatıları üzerindeki etkileri irdelenmektedir.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi; kimlik, performans, anlatı kavramları ekseninde şekillenmektedir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemini, spor temalı oyun oynayan oyuncular arasından seçilen bir grup ile yapılan derinlemesine görüşmeler oluşturmaktadır.

Crawford, G. (2006). The Cult of Champ Man: The Culture and Pleasures of Championship Manager/Football Manager Gamers. *Information, Communication & Society*, (s.496-514),

9(4).

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma Football Manager ve Championship Manager oyuncularını oyuncu kültürü ve oyundan aldıkları hazlar kapsamında incelemeyi amaçlamıştır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi; dijital kimlik, performatiflik, oyuncu kültürü ve haz kavramları ile biçimlendirilmiştir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemi oyuncular ile yapılan derinlemesine görüşmeler ve kaynak taramasından oluşmaktadır.

Ermı, L. ve Mayra, F. (2007). Fundamentals Components of the Gameplay Experiences: Analysing Immersion. *Worlds in Play: International Perspectives on Digital Games Research* (s. 37-55).

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma oyun oynama deneyimi anahtar bileşenlerini tanımlamayı amaçlamaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi; oyun oynama deneyimi ve dijital oyunlar kavramları üzerine şekillenmiştir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmada katılımcılara öz değerlendirme anketi yapılmıştır (self evaluation questionnaire).

Mayra, F. (2007). The Contextual Game Experience: On the Socio-Cultural Contexts for Meaning in Digital Play. *DiGRA Conference* (s.810-814).

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma oyun oynama deneyimi konusunda bağlamsal bir model ortaya koymayı amaçlamaktadır
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi; oyuncu deneyimi, oyun oynama deneyimi, içerik ve anlam kavramlarına odaklanmıştır.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemi kaynak taramasından oluşmaktadır.

Klimmt, C. , Hefner, D. ve Vorderer, P. (2009). The Video Game Experience as "True"

Identification: A Theory of Enjoyable Alterations of Players' Self-Perception. *Communication Theory*, (s.351-373), 19(4).

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma video oyun oyuncularının, benlik algıları ile ilgili sosyal-psikolojik modellere dayanan bir oyun karakteri veya rolü ile oluşturma süreçlerine değinmektedir.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesinde; kimlik, etkileşim, benlik algısı ve oyun oynama tecrübesi anlatı kavramları üzerinde durulmuştur.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemi kaynak taramasından oluşmaktadır.

Ijsselsteijn, W. , Kort, Y. , Poels, K. , Jurgelionis, A. ve Belotti, F. (2007). Characterising and Measuring User Experiences in Digital Games. ACE Conference (s.1-4).

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma dijital oyun oynama deneyimlerinin ölçüm ve karakterizasyonunun yapılması noktasında yaşanabilecek olası zorluklara odaklanmaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Dijital oyunlar, oyun oynama deneyimi, oyun tasarımı, oynanabilirlik, kullanıcı merkezli oyun tasarımı gibi kavramlar ile kuramsal çerçeve şekillenmiştir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemi kaynak taramasından oluşmaktadır.

Kalle, J. (2009). Pervasive GameFlow: Identifying and Exploring the Mechanisms of Player Enjoyment in Pervasive Games. (Doktora Tezi, Umeå Universitet, Umeå). Erişim Adresi: <http://www.openthesis.org/documents/Pervasive-GameFlow-Identifying-Exploring-Mechanisms-437792.html>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma oyuncular arasında yaygın oyunların oluşturduğu oyuncu hazzını tanımlamayı amaçlamaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi yaygın oyunlar ile ilgili literatür ile kullanıcı deneyimi, oyuncu deneyimi, oyun akışı


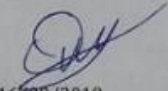
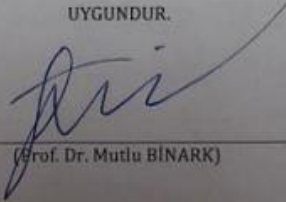
kavramları etrafında şekillenmiştir.

- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemi kaynak taraması, oyun oynama testi ve odak grup aşamalarından oluşmaktadır.

Nacke, L. (2009). Affective Ludology :Scientific Measurement of User Experience in Interactive Entertainment. (Doktora Tezi, Blekinge Tekniska Högskola, Karlskrona). Erişim Adresi: <http://www.openthesis.org/documents/Affective-Ludology-Scientific-Measurement-User-595303.html>

- **Araştırmanın Konusu:** Bu çalışma ludoloji alanında daha önce yapılmış çalışmalar ekseninde çok yönlü ve etkileşimli ortamlardaki kullanıcı deneyimine ışık tutmayı amaçlamaktadır.
- **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi:** Çalışmanın kavramsal çerçevesi; oyun oynama deneyimi, kullanıcı deneyimi (UX), oyun akışı ve ludoloji konseptleri etrafında şekillenmektedir.
- **Araştırmanın Yöntemi:** Çalışmanın yöntemi, kaynak taraması ve oyunculara yönelik yapılan deneyden oluşmaktadır.

EK 2. Orijinallik Raporu

 <p>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORIJİNALLİK RAPORU</p>
<p>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA</p> <p style="text-align: right;">Tarih: 16/09/2019</p> <p>Tez Başlığı: Bir Strateji Oyunu Olarak Football Manager ve Oyuncu Deneyimi</p> <p>Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 164 sayfalık kısmına ilişkin, 16/09/2019 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 7'dir.</p> <p>Uygulanan filtrelemeler:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- <input type="checkbox"/> Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç 2- <input checked="" type="checkbox"/> Kaynakça hariç 3- <input checked="" type="checkbox"/> Alıntılar hariç 4- <input type="checkbox"/> Alıntılar dâhil 5- <input checked="" type="checkbox"/> 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç <p>Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.</p> <p>Gereğini saygılarımla arz ederim.</p> <p style="text-align: right;">  16/09/2019 </p> <p> Adı Soyadı: Orhun BİLBEN Öğrenci No: N15223148 Anabilim Dalı: İletişim Bilimleri Programı: Kültürel Çalışmalar ve Medya </p>
<p>DANIŞMAN ONAYI</p> <p>UYGUNDUR.</p> <p style="text-align: center;">  (Prof. Dr. Mutlu BİNARK) </p>

EK 3. Etik Komisyon Muafiyeti Formu

 <p>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ TEZ ÇALIŞMASI ETİK KOMİSYON MUAFİYETİ FORMU</p>
<p>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA</p> <p style="text-align: right;">Tarih: 26/08/2019</p>
<p>Tez Başlığı: Bir Strateji Oyunu Olarak Football Manager ve Oyuncu Deneyimi</p> <p>Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmam:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. İnsan ve hayvan üzerinde deney niteliği taşımamaktadır, 2. Biyolojik materyal (kan, idrar vb. biyolojik sıvılar ve numuneler) kullanılmasını gerektirmemektedir. 3. Beden bütünlüğüne müdahale içermemektedir. 4. Gözlemsel ve betimsel araştırma (anket, mülakat, ölçek/skala çalışmaları, dosya taramaları, veri kaynakları taraması, sistem-model geliştirme çalışmaları) niteliğinde değildir. <p>Hacettepe Üniversitesi Etik Kurullar ve Komisyonlarının Yönergelerini inceledim ve bunlara göre tez çalışmamın yürütülebilmesi için herhangi bir Etik Kurul/Komisyon'dan izin alınmasına gerek olmadığını; aksi durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.</p> <p>Gereğini saygılarımla arz ederim.</p>
Tarih ve İmza
<p>Adı Soyadı: Mehmet Orhun BİLBEN</p> <p>Öğrenci No: N15223148</p> <p>Anabilim Dalı: İletişim Bilimleri</p> <p>Programı: Kültürel Çalışmalar ve Medya</p> <p>Statüsü: <input checked="" type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Bütünleşik Doktora</p>
<p>DANIŞMAN GÖRÜŞÜ VE ONAYI</p> <p style="text-align: center;">  (Unvan, Ad Soyad, İmza) </p>
<p>Detaylı Bilgi: http://www.sosyalbilimler.hacettepe.edu.tr</p> <p>Telefon: 0-312-2976860 Faks: 0-3122992147 E-posta: sosyalbilimler@hacettepe.edu.tr</p>