TÜRKİYE CUMHURİYETİ

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

ÇEVRİMİÇİ OYUN OYNAYAN KİŞİLER İLE OYUN KARAKTERLERİ ARASINDAKİ BAĞLAR VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI İLİŞKİSİ: METİN2 VE LEAGUE OF LEGENDS ÖRNEKLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Birkan FİDAN

Ankara, 2020


ANKARA ÜNİVERSİTESİ
1946

TÜRKİYE CUMHURİYETİ

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

ÇEVRİMİÇİ OYUN OYNAYAN KİŞİLER İLE OYUN KARAKTERLERİ ARASINDAKİ BAĞLAR VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI İLİŞKİSİ: METİN2 VE LEAGUE OF LEGENDS ÖRNEKLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Birkan FİDAN

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Melike AKTAŞ

Ankara, 2020

TÜRKİYE CUMHURİYETİ

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

ÇEVRİMİÇİ OYUN OYNAYAN KİŞİLER İLE OYUN KARAKTERLERİ ARASINDAKİ BAĞLAR VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI İLİŞKİSİ: METİN2 VE LEAGUE OF LEGENDS ÖRNEKLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Melike AKTAŞ

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ

Adı ve Soyadı	**İmzası**
1- Prof. Dr. Fatih Keskin	
2- Prof. Dr. Cem Yaşın	
3- Doç. Dr. Melike Aktaş	

Tez Savunması Tarihi: 21/07/2020

T.C.

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Doç. Dr. Melike AKTAŞ danışmanlığında hazırladığım "Çevrimiçi Oyun Oynayan Kişiler ile Oyun Karakterleri Arasındaki Bağlar ve Tüketici Davranışları İlişkisi: Metin2 ve League of Legends Örnekleri (Ankara, 2020)" adlı yüksek lisans tezimdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallarına uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

Tarih: 21/07/2020

Adı-Soyadı ve İmza: Birkan FİDAN

ÖNSÖZ

Çevrimiçi oyunlar, on dört yaşımdan beri ilgi alanıma girebildi. Dolayısıyla uzun yıllardan beri, birçok farklı türde çevrimiçi oyun oynama fırsatı yakalayabildim. Böylelikle oyunlar içerisindeki maddi ya da manevi sayısız noktayı yakından tanıma imkânını yakaladım. İşte bu yüzden, kendimce "Akademik Yuvam" olarak adlandırmış olduğum İlef'te edindiğim akademik birikimi, burada değerlendirmek istedim. Böylelikle hem kendi hayatımda önemli görmüş olduğum bir noktayı ele almış oldum hem de bilim camiasına sanıyorum ki farklı bir değer katabildim.

Manevi ya da maddi olarak değerlendirilmesi mümkün olan çevrimiçi oyunları, tam da iki noktayı kapsayabilecek şekilde ele aldım. Tüketim ilişkileri perspektifi, her ne kadar doğrudan maddi alanı ilgilendiriyor gibi görünse de özünde, manevi alanla anlam kazanmaktadır. İşte bu yüzden maddi ilişkilerin temelindeki manevi bağlantıları, oyuncuların oyunlara yüklemiş oldukları anlamları ve birçok değeri bu yönde gözler önüne serdim. En nihayetinde de tüketim alışkanlıkları arasındaki benzerlikleri sundum.

Çevrimiçi oyunlar, kişilerin hayatında ciddi izler bırakabilir. Tanışılan kişiler, maddi ilişkiler ya da dile getirilmeye değer birçok nokta burada önemlidir. İşte bu yüzden kendi adıma değerli bulduğum çevrimiçi oyunlar üzerine çalışma yapma fırsatı yakalamak da ayrıca bir zevkti. O yüzden bu çalışmanın bugün ortaya çıkmasına destek veren sayısız kişiye de temsilen teşekkür etmem gerekir. İnanın tüm isimleri sıralamaya kalksam sayfalar yetmez. Öte yandan, arkamda olan tüm kahramanlar kendilerini çok iyi biliyorlar zaten. Nihayetinde, akademik camiayı ve İlef'i temsilen, sevgili tez danışmanım Doç. Dr. Melike Aktaş'a sonsuz teşekkür ederim. Ve her şeyin temelinde olan cancağızım aileme en derin, en sonsuz ve en candan teşekkürlerimi sunarım.

Birkan FİDAN

ANKARA

Burada olanlara ve olmayanlara…

İçindekiler

BİLİMSEL ETİK BEYANI. ..... **i**

ÖNSÖZ ..... **ii**

İçindekiler ..... **iv**

Kısaltmalar ..... **x**

Şekiller Listesi ..... **xii**

Görseller Listesi ..... **xiii**

GİRİŞ **1**

I. BÖLÜM **8**

TÜKETİM DAVRANIŞLARI VE ÇEVRİMİÇİ OYUNLAR **8**

1.1. Tüketim ve Tüketici Davranışları Kavramlarının Tarihsel Kapsamı 8

1.1.1. Tüketim Kavramı ve Üstlendiği Anlamlar 8

1.1.2. Tüketici Davranışı Kavramı ve Bu Kavramın Üstlendiği Anlamlar 12

1.1.3. Tarihsel Süreç İçerisinde Pazarlama Anlayışı ve Tüketim 14

1.1.3.1. Üretim Odaklı Pazarlama ve Tüketim 15

1.1.3.2. Ürün Odaklı Pazarlama ve Tüketim 15

1.1.3.3. Satış Odaklı Pazarlama ve Tüketim 16

1.1.3.4. Pazarlama ya da Modern Pazarlama ve Tüketim 17

1.1.3.5. Bütünsel Pazarlama ve Tüketim 18

1.1.4. Tüketicide Duyum ve Algılama Süreci 19

1.1.5. Tüketici Davranışında Etkili Olan Sosyal ve Kültürel Unsurlar 21

1.1.5.1. Aile 22

1.1.5.2. Danışma Grupları 23

1.1.5.3. Kültürel Değerler ve Normlar 24

1.1.6. Tüketimin Sanal Ortamdaki Tezahürü 25

1.2. Çevrimiçi Oyun Anlayışı ve Literatürde Oyunlar 26

1.2.1. İnternet Anlayışı ve İnternetin Kısa Tarihçesi 26

1.2.2. Bilgisayar Oyunları 27

1.2.2.1. Tarihçe 27

1.2.2.2. Türler 28

1.2.3. Oyun Oynama Nedenleri ve Amaçları 29

1.2.4. Oyuncuların Sınıflandırılması 30

1.2.5. Çevrimiçi Oyun Kavramı ve Anlayışı 31

1.2.6. Çevrimiçi Oyunların Olumlu ve Olumsuz Etkileri 32

1.2.7. Elektronik Spor (E-Spor) 33

1.2.8. Literatürde Oyunlar ve Destek Bileşenler 35

1.2.8.1. Çevrimiçi Oyunların ve Bunları Destekleyen Bileşenlerin "Oyuncu-Oyun, Oyuncu-Oyuncu" Etkileşiminde Ele Alınması 37

1.2.8.1.1. Oyunların ve Oyuncuların Farklı Biçimlerde Birbirine Etkisi 38

1.2.8.1.2. Oyuncuların Avatar-Kimlik Etkileşimi 41

1.2.8.1.3. Sanal Ortamda Sosyal Topluluk Oluşturma 44

1.2.8.1.4. Sanal Oyunlar ve Gerçek Yaşam Birlikteliği 46

1.2.8.1.5. Emeğin Sanal Oyunlardaki Yansıması 51

1.2.8.1.6. Oyunlardaki Sanal-Gerçek Tüketim İlişkileri 53

1.2.8.2. Çevrimiçi Oyunların ve Bunları Destekleyen Bileşenlerin "Oyuncu" Bağlamında İncelenmesi 57

1.2.8.2.1. Oyuncuların Oyun Oynama Amaç ve Nedenleri 58

1.2.8.2.2. Oyuncuların Oyunlara Sadakat ve Bağımlılığı 63

1.2.8.2.3. Oyuncu Bazlı Oyun İçi Alışveriş 67

1.2.8.2.4. Oyuncuların Farklı Kategorik Sınıflandırılması 69

1.2.8.2.5. Oyuncuların Oyunlardan Farklı Şekillerde Etkilenişi 70

1.2.8.3. Çevrimiçi Oyunların ve Bunları Destekleyen Bileşenlerin "Oyun" Temelli İncelenmesi 72

1.2.8.3.1. Oyunların Farklı Sunuları 73

1.2.8.3.2. Oyunların Ticari Yapısı ve Oyunda Tüketim 75

1.2.8.3.3. İfade Biçimi Olarak Oyunlar 78

1.2.8.3.4. Oyunların Temel Yapısı ve Kökeni 80

1.2.8.3.5. Oyunun Elektronik Biçimi (E-spor) 81

1.2.9. *Metin2* 83

1.2.9.1. Oyun Bilgisi ve Oyunun Amacı 83

1.2.10. *League of Legends* 88

1.2.10.1. Oyun Bilgisi ve Oyunun Amacı 88

1.2.11. *Metin2* Ejder Parası Sistemi 91

1.2.11.1. Online Ödemeler 92

1.2.11.2. Etkinlikler ve İndirimler 92

1.2.11.3. Farklı Yerlerde Ejder Parası Satışı 93

1.2.12. *League of Legends* Riot Puanı Sistemi 95

1.2.12.1. Online Ödemeler 95

1.2.12.2. Etkinlikler ve İndirimler 95

1.2.12.3. Farklı Yerlerde Riot Puanı Satışı 96

II. BÖLÜM 98

YÖNTEM 98

2.1. Araştırmada Kullanılan Model 98

2.2. Araştırma Grubu 98

2.3. Veri Toplama Araçları 100

2.4. Verilerin Toplanma Süreci 101

2.5. Verilerin Analizi 102

III. BÖLÜM 104

ÇEVRİMİÇİ OYUN OYNAYAN OYUNCULARIN OYUNLARLA İLİŞKİ BİÇİMLERİ: TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE OYUN İÇİ HARCAMALAR 104

3.1. Çevrimiçi Oyun Oynayan Kişilerin Oyun Karakterleriyle Arasındaki Bağ 107

3.1.1. Toplumsal ve Sosyal Etkileşimsel Bağ 107

3.1.2. Dini Bağ 112

3.1.3. Psikolojik Bağ 115

3.1.4. Ekonomik ve Emeksel Bağ 119

3.1.5. Evlilik Bağı 123

3.1.6. Gösterişsel Bağ 126

3.2. Çevrimiçi Oyunlarla Etkileşim ve Oyun İçerisinde Harcamalar 130

3.2.1. Oyunların Oynanmasında Etkili Olan Unsurlar 130

3.2.2. Oyunlar ve Gündelik Yaşam Arasındaki Çok Yönlü İlişkiler 136

3.2.2.1. Oyun Karakterleri ve Oyuncular Arasındaki Etkileşimler 137

3.2.2.2. Oyuncuların Oyunlar İçerisinde Topluluk Oluşturabilmesi ve Oyun Oynama Motivasyonu 144

3.2.2.3. Oyunlar İçerisindeki Ortamın Oyunculara ve Gerçek Yaşama Etkileri 152

3.2.3. Oyuncuların Gerçek Yaşamlarındaki Tüketim Alışkanlıklarının, *Metin2* ve *LoL*'deki Tüketim Alışkanlıklarıyla İlişkisi 187

3.2.3.1. Çevrimiçi Oyunlara Para Yatırma ve Buralardaki Ticari İşlemler 188

3.2.3.2. Özel Günler ve İndirimlerin Çevrimiçi Oyunlardaki Önemi ve Bu Durumun Oyun İçi Tüketici Davranışlarına Yansıması 197

3.2.3.3. Oyun Karakterlerinin Oyuncuların İsteğine Göre Oluşması ve Karakterlerin Gelişim Süreci 206

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME 225

KAYNAKÇA 236

ÖZET 257

ABSTRACT 258

EKLER 259

Ek-1: Görüşme Soruları ve Görüşmeye Katılan Kişiler 259

Ek-2: Demografik Bilgi Formu 260

Ek-3: Aydınlatılmış Onam Formu 261

Ek-4: Katılımcıların Demografik Özellikleri 264

Ek-5: Oyuncuların Meslek Grupları 265

Ek-6: Oyuncuların Yaşadığı Şehirler 265

Ek-7: Oyuncuların Eğitim Durumları 266

Kısaltmalar

ADC : Attack Damage Carry

AFK : Away from Keyboard

EP : Ejder Parası

E-SPOR : Elektronik Spor

EXP : Experience Point

FPS : First Person Shooter

GM : Game Master

IP : Internet Protokol

JUNG : Jungle

KOMP : Kompozisyon

LOL : *League of Legends*

MİD : Middle

MMO : Massively Multiplayer Online

MMORPG : Massively Multiplayer Online Role-Playing Game

MOBA : Multiplayer Online Battle Arena

MT2 : *Metin2*

MVP : Most Valuable Player

OTP : One Trick Pony

PRE : Premade

RP : Riot Puanı

RPG : Role-Play Game

RTS : Real-Time Strategy

SS : Stay Safe

SUP : Support

TCP : Transmission Control Protocol

TPS **:** Third Person Shooter

VB. **:** Ve Benzeri

VD. **:** Ve Diğerleri

VS **:** Versus

VS. **:** Vesaire

XP **:** Experience Point

Şekiller Listesi

Şekil 1. Oyuncuların *Metin2* ve *LoL*'ü Oynama Sebepleri 136

Şekil 2. Oyuncuların Oyun Karakterleri ile Arasındaki Bağın Etkenleri 144

Şekil 3. Oyuncuların Oyun İçerisindeki Birlikteliklerine ve Motivasyon İlişkilerine Etki Eden Noktalar…… 152

Şekil 4. Oyun Ortamının Oyunculara Dönük, Gerçek Yaşama Dair Etkilerini Öne Çıkaran Durumlar..... 161

Şekil 5. Oyuncuların, Maddi ve Manevi Açıdan Emek Anlayışını, Oyunlar Kapsamında Bağ Olarak Görmelerini Sağlayan Unsurlar ……169

Şekil 6. *Metin2* ve *LoL* İçin Düzenlenen E-spor Müsabakaları ve Turnuvaların, Oyuncular ve Oyunlar Arasında Bağ Oluşturmasına Yardımcı Olan Etkenler.. 178

Şekil 7. Oyuncuların Herhangi Bir Talepte Bulunmadan Oyunlara Öneri, İstek ya da Beklenti Sunmalarını Etkileyen Faktörler..... 187

Şekil 8. *Metin2* ve *LoL* Oyuncularının, Oyun İçi Temelli Gerçekleştirdikleri Ticari İlişkiler ve Oyuna Para Yatırmada Etkili Olan Unsurlar ……..197

Şekil 9. Özel Günler ve İndirimli Zamanları Önemli Kılan Unsurlar…… ..206

Şekil 10. Oyuncuların, Oyun Karakterlerini Güçlendirmek ve Diğerlerinden Farklılaştırabilmek İçin Dikkate Aldıkları Unsurlar..... 215

Şekil 11. Oyuncuların Kendi Kimlik ve Yapılarına Uygun Olarak, Oyun İçerisinde Kendilerini Daha İyi İfade Edebilmeleri İçin Önemli Olan Unsurlar……224

Görseller Listesi

Görsel 1. E-spor Müsabakasından Bir Görüntü 35

Görsel 2. *Metin2* Oyun İçi 86

Görsel 3. Oyundaki Karakterler 86

Görsel 4. Oyundaki Haritalar 87

Görsel 5. *LoL* Oyun İçi 89

Görsel 6. *LoL* Sihirdar Vadisi 90

Görsel 7. Oyundaki Bazı Karakterler 90

Görsel 8. *LoL* En Önemli Ligler 91

Görsel 9. *Metin2* Ejder Parası 94

Görsel 10. *Metin2* Etkinlikler Listesi 94

Görsel 11. *LoL* Riot Puanı 97

Görsel 12. *LoL* Etkinlikler Listesi 97

Görsel 13. *Metin2*'de OX Yarışması 111

Görsel 14. *Metin2* Olay Yardımcısı Bayram Etkinliği 111

Görsel 15. *Metin2* Ramazan Etkinliği 114

Görsel 16. Niyetli Vatandaş 114

Görsel 17. *Metin2*'de Popüler Olmak 118

Görsel 18. *LoL* Bazı Şampiyonların Ücretli Kostümleri 118

Görsel 19. *Metin2* Çölden Manzara 119

Görsel 20. *LoL* Hesap Alım-Satım 122

Görsel 21. *Metin2*'de Emek Vermek 122

Görsel 22. *Metin2*'de Evli Çiftler İçin *İtem*ler 125

Görsel 23. *Metin2*'de Düğün 126

Görsel 24. *Metin2*'de Gösteriş 129

Görsel 25. *LoL*'deki En Havalı Kostümlerden Biri 129

GİRİŞ

Ele alınan çalışma, *Metin2* ve *League of Legends* adlı oyunlar bağlamında oyuncuların tüketim davranışlarını incelemeyi amaçlamıştır. Bu tüketim ilişkileri oyuncu-karakter arasındaki birçok etkileşimle birlikte değerlendirilmiştir. Ayrıca oyunu oynayan kişiler, oyuncu-tüketici anlayışı içerisinde ifade edilmeye çalışılmıştır. Çünkü oyuncular, aynı zamanda tüketici davranışlarını gerçekleştiren kişilerdir. Oyuncular, karakterlerle psikolojik olarak etkileşime girebilmektedirler (Sabah, 2016). Özellikle kimlik anlayışı burada ön plana çıkmaktadır. Oyuncuların yaşamlarında sahip oldukları ya da ulaşmaya çalıştıkları kimlikler, oyunlar içerisinde de oldukça önemsenmektedir. Benzer şekilde kişilerin, gündelik yaşamlarında kullanmış oldukları takılar ya da birçok estetik ürün de sanal ortamda kendine yer bulabilmektedir (Güngör, 2012). Bu da oyuncuların, oyun karakterleriyle kurmuş oldukları etkileşimleri destekler niteliktedir. Farklı bir etkileşim türü de gerçek yaşam ve sanal ortam birlikteliğidir. Oyuncular gündelik yaşamlarındaki birçok durumu çevrimiçi oyunlara da aktarabilmektedirler (Yolgörmez, 2016). Böylelikle normal yaşam içerisinde gerçekleştirilen etkinliklerin birçoğunu, sanal ortamlarda da görmek mümkün olmaktadır. Yine bu etkileşim kapsamında farklı bir yere de değinmek önemlidir. Hayat şartları içerisinde birçok güç ilişkisinin insanları etkilediğini söylemek mümkündür. Aynı durum çevrimiçi oyunlar için de geçerli olmaktadır (Ömerbaş, 2018). Bilgisayarlar yoluyla oynanan çevrimiçi oyunlarda da güç ve iktidar ilişkileri aynı gerçek yaşam içerisinde olduğu gibi kendini gösterebilmektedir. Tüm bunlar da sanal yaşam ve gerçek yaşam arasında oyuncu-karakter etkileşimini desteklemektedir. Yine farklı bir etkileşim, sosyalleşme üzerine kuruludur. Normal yaşamda var olan birlikteliklerin ve toplulukların, sanal ortamda da aynen var olabileceği belirtilmiştir (Türk ve Tugen, 2014). Aynı aidiyet ve aynı hisler ile tek bir çatı altında toplanabilen kişiler, sanal ortamda da bu birlikteliklerini

sürdürebilmektedirler. Böylelikle oyuncuların-karakterler ile kurmuş oldukları etkileşim, farklı perspektiflerle güçlenebilmektedir. Bunların dışında önemli olan başka bir etkileşim de tüketim anlayışıyla ilgilidir. Yaşam içerisinde farklı dinamikler neticesinde gerçekleştirilen tüketici davranışları, oyunlar içerisinde de kendini gösterebilmektedir (Park ve Lee, 2011). Yani bireyler, daha güçlü olmak ya da daha güzel görünmek için harcama yapabilmektedir. Bu durum aynı şekilde, çevrimiçi oyunlarda da gerçekleşebilmektedir. Yine benzer şekilde tüketim anlayışının etkileşimi desteklediğini, oyun içinde yapılan ekonomik etkinlikler çerçevesinde anlamak mümkündür (Ho ve Wu, 2012). Oyuncular, oyun karakterleri ile ekonomik perspektifte bir araya gelebilmektedirler. Bu birliktelikte ise psikolojik, görsel ya da güçsel birçok nokta önemli olabilmektedir. Dolayısıyla temel konunun, oyuncuların oyunlarla etkileşimi ve bu etkileşimlerin ticari işlemlere de yansıyabileceği üzerine olduğunu söylemek önemlidir.

Günümüz dünyasında tüketim ilişkileri, internet yardımıyla online oyunlarla birlikte kapsamını oldukça genişletmiştir. Bu hareket, birçok yönden oyuncuları etkileyebilmektedir. Oyuncular, oyunlarda kendi kimliklerini yansıtabilmekte, diğer oyuncularla etkileşime geçebilmekte, *item* (oyun içerisindeki eşyalar) alışverişi yaparak para kazanabilmekte ya da oyun içi güçlenmek amacıyla buralara doğrudan para yatırabilmektedir. Dolayısıyla oyunların sunusu olan *avatar* (oyuncuların yönlendirdikleri oyun içi yapay temsilci) ve karakterlerle kişilerin bağı, bu bağın da tüketime yansıyabilmesi incelenmeye değer bir konu olarak görülmektedir. Bütün bunlarla birlikte, bağ denilebilecek etkileşimlerin iletişim kapsamında değerlendirilmesi, literatür açısından da olumlu olacaktır. Akademik alanda çok daha önce yapılmış olan çalışmalar değerlendirildiğinde, bu önem net bir şekilde görülebilecektir.

Yıllar içerisinde değişen ve gelişen iletişim araçları, bazı yönlerden tüketimi de etkisi altına alabilmiş ve burada gözle görülür değişikliklerin olmasına katkı sağlayabilmiştir (Özcan, 2010: 30). Dolayısıyla tüketici davranışları da bu gelişim süreci içerisinde farklı şekillerle kendine yer bulabilmiştir. Kitle iletişim araçlarının doğrudan etkilerinden, sosyal medya platformlarında etkileşimli tartışmalara dek geçen süreçte, tüketim anlayışı ve bu kapsamda tüketici davranışı da tabii olarak değişmiştir. Bu değişimin görülebileceği alanlardan biri de çevrimiçi oyunlardır (Constantiou, Legarth ve Olsen, 2012). Çevrimiçi oyunlar, internetin dünyada yaygınlaşması ile ortaya çıkan ve birçok yönden insanları etkileyebilen bir yapıya sahiptir (Bayram, 2018). Bu yüzdendir ki oyunlar içerisindeki karakter ve bu karakterlerin yaratıcıları olan gerçek bireyler arasındaki ilişki dolaylı ya da doğrudan tüketim davranışı çerçevesinde ele alınmaya değerdir.

Tezin genel amacı da bu doğrultuda, oyun karakterleri ve bireyler arasındaki bağ denilebilecek etkileşimleri ortaya koymak ve temel olarak da bu durumun sanal ve gerçek tüketim anlayışıyla ilişkisini gözler önüne sermek üzerinedir. Böylelikle oyuncuların, oyunlarla kurmuş oldukları etkileşimler sonucunda, nasıl bir tüketici davranışını benimsedikleri anlaşılır olacaktır. Bu da nihayetinde sanal ve gerçek tüketim arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya destek sağlayacaktır. Diğer yandan bu bağın, etkileşimin ve değişimin belirtilmesi, oyun şirketlerinin, oyuncu tüketicilerle bağ kurmak için hangi stratejileri tercih ettiğini ve önemsediğini ortaya çıkaracaktır. Bunlarla birlikte, kişilerin gerçek dünyadan uzaklaşarak çevrimiçi platformlarda kendilerine yeni yaşam alanları bulmaları, böyle bir tüketim talebinin de varlığını göstermek için gerekli altyapıyı oluşturacaktır. Böylelikle çalışma, özünde de yeni tüketim biçimi olarak görülebilecek olan çevrimiçi oyun alanının hangi açılardan etkili olabileceğini aktararak, kişi-karakter-tüketim üçgeni çerçevesinde nelerin sunulduğu ve nelere dikkat edilmesi gerektiğini tartışmıştır.

Çocuk, genç ya da yaşlı demeden milyonlarca kişi çevrimiçi oyun oynamaktadır. Özellikle ülkemizde yaklaşık otuz milyon kişi dijital oyunlar ile iç içedir (Koçoğlu, 2017). Lakin bu oyunlar oynanırken farklı amaçlar da gün yüzüne çıkarılmalıdır (İşbilen, 2018; Alan, Kabadayı ve Cavdar, 2017). Kimileri zamanlarını geçirmek için kimileri de kafa dağıtmak için bu alana yönelebilmektedirler. Fakat işin diğer ucunda ise maddi durum ve kazanç söz konusudur. Dolayısıyla işin ticari ve ekonomik kısmına değinmek belirli bir farkındalığı ortaya çıkarmaya da yardım edecektir. Ülkemizde 2009 yılında Erzurum'da küçük bir çocuğun çeşitli sebeplerden ötürü *Metin2* oyunu yüzünden öldürüldüğü ya da dünyada bunun gibi birçok olayın yaşandığı göz önüne getirilirse, ele alınan çalışmanın önemi, gerek şirketler gerekse ebeveynler açısından birey-oyun karakteri özdeşleşmesi dâhilinde nelere dikkat edilmesi gerektiğinin önemini vurgulaması açısından anlaşılacaktır (Mynet, 2009). Böylelikle birçok açıdan olumlu ama bilinmeyen ya da dikkat edilmeyen, birçok açıdan ise olumsuz olabilen çevrimiçi oyunlar üzerinde toplumsal dikkat yaratılabilecektir. Diğer yandan yapılan bu çalışmayla, akademik alanda benzeri konuların azlığı üzerine de dikkatler çekilmek istenmiştir.

Önceki araştırmalarda ilgili konuların azlığından ziyade, literatürde anlatılan kapsamda ele alınan çalışmaların dağınık olması da bu çalışmanın önemini ortaya koymaya yardımcı olmaktadır. Var olan çalışmalar, oyunlarda oyuncuların kimlik inşasını, oyun eşyası satın almayı ya da hangi sebeplerle bu oyunların oynandığını ayrı ayrı ele almaktadır (Sucu, 2014; Cheung vd., 2015; Taydaş ve Karakoç, 2019). Yine çevrimiçi oyunlar üzerine yapılmış olan akademik incelemeler, bu oyunların tüketim bağlamında yeterince değerlendirilmediğini de göstermektedir. Öte yandan oyuncuların oyunlarla etkileşiminin, iletişimsel boyutta incelenmediği de anlaşılmıştır. Dolayısıyla yaptığımız çalışma, oyunların kişilerle olan etkileşimini; sosyalleşme, kimlik yansıtma, diğer oyuncularla özdeşleşme, tüketim davranışları, oyun oynama sebepleri gibi birçok

etkenle birlikte ele almıştır. Başka bir genel mesele de tüketim davranışlarının sanal ortamlarda uğradığı değişimi göstermek üzerinedir. Nihayetinde çalışmanın önemi de şirketler ve bireyler açısından bu oyunların olumlu ve olumsuz yönleri doğrultusunda farkındalık yaratmasından, akademik alanın benzeri konulara ilgisini artırmak istemesi ve parçalı çalışmaları güncel iki oyun örneğiyle bir araya getirmesinden, genel anlamıyla tüketici davranışlarının zaman içerisinde sanal âlemde çevrimiçi oyunlar düzeyinde ne tür bir değişikliğe uğradığını göstermek istemesinden gelmektedir.

Dünyada, son yirmi yılda internet ve internet araçları oldukça belirleyici bir konuma gelmiştir (Tunga, 2015). Dolayısıyla yüzlerce yıllık tüketim alışkanlıkları da internetten doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenmiştir. Bu yüzdendir ki internetin çevrimiçi oyunlar üzerinden tüketici ile var olan bağlantısı araştırmacıda merak duygusu uyandırmıştır. Bu doğrultuda oyuncuların, bu oyunlarda karakterlerle birçok etkileşimi neticesinde, kişilerin neden bu oyunlara para harcamaya istekli olduklarıyla da bağlantılı olarak, bu oyunlarda sanal tüketim ve gerçek tüketim arasında nasıl bir ilişki olduğu araştırmanın temel problemini oluşturur niteliktedir. Karakterler ve oyuncular arasında neredeyse bağ olarak nitelendirilebilecek olan etkileşimlerin, tüketim alışkanlıkları bünyesinde, çevrimiçi oyunlar ve gündelik hayat arasında nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu anlamak birçok noktayı da açığa çıkarabilecektir. Örneğin, sanal oyunlar içerisindeki ekonomik döngünün, gerek şirketler gerekse oyuncular gözünde farklı şekilde belirdiği olasıdır. Oyuncular, daha çok eğlence amaçlı olarak bu alanda zamanlarını harcarlarken şirketler, kâr döngülerini nihai hedef olarak ön plana çıkarabilmektedir (GaminginTurkey, 2020). Böylelikle sanal tüketim ve gerçek tüketim alışkanlıklarının nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu, çevrimiçi oyunlarda ortaya koymak önemli olmaktadır. Bütün bunlarla birlikte çevrimiçi oyunların sahip olduğu büyük ekonomik güç de ele alınmaya değerdir. Oyunlar içerisinde var olan büyük miktardaki para akışı bu noktada önemlidir. Böylelikle oyunlar içerisindeki ekonomik işlemler

yoluyla, çevrimiçi oyunlar içerisindeki tüketim davranışları daha iyi anlaşılabilecektir. Ayrıca çalışma, internet ortamının sağlamış olduğu büyük değişikliklerin, tüketici davranışlarının, sanal oyunlar içerisinde nasıl var olduğunu göstermede de önemli olacaktır.

Araştırma amacı kapsamında temel olarak şu soruya cevap aranmıştır: "Oyuncuların *Metin2* ve *LoL* gibi online oyunlardaki tüketim alışkanlıkları ile gerçek hayattaki tüketim alışkanlıkları arasında nasıl bir ilişki vardır?" Böylelikle tezin temel amacına ulaşma doğrultusunda ve problemi ele alma noktasında oyuncuların sanal ve gerçek tüketim ilişkileri online iki oyun üzerinden incelenmiştir. Ayrıca çevrimiçi oyunlarda tüketim alışkanlıklarının ele alınması, sanal ve gerçek arasındaki bağın gözler önüne serilmesinde de önemli olacağı için araştırma sorusu, doğrudan böyle bir noktaya işaret etmiştir. Böylelikle yapılan çalışma, araştırma kapsamındaki sorunun cevabına doğrudan ulaşmayı amaçlamıştır.

Çalışma yapılırken belirli kriterler ön planda tutulmuştur. Bu yüzden çalışma sırasında hangi noktalar üzerinde durulduğunu belirtmek önemlidir. Araştırmanın oyun kapsamı, *Metin2* ve *LoL* oyunlarıyla belirlenmiştir. Örnek olarak gösterilen iki oyun, çalışmanın temelinde bulunmaktadır. Ayrıca yine araştırmada yaş sınırı 15-40 arası olarak belirlendiği için diğer yaş grupları araştırma dışında bırakılmıştır. Bu da ayrı bir çalışma kapsamı olarak gösterilebilmektedir. Çalışma, toplamda yirmi oyuncu ile tamamlanmıştır. O yüzden çalışma yirmi kişinin verileri ile şekillenmiştir. Bunlarla birlikte deneyim gerekliliği de en az iki yıl olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla daha az ya da daha fazla süre oyun oynayan oyuncuların verilerine doğrudan ulaşılamamıştır. Yine araştırmanın farklı bir kapsamı, sadece "Sıkı Oyuncular"ın çalışmaya dâhil edilmesi olarak gösterilebilmektedir. Öte yandan, çalışmadaki diğer bir kapsam, nitel yöntemin tek başına kullanılmış olmasıdır. Böylelikle yöntemin kapsamını, nitel perspektif

belirlemiştir. Ayrıca çalışma kapsamı sadece Türkiye'deki oyuncuları temel almıştır. Bu yüzden yurt dışındaki oyuncuların verileri de çalışmanın dışında bırakılmıştır.

Araştırmada örnek olarak gösterilen iki oyunun tercih edilmesinde popülarite, ilgi ve ekonomik veriler etkili olmuştur. *LoL*'ün 2019 yılında en çok oynanan ve izlenen e-spor oyunu olması da bu ilgi ve popülariteyi ortaya çıkarmaktadır (Playerbros, 2020). Dolayısıyla çalışma da güncel oyunlar üzerinden yürütülmek istendiği için tüm bunlar önemli hale gelmiştir. Diğer yandan *LoL* oynayan oyuncuların, oyun içerisine para yatırma işlemleri de tüketici oyuncular anlayışı açısından önemsenmiştir. Böylelikle en güncel oyunlardan biri olan *LoL*, çalışma noktasında tüketim anlayışı açısından yüksek bir değere sahip olduğu için de tercih edilmiştir. Ayrıca *Metin2* de benzer sebeplerle çalışma içerisine dâhil edilmiştir. 2008 yılında ülkemizde yaklaşık bir buçuk milyon oyuncu sayısına sahip olan oyun, geçen zamanla birlikte gücünü kaybediyor gibi görünse de hâlâ belirli bir oyuncu kitlesine hitap etmektedir (Vecihibeyforum, 2008). Yine diğer birçok çevrimiçi oyunda olduğu gibi burada da ekonomik olarak belirli bir döngü vardır. Oyuncuların oyun içi ve oyun dışı gerçekleştirmiş oldukları tüketici davranışları, çalışmamız için önemli görülmüştür. Böylelikle *Metin2* ve *LoL*, gerek ekonomik harcamalar dolayısıyla tüketici perspektifi açısından, gerekse popülarite ve ilgi dolayısıyla güncellik açısından çalışma için uygun bulunmuştur. Son olarak çalışmayı gerçekleştiren araştırmacının, on iki yıldır çevrimiçi oyunlarla birlikte olması ve bu iki oyundaki bazı dinamikleri uzun zamandır gözlemliyor olması da seçim yaparken dikkate alınmıştır.

I. BÖLÜM

TÜKETİM DAVRANIŞLARI VE ÇEVRİMİÇİ OYUNLAR

Bu bölümde, tüketim ve tüketici kavramlarına dair anlamlara, bunların zaman içerisinde geçirdikleri süreçlere ve buradaki etkili unsurlara; bilgisayar oyunlarının geçmişine, yapısına, oyuncuların yapısına, örnek iki oyun olan *Metin2* ve *League of Legends*'a; oyuncuların oyun karakterleriyle arasındaki ilişkilere ve buralardaki maddi ilişkilere dönük kuramsal bilgiler verilmiştir.

1.1. Tüketim ve Tüketici Davranışları Kavramlarının Tarihsel Kapsamı

1.1.1. Tüketim Kavramı ve Üstlendiği Anlamlar

Tüketim; genel hatlarıyla üretilen mal veya hizmetlerin kullanılması ya da kullanılması için temin edilmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla sadece anlık bir kullanım, tüketim çerçevesini sınırlandırmamaktadır. Bu yüzdendir ki daha sonra kullanılmak üzere birçok ürünün satışı da tüketim kapsamında değerlendirilir. Bunun yanında, tüketim kavramı sadece ekonomik açıdan ele alınmamaktadır. Tüketim; ekonomik yansımasının dışında, psikolojik, toplumsal ve kültürel değerleri de içermektedir (Bocock, 1997). Yine aynı şekilde tüketim anlayışındaki kültürel etkinin, semboller ve göstergelerle, en az ekonomik etkiler kadar önemli olduğu da vurgulanmıştır (Albayrak ve Duyku, 2014: 52-55). Bu yüzdendir ki tüketim; anlık ya da daha sonra gerçekleştirilebilen, ekonomik, kültürel ve psikolojik alanları da içeren bir kavramdır.

Tüketim, sadece kapitalizme özgü bir kavram olmamakla birlikte, kapitalizm içinde farklı anlamlar ve içerikler kazanmıştır (Kurşun, 2018). Böylelikle tüketim kavramının, bazı açılardan sistem ile birlikte değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Kapitalist sistem ise var olduğu günden bu yana öyle ya da böyle, dönem

dönem meşruluk krizleri ile karşı karşıya kalmıştır. Lakin zamanla deneyimlenen sistem, yapısı gereği karşılaştığı bütün krizlerden bir şekilde kurtulmayı başarmış ve bunlardan da daha fazla güç kazanarak çıkmıştır. Örneğin 60'lı yılların sonunda dünyanın birçok yerinde yaşanan başkaldırı niteliğindeki hareketlerin kapitalist sisteme darbe vuracağı düşünülmüştür. Lakin durumun genel kriterleri ile bir değerlendirme yapıldığında anlaşılmıştır ki beklenilen ile gerçekleşen çok farklı yönlere savrulmuştur. Dolayısıyla anlaşıldığı gibi sistemle ilgili bütün bu beklentilerin ve gerçekleşenlerin, tüketim kavramını ele alırken ayrıca değerlendirilmesi önemli olacaktır.

80'lerden sonra kapitalizmdeki gözle görülür değişiklik, Doğu Bloku ülkelerini ve Batı'nın neredeyse tamamını etkisi altına almaya başlamıştır. Bu etkinin kurulmasındaki en önemli faktörlerden biri de "tüketim" anlayışındaki önemli değişikliklerdir. Özellikle tüketim ürünlerinin (gerek mal gerek hizmet) gösterişli sunumu ya da sunuluyor gibi yapılması da anlayışı kuvvetlendirmiştir. Hatta Baudrillard (Baudrillard 1988'den aktaran Bocock, 1997), tüketimin gereksinimden çok arzulara seslendiğini dile getirmiştir. Bu yorumdan da anlaşılacağı üzere en genel anlamı ile kapitalizm, durgunluk zamanlarında bile olsa bu kötü gidişatı etkisiz kılmış, sosyal ve kültürel bileşenlerle sürekliliğini sağlamıştır. Böylelikle bu sistem içerisinde şekillenerek farklı anlamları da bünyesine katan tüketim kavramı, görüldüğü gibi tarihsellik içerisinde farklı biçimlerde ortaya çıkabilmiştir.

Pre-kapitalist zamana uzanmak, süreci bir bütün olarak değerlendirmede fayda sağlayacaktır. Dolayısıyla serbest pazar oluşumundaki öncül bu durum iyi anlaşılmalıdır. Püriten kapitalistler dediğimiz anlayış, burada asıl olarak etken kesimi oluşturmaktadır. Çünkü bu anlayış, ahlaki olarak muhafazakâr bir yapıya sahiptir. Bu da ticari işlemler sonucunda elde edilen gelirin, doğrudan harcanmasından ziyade yeni yatırımlar için ayırılmasında etkili olmuştur (Bocock, 1997). Daha öncesinde böyle bir ahlaki ve sistematik anlayış belirgin bir şekilde kendini göstermediği için bu yeni durum

farklılıkları da beraberinde getirmiştir. Özellikle "standardizasyon"un temelleri de böylelikle ortaya atılmıştır, demek yanlış olmayacaktır. En nihayetinde gösterişsiz, tekdüze ve tutumlu yaşam biçimi üretimi, dolayısıyla tüketimi de bu doğrultuda etkilemiştir. Ayrıca alım-satımdaki değişimler beraberinde yeni bir sınıfı, burjuvaziyi getirmiştir (Sosyolojim, 2008). Bütün bunların temelinde ise iki büyük etken yatmaktadır: İlki, savaşların da etkisiyle birleştirilen ve geliştirilen yollar, ikincisi ise merkezi yerlerde kurulmaya başlanan büyük ticari alanlardır. İşte bu iki etken, birçok kişiyi tüketime doğru yöneltmiştir. Sosyo-kültürel olarak çeşitliliğin önemli ve ayırt edici olduğu pre-kapitalist dönemde, üretim, sadece üst kademelere seslenmemektedir. Artan üretim ilişkileri ile birlikte yeme, içme, giyinme gibi birçok şey, zamanın şartlarına göre zor olsa da farklı alt kültür ve sosyal gruplar tarafından benimsenebilmiştir (Özgürlük Dünyası, 1996). Daha önce de değinildiği üzere seri üretimin ilk belirtileri olarak gösterilen ve yaşamı değiştiren bu çabalar, asıl olarak "Fordizm" diye adlandırılan çalışmalarla somutlanmıştır (Tarihibilgi, 2020). Bu gelişmeler de nihayetinde tüketimde, boş zamanı ve geliri olanların baskınlığını kırmış, boş zamanı fazla olmasa da kendini geçindirmesine rağmen belirli bir artı geliri olanlara yeni fırsatlar sunmuştur.

Tüketim kavramı, ele alındığı döneme göre farklı olabildiği gibi, farklı perspektifler çerçevesinde de değişkenlik gösterebilmektedir (ekonomik, kültürel, sosyal). Dolayısıyla farklı görüşlerden beslenmek de konu üzerindeki çeşitlilik açısından önemli olacaktır. Kuzeydoğu Amerika ile Kuzeybatı Avrupa'nın, ticari işlemlerdeki rasyonalite ve defter tutma modelleri, diğer ülkelere göre farklılıklar göstermektedir. Weber (Weber, 1971'den aktaran Bocock, 1997), burada kültürel açıdan can alıcı bir noktaya değinmiştir. Çin, Hindistan ve birçok ülkede, ekonomi başta olmak üzere birçok şart kendiliğinden oluşmasına rağmen neden bu sistem buralarda doğmamıştır? Bunun cevabı ise basittir: Püriten anlayışın etkisi. Yani üretim sonucunda

elde edilen gelirin, doğrudan tüketim için kullanılmadan, yeni üretimler için saklanılması gerekliliği. Diğer yandan bu yeni durum felsefi açıdan, Marx (Marx, 1959'dan aktaran Bocock, 1997) ile de değerlendirilebilmektedir. "Yabancılaşma" kavramı, gerek tüketimin gerekse üretim ilişkilerinin, değişikliğinden esinlenilerek yaratılmıştır. Bu da hem hukuki hem de ayni düzeyde, Marx (1959) tarafından detaylandırılmıştır. Nihayetinde tüketim konusunda birçok ismin ortak noktası da "satın alma eylemi"nin, "satın alma fikri"ne dönüşmesi üzerine olmuştur.

SSCB-ABD ikiliği, kapitalizm ve komünizm göstergesi olarak da kimi zaman değerlendirilebilmektedir. Özellikle tüketim konusunda, semboller ve değerler açısından eksik kalan Doğu Bloku ülkeleri, zamanında canlı örnek teşkil edebilmişlerdir. Çünkü özünde modern tüketim, özgün değerlerin bazılarınca benimsenmesine ve yaratılan ürünlerin satılmasına bağlı olmuştur (Durgun, 2013). Bu yüzden çerçevenin dışında kalan ülkelerin farklı desenlerle şekillendiğini görmek de zor olmamıştır. Ayrıca tüketim, semboller ve şekillerle daha da girift hale geldiği için, bazı kültürlerce zaman içerisinde geriden takip edilebilen bir hâl almıştır. Bu da satış yapan şirketlerin ya da satıcıların, insanların benimseyebileceği ve onların yaşamlarına uygun olabilecek sembolleri tercih etmesine yol açmıştır. Özellikle Batı'da mitsel öğelerden de yardım alınarak bu semboller, tüketim üzerinde daha etkili hale getirilebilmişlerdir. Böylelikle ekonomik sermayenin yanında kültürel sermayenin etkililiği artırılmıştır. Baudrillard (1988) ise bu kadar anlam taşıyabilen sembollerin, tüketimle eş tutulabileceğini bile dile getirmiştir, çünkü anlamların onlarla üretildiğini savunmuştur. Ayrıca tüketim eylemi yerine tüketim fikrinin ön plana çıktığını tekrar tekrar dile getiren Baudrillard (1988), kişilerin, kimliklerini bunlar üzerine inşa edebileceğine de vurgu yapmıştır. Nihayetinde bitmeyen bu inşalar, birçok kişinin ortaklaşa kabul ettiği, "tüketimin, somutluktan çok fikirlerde oluşan olgusu sebebiyle hiçbir zaman tam doyum sağlayamayacağı" iddialarını da doğrular görünmektedir.

Modern koşullardan farklı olarak postmodern koşullarda bireyler, sürekli olarak değişim halindedirler (Bocock, 1997). Artık gerek kişisel, gerekse yaş, meslek vb. gibi farklı değişkenler, sınırlar arasılığın esnemesinde etkili olabilmektedir. Geçişlerden ötürü sabit sınırlar ve sınırların grupları da karma hale gelebilmektedir. Özellikle postmodernizm ile birlikte, üst sınıfları taklit etme yerine kendi tarzını bulma çok daha yaygın hale gelmiştir. Ayrıca bu esneklikler arasında psikolojik etkenlere de bakmak önemlidir. Çünkü küçüklükten itibaren arzulamayı öğrenmek, kapitalist sistemde özellikle modern-postmodern tüketim anlayışına hizmet etmektedir. Bu da psikanalitik perspektifin önemine dikkat çekmektedir. Örneğin bebeklerin, konuşmadan önce göz yolu ile temas kurması, ilerleyen zamanda tüketim alışkanlığı için üreticiler tarafından alıcının gözüne hitap etme gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu kadar detaydan da anlaşılacağı üzere, özellikle postmodern tüketim anlayışı birçokları için ikinci doğa olarak değerlendirilmektedir (Bocock, 1997). Diğer yandan, cinsiyet meselesi de bu dönemde sınırları neredeyse belirsizleşen alanlara dâhil olmuştur. Üretimin erkek, tüketimin kadın egemenliğinde olduğu düşüncesi çok geride kalmıştır. Çünkü "arzunun alışkanlığı" olarak adlandırılan, tüketimin ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan desteklendiği bu anlayış, 20. yüzyıl sonu ile neredeyse tüm dünyaya tamamen hâkim olabilmiştir.

Böylelikle genel olarak anlaşılabilmektedir ki tüketim anlayışı, yıllar içerisinde sadece ekonomik vazife üstlenmekle kalmamış, aynı zamanda birçok farklı etkeni de bünyesinde barındırabilmiştir. Böylelikle hem o an hem de daha sonrası için alınan birçok ürün, birçok bileşenle birlikle tüketim anlamlarını da oluşturabilmiştir.

1.1.2. Tüketici Davranışı Kavramı ve Bu Kavramın Üstlendiği Anlamlar

Tüketici davranışı; en genel anlamıyla pazar yerinde tüketicinin davranışını inceleyen ve bu davranışın nedenlerini araştıran uygulamalı bir bilim dalıdır (Odabaşı

ve Barış, 2008: 16). Kişiler tüketim davranışlarını gerçekleştirirken birçok şekilde davranabildiklerinden, pazarlama açısından buralara odaklanmak önem taşımaktadır. Bu yüzden birçok farklı davranış yine önem arz edebilmektedir. Mağazalarda ya da ürünlerin satıldığı yerlerde müşteri olmadan, doğrudan bu ürünlerin satın alınıp kullanılmasına kadar geçen süreç tüm bu detaylar yüzünden ön plana çıkmaktadır.

Şirketler ve ülkeler için pazarlama ve dolayısıyla tüketici davranışı, kilit bir noktada yer almaktadır. Çünkü ülkelerin ciddi anlamda gelişebilmeleri doğrudan ya da dolaylı olarak kapitalist sistem içerisinde, müşterilerin, tüketicilerin ve en nihayetinde halkın doğru analiz edilmesiyle mümkün olabilmektedir. Aynı durum şirketler açısından da geçerli olmaktadır. Hem ülkelerin gelişimi için hem de doğrudan kendileri için müşterilerin iyi anlaşılması bir tür zorunluluk taşımaktadır. Böylelikle de şirketler, kurumlar, kuruluşlar vs. tüketici davranışları ile birlikte olmak zorundadır.

Tüketici davranışlarına yönelik olarak bazı başlıkları öne çıkarmak mümkün görünmektedir. Tüketici davranışlarına yönelik olarak yedi ana özellik (Wilkie, 1986: 10-20'den aktaran Odabaşı ve Barış, 2008: 30) burada dikkatleri toplamaktadır. Öncelikle tüketici davranışı güdülenme ile iç içe geçmiş bulunmaktadır. Yani sonucuna varılamayan herhangi bir tüketici davranışı olumsuz neticeler doğurabilmektedir. Bu yüzden istenilen neticelere ulaşmak için gerekli adımların atılması önem taşımaktadır. İkinci olarak tüketici davranışı, dinamik yapıya sahiptir. Yani herhangi bir işlem gerçekleştirildikten sonra bu davranış nihayete ermemektedir. Çünkü satın alma öncesi, satın alma anı ve satın alma sonrası burada kendini göstermektedir. Üçüncü olarak bu davranış, çeşitli faaliyetleri bünyesinde barındırabilmektedir. Yani kişiler herhangi bir şeyi satın almak istediklerinde kafalarında belirli planlarla yola çıkabilmektedirler. Lakin öte yandan kendiliğinden gelişen durumlar da söz konusu olabilmektedir. Bu yüzden planlı olan ve olmayan durumların da varlığı mümkün görünmektedir. Dördüncü olarak bu davranışlar, karmaşık bir yapıla sahip olabilmektedir ve zamanla

farklılaşabilmektedir. Kişiler, gerek sanal ortamda gerekse gerçek ortamda birçok yeri gezebilmektedirler. Böylelikle birçok farklı ürün de kendilerine sunulabilmektedir. Bu durum düşünme sürecini de işe dâhil edebilmektedir. Öte yandan tür, cins, renk ve zaman gibi meseleler de burada etkili olmaktadır. Bu da durumu karmaşık bir yapıya sokarak zaman zaman farklılıkların ortaya çıkmasına zemin hazırlayabilmektedir. Beşinci olarak tüketici davranışı, birçok değişik rol ile anılabilmektedir. Başlatıcı rolde olan kişi herhangi bir eksikliğin ya da isteğin varlığından söz edebilmektedir. Etkileyici rol ise bilerek ya da bilmeyerek karara etki edebilen bir yapıya sahiptir. Karar verici rolde olan ise genel olarak maddi açıdan ön plana çıkabilmektedir. Satın alıcı rol ise eylemi gerçekleştiren kişileri kapsamaktadır. Son olarak kullanıcı da en son aşamada ürünü istediği gibi kullanan kişi olarak belirlenmektedir. Altıncı özellik ise çevre faktörlerin etkisini göstermektedir. Kişilerin çevresindeki mikro ya da makro yapılar bu durumu sağlayabilmektedir. Bu olumlu ya da olumsuz şekilde nihayetlenebilmektedir. Son olarak yedinci özellik ise tüketici davranışlarının, farklı bireylerde değişiklikler gösterebileceğine dairdir. Bu, doğal olarak karşılanabilecek noktalar arasında gösterilebilmektedir çünkü birçok farklı kişi birçok farklı düşünce demektir. Böylelikle aynı etkilerin farklı şekillerde tepkiler doğurabileceği kaçınılmazdır. O yüzden olabildiğince tüketiciyi tanımak ve bunların davranışlarını bilmek önemli olmaktadır.

Böylelikle anlaşılmaktadır ki tüketici davranışı kavramı birçok açıdan farklı anlamları taşıyabilen bir yapıya sahiptir. Bu yüzden gerek ülkelerin, gerek şirketlerin, gerekse birçok kurum ve kuruluşun buraya önem vermesi kaçınılmaz olmaktadır.

1.1.3. Tarihsel Süreç İçerisinde Pazarlama Anlayışı ve Tüketim

Geçen zamanla birlikte pazarlama anlayışında değişimler sürekli var olmuştur. Özellikle bu noktada beş ayrı dönem önemli görünmektedir (Korkmaz vd., 2009: 29-41).

1.1.3.1. Üretim Odaklı Pazarlama ve Tüketim

Üretim anlayışı çerçevesinde kendini gösterebilen pazarlama, özellikle arz ve talep arasındaki meselelerden ötürü var olabilmiştir. Bu dönemde temel olarak tüketicilerin ne istedikleri ya da ne bekledikleri değil, şirketlerin ne ürettikleri önemli görünmektedir (Bayes, 2017). Çünkü talebin arzdan çok daha fazla olması, tüketiciyi ne bulurlarsa onları almaya yöneltmiştir. Özellikle büyük üretimlerin ve seri üretimlerin gerçekleştirildiği bu dönem temel olarak tüketici odaklı olmaktan ziyade üretim odaklı olarak ortaya çıkmıştır. Üretim kapasitelerinin geliştirilmesi ve bu üretilenlerin dağıtımı için oldukça fazla çaba sarf edilmiştir. Ayrıca bu noktada tüketicilerin ne istedikleri doğrudan önemsenmemiş ve üretilen ne ise onların alınması uygun görülmüştür. Böylelikle kişilerin ihtiyaçlarını da üreticiler belirlemiştir. Bu pazarlama anlayışındaki temel nokta, olabildiğince en düşük maliyet ile çok daha fazla üretim yapmaktır (Bayes, 2017). Kişiler genel olarak kolay bulunabilen ve el yakmayan ürünleri tercih ettikleri için şirketler, bu dönemde temel olarak böyle davranmayı uygun görmüşlerdir. Böylelikle çok daha fazla ürün ortaya çıkarılarak ve bunların dağıtımları sağlanarak, tüketici ile bir olunmaya gayret edilmiştir. Diğer açıdan tüketim de doğal olarak bu çerçevede kendini gösterebilmiştir. Pazarlama anlayışındaki bu yönlü gelişim, tüketiciyi de birçok açıdan etkilemiştir. Burada tüketiciler doğrudan özel isteklerini belirten, ne isterlerse hemen ulaşmak isteyen, birçok tür arasında seçim yapmaya bayılan biçimde değillerdir. Daha çok kısa yoldan ve ucuz şekilde, ne varsa onları almaya özen gösteren bir yapıya sahiptirler.

1.1.3.2. Ürün Odaklı Pazarlama ve Tüketim

Ürün anlayışı çerçevesine kendine yer bulan pazarlama, bu noktada doğrudan ürünleri merkeze almıştır. Bir önceki dönem olarak adlandırılabilecek üretim yerine doğrudan ürün mantığı gelmiştir (Saruhan, 2010). Burada önemli olan, olabildiğince

kaliteli ve daha iyi performans verebilen ürünlerin piyasaya sürülmesidir. Böylelikle herhangi bir ekstra mücadeleye girişilmeden, ürünlerin, kendilerini satabilecekleri düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Sonuçları her ne kadar tartışmalı olsa da bu durum tüketim alışkanları noktasında etkili olmuştur. Çünkü o anki durum gereği tüketiciler, genel olarak bu anlayışla hareket etmişlerdir. Özellikle birçok ürün arasından kaliteli olarak görülenlerin ve daha iyi performans vereceğine inanılanların tercih edildiği bu dönem bazı açılardan eksik kalmıştır. Çünkü yine burada, tüketicilerin neleri bekledikleri göz ardı edilmiş ve birçok nokta eksik bırakılmıştır. Kaliteli ve iyi performans verebilen ürünlerin her zaman kendilerini sattırabilecekleri düşüncesi burada etkili olmuştur. Öte yandan tüketiciler de bu noktada tüketim alışkanlıklarını belirlemişlerdir. Özellikle çok daha iyi olduklarına inandıkları ve daha iyi performans verebileceğini düşündükleri ürünlere özen göstermişlerdir. Lakin bu pazarlama düşüncesinin ve tüketim yapısının ne kadar başarılı olduğu her zaman tartışılmaya açık olarak kalmıştır.

1.1.3.3. Satış Odaklı Pazarlama ve Tüketim

Satış anlayışı çerçevesinde kendine yer bulabilen pazarlama, bu perspektifte temel olarak satış mantığını bünyesinde barındırmıştır. Genel olarak satışın geliştirilmesine odaklanan bu anlayış, satış yapısına diğer dönemlere göre çok daha fazla önem vermiştir (Tekin, 2016). Ayrıca bu noktada reklam girişimlerine ve tutundurmaya da gerekli ilgi gösterilmeye yavaş yavaş başlanmıştır. Lakin tüketicilerin, ürünler hakkındaki yetersiz bilgileri ve olaya dâhil olamamaları, önceki dönemlerde olduğu gibi birçok sıkıntıyı da beraberinde getirmiştir. Çünkü yine burada tüketiciler ve üreticiler arasında uzun süreli ilişkilerin varlığından söz etmek pek de mümkün değildir. Özellikle satış öncesi araştırma ve satış sonrası geri bildirim alma gibi temel noktalar henüz istenilen noktaya gelememiştir. Bu yüzden tüketici ve üretici arasındaki ilişkiler

kısa ve beklenilenin altında kalmaktadır. Diğer yandan piyasadaki hâkim güç yine üreticilerdir. Bu dönem de doğal olarak öncekiler gibi müşterilerin beklentileri ya da isteklerine odaklanmak yerine farklı bir noktaya yüzünü çevirmiştir. Bütün bunlar yine tüketiciler için alışkanların belirlenmesinde önemli görünmektedir. Genel olarak kişiler şirketlere kâr kaynağı olarak görünmektedirler. Tüketiciler de istediklerini net bir şekilde belirtememekle birlikte, piyasada var olanlara yönelmektedirler. Lakin burada tekrar bir şeyden bahsetmek önemlidir, tüketiciler her şeye boyun eğen olarak da görülmemelidirler. Ama baskın olarak tekrar söylemek gerekirse üreten kesim, tüketenlere göre daha bağımsız hareket etmeye devam etmektedir.

1.1.3.4. Pazarlama ya da Modern Pazarlama ve Tüketim

Pazarlama ya da modern pazarlama anlayışı çerçevesinde gerçekleştirilen pazarlama işlemleri, daha önceki dönemlere göre belirgin şekilde farklılıklar gösterebilmektedir. Bu dönemde temel olarak merkeze alınan nokta tüketicidir. Önceki dönemlerde olan ürün, satış, üretim ya da benzeri şeyler en öne konulmaktan vazgeçilmiş, merkeze tüketici alınmıştır (Yoluk, 2016). Burada artık ürünleri müşterilere uydurmaktan ziyade, müşteriye göre ürün bulmak esas alınmıştır. Artık tüketicilerin istek ve ihtiyaçları değerlendirilmeye başlanmış ve buraya dönük hamleler gerçekleştirilmiştir. Böylelikle yavaş yavaş günümüz için daha bilindik olan tüketici kavramı ortaya çıkmaya başlamıştır. Burada özellikle tüketiciler için ayrı bir değer belirtilmiştir. Bu yüzden üreticiler farklı mal ve hizmetleri ortaya sokarak farklılaşmaya çalışmışlardır. Tüm bunlar doğal olarak tüketicilere de yansımıştır. Tüketiciler, elde etmiş oldukları artı gelirlerle birlikte, çok daha fazla seçim yapabilir hale gelmişlerdir. Böylelikle tüketiciyi tatmin etme de önemli olmuştur. Artık kişiler kendi isteklerine cevap verebilecek yerlere yönelmeye başlamışlardır. Bu noktada ayrıca tüketicilere dönük olarak yine pazar araştırmalarının da ciddi anlamda başladığını söylemek

mümkündür. Böylelikle önceki dönemlerden çok daha farklı olarak merkez değişmiş ve anlayış da bu yöne doğru evrilmiştir.

1.1.3.5. Bütünsel Pazarlama ve Tüketim

Bütünsel pazarlama anlayışı çerçevesinde yürütülen faaliyetler birçok açıdan varlığını korumaktadır. Son zamanlarda baskın bir şekilde görülmeye başlanan ve etkinliğini de bir hayli artıran bu anlayış, pazarlamanın her şeyle ilgilenmek zorunda olduğuna inanmaktadır. Dolayısıyla bu noktada birbirinden farklı birçok bileşen de olaya dâhil olmaktadır (Kotler ve Keller 2006: 19'dan aktaran Korkmaz vd., 2009: 33). Öncelikle üreticiler, tüketicilerle uzun süreli ilişkilerin ciddi anlamda önemli olduğuna tam anlamıyla kanaat getirmişlerdir. Böylelikle hem tüketicilerin kısa süreli istekleri yerine getirilmiş hem de uzun vadede bu kişilerle bağlar kurulmuştur. Diğer yandan gerekli kâr hedefine ulaşmak ve bu noktada kanalları doğru kullanmak oldukça stratejik görülmüştür. Bu yüzden bu noktalara da daha fazla dikkat edilmeye başlanmıştır. Özellikle iletişimin gücü burada ayrıca ele alınmış ve kişilerle ayrı bir ilişki anlayışı geliştirilmiştir. Öte yandan şirketlerin ve üreticilerin, kendi içlerinde de tüketiciler barındırabildikleri anlayışı belirmiştir. Böylelikle üretimde var olan potansiyel de devreye sokulmuştur. Bunlarla birlikte sosyal sorumluluk alanına da değinilmiş ve buralardaki sıkıntıların önlenmesi de gerekli görülmüştür (Koyun, 2019). Bu çerçevede, üreticilerin gerçekleştirdikleri faaliyetler sonucunda nelerin ortaya çıktığı değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Böylelikle toplumun refahının da en az şirketlerin kâr elde etme istekleri kadar önemli olabileceği anlayışı doğmuştur. Tüm bunlar ise göz önüne alındığında genel bir çerçeveyi sunmak uygun görünmektedir. Artık şirketler, insanlara dikkat ederek topluma, tüketicilerin isteklerini yerine getirerek satış memnuniyetine, kazançlarla birlikte de son aşamada kendi bünyesine fayda sağlayabilmektedir. Nihayetinde bütün bu tablo tüketim anlayışını da değiştirmektedir.

Artık tüketiciler, isteklerini doğrudan söyleyebilir hale gelmişlerdir. Öte yandan kişiler, şikâyetlerini de aynı şekilde belirtebilmekte ve daha iyi hizmet almayı talep edebilmektedirler. Böylelikle anlaşılmaktadır ki bütünsel pazarlama ile birlikte tüketim de genel anlamıyla farklı yönlere çekilebilmiştir. Güncellenen mekanizmalar, gerek üreticileri gerekse tüketicileri farklı açılardan bir araya getirmeyi başarabilmiştir. Tüm bunlar da en başından beri farklı anlayışlarla birlikte gelen pazarlamayı ve tüketimi, yıllar içerisinde değişik başlıklarda değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

1.1.4. Tüketicide Duyum ve Algılama Süreci

Tüketici, birçok açıdan değerlendirilebilmekte ve ele alınabilmektedir. Özellikle bu noktada psikolojik etkenler de göz önünde bulundurulmak zorundadır. Çünkü satın alma davranışını incelemek, birçok bileşeni de olaya dâhil edebilmektedir. Bu yüzden algılama ve duyum süreçlerine de değinmek önemlidir. Duyum genel olarak, etraftaki herhangi bir uyarıcının duyu organları tarafından alınıp, beyne aktarılmasıdır. Algı ise gelen uyarıcıların duyumlar tarafından anlamlı hale getirilmesi, yorumlanmasıdır (Odabaşı ve Barış, 2008: 128). Bu süreçler basit olarak görülmemelidir. Çünkü kişilerin daha önce yaşamış oldukları deneyimler ve birçok şey bu süreçleri doğrudan etkileyebilmektedir. Bu da doğrudan ya da dolaylı olarak tüketici davranışları üzerinde etkili olabilmektedir. Kişiler her an her yerde birçok farklı mesajla karşı karşıyadırlar. Dolayısıyla bu mesajlar arasından bazıları ancak doğrudan tüketiciler ile buluşabilmektedir. Çünkü bireyler, mümkün olduğu kadar duymak istedikleri şeyleri duyup, görmek istedikleri şeyleri görmek istemektedirler. Bunların dışında kalan ya da aralara serpiştirilen birçok şey olumsuz olarak anlaşılabilmektedir. Bu yüzdendir ki tüketicilere dönük olarak yapılması gereken hamleler dikkatli bir şekilde belirlenmek zorundadır.

Tüketiciler, duyum ve algılama süreçlerinde hem içsel hem de dışsal faktörlerle bir olabilmektedirler (Gümüşay, 2014). Dolayısıyla birçok nokta satın alma üzerinde önemlidir. Burada ilk izlenim ve kişilerin etkilenmesi de oldukça dikkat edilmesi gereken hususlardandır. Çünkü kişiler, karşılaştıkları ürünlere karşı ilk bakışta belirli yorumlar getirebilmektedirler. Bu yorumlar doğal olarak olumlu ve olumsuz şekilde kendini gösterebilmektedir. O yüzden piyasaya çıkarılacak ürünlerin, ya da var olanların çok daha iyi algılanabilmesi için birçok bileşenin göz önünde bulundurulması önemlidir.

Ürünlerin daha iyi tutundurulabilmesi, ürünlere daha iyi farklılaşma yapılabilmesi ve tüketiciye daha iyi anlam verilebilmesi için bazı başlıkları ayrıca incelemek anlamlıdır. Burada özellikle renk, tat, dokunma, koku ve ses en önde gelenlerdendir (Odabaşı ve Barış, 2008: 138-146).

Renkler, gerek kültürlerden, gerekse kişisel ve çevresel durumlardan yola çıkılarak yorumlanabilmektedirler. Farklı renklerin farklı sembollerle ifade edilişlerini bile görmek mümkündür. Bu yüzden renkler, tüketim açısından da birçok anlam ifade edebilmektedir. Gerek belirli zaman dilimlerinde belirlenen moda renkler, gerekse bazı mal veya hizmetlerle özdeşleşen renkler burada gösterilebilmektedir. Hatta bazen uyumlu renklerin olumlu etki yaratabileceği gibi zıt renklerin de uyum yaratması mümkün olabilmektedir.

Tatlar, doğrudan kültürlerden ve coğrafyadan etkilenmektedir. Tüketicilerin yaşamış oldukları yerler, oralarda yaygın olarak kullanılan malzemeler bunlara en büyük örneklerdendir. Kimi yerlerde acılı, kimi yerlerde tatlı, kimi yerlerde ise daha baharatlı yiyeceklerin çokça tercih edilmesi, üreticiler tarafından dikkat edilmesi gereken noktalardandır. Böylelikle tüketicilerin duyum ve algılarına dair hamleler daha doğru bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir.

Dokunma, her şeyden önce yine kültürlerle açıklanabilecek olgulardandır. Çünkü bölgelere göre temas etme biçimleri ve oranları dünya üzerinde farklıdır. Bu yüzden tüketim davranışları açısından da burası önemlidir. Herhangi bir ürünün, dokunularak hissedilmesi ve bunun sonucunda bazı değerlere varılması olasıdır. Lakin hangi ürünün nasıl algılar yaratacağı esas meseleyi oluşturmaktadır. Kişiler, temas ve dokunma neticesinde elde ettikleri algılar ile farklı türden tüketici davranışı gerçekleştirebilmektedirler.

Koku, birçok alanda önemli olduğu gibi tüketim ilişkilerinde de ön planda gelmektedir (Hürriyet, 2006). Yine kültürlere ve bölgelere göre farklı yorumlar barındırabilen kokular, ürünler için oldukça önemlidir. Çok daha güzel kokan ürünlerin, çok daha kötü ya da belirsiz kokan ürünlere göre dikkat çekebileceği aşikârdır. Dolayısıyla ürünlerin, ürünlerin satıldığı mekânların ve buralarda çalışan kişilerin nasıl koktukları önemli olmaktadır. Öte yandan herhangi bir kişi için iyi olabilen bir koku, başka bir kişi tarafından beğenilmeyebilmektedir. Bu yüzden tüketiciler için olumlu algılar yaratabilecek farklı türden kokulara dikkat etmek anlamlıdır.

Ses, tüketim üzerinde etkili olan noktalardandır. Tüketiciler almak istedikleri ürünleri incelerlerken, sese de oldukça fazla dikkat etmektedirler. Önceki deneyimlerden kalan bazı bilgilerin test edilmesi, ürünlerin gerçekten kaliteli olup olmadığının anlaşılması burada mümkündür. Seslerin, diğer bileşenlerle birlikte farklı algılar oluşturarak hafızalara kazınması da yine dikkat çekici olabilmektedir. Böylelikle tüketicileri birçok açıdan yakalamak mümkün görünmektedir.

1.1.5. Tüketici Davranışında Etkili Olan Sosyal ve Kültürel Unsurlar

Tüketici davranışlarında etkili olan sosyal ve kültürel durumlardan bahsetmek önemlidir. Çünkü tüketicilerin hangi hassas noktalardan etkilendiklerini bilmek gerek üreticiler gerekse bizzat tüketicilerin kendisi için önemli olabilmektedir. Bu yüzden

birçok farklı ana noktayı burada incelemek kaçınılmazdır. Bunlar genel anlamıyla aile, danışma grupları ve kültürel değerler ve normlar olarak sıralanabilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2008).

1.1.5.1. Aile

Aile, birçok noktadan ele alınması gerekli olan başlıklardan biridir. Gerek buradaki farklı yaş kesimleri, gerek kişilerin tercihleri, gerekse yaşanılan coğrafya tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olabilmektedir (Aygün ve Kazan, 2008). Aile, hem cinsiyet hem de farklı yaş aralıkları açısından pazarlamacılar için kilit noktadadır. Herhangi ortalama bir ailede en azından üç veya dört kişi bulunuyor olması ve bunların da genel olarak yaşlarının farklı aralıklarda olması tüketim açısından kritiktir. Ayrıca eşler, kullandıkları ürünler bakımından da çoğu zaman ayrılabilmektedirler. Her ne kadar küreselleşen bir sistemi kabulleniyor olsak da genel olarak, mutfak eşyalarının kadınlar, arabaya ya da bahçeye dönük eşyaların ise erkekler tarafından takip edildiği yadsınamamaktadır. Öte yandan duygusal olarak da kişiler birbirlerini etkileyebilecekleri için aile, bir bütün olarak da değerlendirilmeye tabi tutulmalıdır. Yıl sonunda herhangi bir tatil yeri için yapılan plan, en nihayetinde tüm aileyi kapsayacaktır. Öte yandan buradaki hane halkının sayısı da önemli olmaktadır. Herhangi bir aile üç kişi olabileceği gibi on üç kişi de olabilmektedir. Bu yüzden çocuklara, yetişkinlere ve yaşlılara göre planlar yapmak, tüketim için önemli olacaktır. Ayrıca doğrudan cinsiyet üzerine de taktikler geliştirilebilmektedir. Özellikle anne ve babaların erkek ve kız çocuklarıyla aynı şekilde giyinebilmesi için kombinlerin oluşturulması bunlara örnek gösterilebilmektedir. En nihayetinde anlaşılmaktadır ki aile, tüketim alışkanlıkları için oldukça önemlidir. Gerek bireyler kendi içlerinde ayrı olarak, gerekse bir bütün olarak değerlendirilebilmektedir. Böylelikle bireylerin

davranışları incelenebilmekte ve onlara göre programlar hazırlanabilmektedir. Bu durum gerekli şekilde yapıldığında ise iki tarafın da memnun olması mümkündür.

1.1.5.2. Danışma Grupları

Danışma grupları, kişilerin hangi biçimde davranacağını belirleyebilen değerler topluluğudur (Odabaşı ve Barış, 2008: 229). Kişiler, gerek bireysel olarak gerekse toplu bir şekilde yaşamlarını sürdürebilmektedirler. Ama insan doğası gereği genel olarak sosyalleşmek, kaçınılmaz görünmektedir. Bu yüzden tüketiciler de birçok açıdan birçok farklı toplulukla bir araya gelebilmektedir. Bu gruplar içerisinde bazıları vardır ki diğerlerinden çok daha fazla etkili olabilmektedir. Dolayısıyla "danışma" kelimesinin anlamı da çok daha net bir şekilde anlaşılmaktadır. Tüketiciler, en nihayetinde insan oldukları için bu gruplara çoğu zaman dâhil olmaktadırlar. Bu topluluklar içerisinde tüketim davranışları, birbirlerine benzeyebilmektedir. Örneğin, herhangi bir konser ya da topluluk alanına gidildiği zaman, grup üyelerinin çoğunluğunun yaptığı herhangi bir tüketim davranışı, doğrudan ya da dolaylı olarak diğer kişileri de etkileyebilmektedir. Bu durum bağlantılı olarak hemen herkese yansıyabilmektedir. Öte yandan, herhangi bir gruba aidiyet hissedildiği zaman, o an o grup içinde olunmasa bile davranışlar oraya göre biçimlenebilmektedir. Bu gerek iş ortamı, gerek arkadaş ortamı, gerek dini ortam, gerekse farklı sosyal statülerin olduğu ortamlar olabilmektedir. Dolayısıyla tüm bunlardan ortak bir sonuç çıkarmak mümkündür. Tüketiciler, içinde bulundukları gruplardan akıl danışarak tüketim alışkanlıkları gerçekleştirebilmektedirler. Çünkü herhangi bir yere aidiyet, ayni düzeyde de olabilmektedir. Toplum içerisinde belirli bir üst gruba dâhil olmak yine herhangi bir eşya göstergesi ile olabilmektedir. Öte yandan daha basit düzeyde dâhil olunan danışma grupları da kişileri etkileyebilmektedir. Bu yüzden danışma gruplarının hemen her zaman tüketiciler üzerinde tüketim davranışı için belirleyici bir rolde olduğu söylenebilmektedir.

1.1.5.3. Kültürel Değerler ve Normlar

Kültür, toplumun temelinde olan en önemli noktalardan biri olarak değerlendirilebilmektedir. Çünkü kişiler, gerek davranışlarını gerekse yaşamlarını bu perspektife göre çoğu zaman şekillendirmektedir. Kişiler, tüketici bazında da burada ele alınabilmektedirler (Papatya, 2014). Çünkü tüketim de kültürle birlikte çoğu zaman hareket edebilmektedir. Çok büyük hazır yiyecek firmalarının ülkelerin kültürüne göre değişiklikler yapması buna örnek gösterilebilmektedir. O coğrafyada yaşayan insanlara hitap etmek mecburen bunu gerektirmektedir. Öte yandan kültürel değerler, toplum içerisinde daha çok görülerek benimsendiği için tüketim davranışları da bundan nasibini alabilmektedir. Özellikle daha pahalı otomobillerin statüyü göstermesi, herhangi bir adak yerine eşarp bağlanması, bayramlarda farklı türden hediyelerin alınması, farklı yüzük türlerinin doğrudan evliliği temsil etmesi bunlara örnek gösterilebilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2008: 316-317). Böylelikle görülmektedir ki kültürel değerlerin tüketici davranışında etkisi vardır. Tüketiciler, içinde bulundukları kültüre göre de birçok kez tüketim davranışında bulunabilmektedir. Ve bu durum hayatın birçok alanına da sızabilmektedir. Yine aynı şekilde normlar da burada geçerlidir. Normların yaptırım gücünün bulunması, olayı çok daha farklı yerlere götürebilmektedir. Özellikle dini anlayışlar burada geçerli olabilmektedir. Herhangi bir dine mensup birinin, o dinin yasaklarını çiğnemesi mümkün görünmemektedir. Farklı dinlerin normlarına göre domuz etinin yenmemesi, salyangozun yenmemesi, devenin yenmemesi ya da tavşanın yenmemesi gerekmektedir. Dolayısıyla böyle bir coğrafyada üreticiler, bunları görmezden gelirlerse tabii ki başarısız olacaklardır. Bu yüzden normların da tüketim davranışları üzerinde etkili olduğu bir kez daha görülmektedir.

1.1.6. Tüketimin Sanal Ortamdaki Tezahürü

Tüketim davranışı, her ne kadar yaşam içerisinde gerçek ortamlarda kendini gösteriyor olsa da artık günümüzde git gide sanal ortamın ağırlığından bahsetmek kaçınılmaz olmuştur. Zamanla birlikte gelişen teknolojiler, sanal ortamın varlığını üst düzeye çıkarmıştır. O yüzden tüketim davranışlarının da buradan etkilenmemesi söz konusu değildir (Şahin, 2017). Özellikle dünya çapında çok büyük olan satış mağazaları, diğer bir koluyla sanal ortamda da gelişmektedir. Böylelikle sadece bölgesel olmaktan çıkılmakta, tüm dünyaya kucak açılmaktadır. Bu durum internet üzerinden kazanç sağlama olarak da ifade edilebilmektedir (Kırcova 1999'dan aktaran Korkmaz vd., 2009: 75). Çünkü internetten birçok açıdan faydalanmak mümkündür. Özellikle bu durum hem üreticiler hem de tüketiciler açısından geçerli olabilmektedir. Örneğin zaman ve yer bakımından tasarruf etmek internet ile mümkün olmaktadır. Çünkü üreticiler ürünleri için ekstra bir alan kiralamak zorunda kalmayacaklardır. Öte yandan zaman da yine internetle birlikte çok daha elverişli kullanılabilir hale gelmiştir. Artık yedi gün yirmi dört saat açık kalan mağaza sitelerini görmemiz kaçınılmazdır. Ayrıca birçok farklı coğrafyaya da ulaşmak böylelikle mümkün olmuştur. Gerekli işlemler yapıldıktan sonra sınırlar ötesi birçok ülkeye kucak açmak çok daha kolay hale gelmiştir. Bunlar genel olarak üreticiler tarafından olumlu karşılanan durumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan doğrudan tüketicileri de etkileyen kısımlar vardır (Senkaya, 2013). Yine zaman bakımından kişiler, istedikleri saat aralığında internet üzerinden sipariş verebilmektedirler. Bunlarla birlikte gece yarısı herhangi açık bir mekân çoğu zaman bulunamazken, internet sitelerine uğramak yine mümkün görünmektedir. Ayrıca tüketiciler, birçok kombinasyonu da internet üzerinden deneyimleme imkânına sahip olmaktadırlar. Tüm bunlar da bize göstermektedir ki internet ortamı tüketim alışkanlıklarını birçok yönden etkileyebilmektedir. Ve bu etkiler çoğu zaman olumlu sonuçlarla birlikte değerlendirilmektedir. Çünkü artık kişiler,

dolayısıyla tüketiciler, gerek mobil cihazlarıyla, gerek doğrudan internetle sürekli iç içedirler. Bu durum da ister istemez tüketim alışkanlıklarının başka bir âleme taşınmasına yol açmaktadır.

1.2. Çevrimiçi Oyun Anlayışı ve Literatürde Oyunlar

1.2.1. İnternet Anlayışı ve İnternetin Kısa Tarihçesi

İnternet, birden fazla bilgisayar ve bilgisayar sistemlerini TCP/IP yoluyla bir araya getiren, tüm dünyada kullanılan bir iletişim ağıdır (Parlak, 2005: 10). İnternet, uzun yıllar boyunca farklı sebeplerle birlikte gelişmiş ve hızlı bir şekilde gelişmeye de devam etmektedir. Gerek askeri sebepler gerekse çağın getirdikleri, internetin sürekli olarak ileriye doğru gitmesine katkı sağlamıştır. Özellikle soğuk savaş dönemiyle birlikte daha da artan güç yarışı, ülkelerin, kendilerini farklı alanlarda göstermelerine sebep olmuştur. Bu konjonktür içerisinde de internet, belirli noktalarıyla birlikte baş role doğru yol almıştır. Birçok açıdan farklı sebepler için tercih edilen internet, artık günümüzde, gittikçe alanı genişleyen bir yer olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin bugün gerek eğlence, gerek ticaret, gerek iş, gerekse iletişim için doğrudan internet tercih edilebilmektedir. Çünkü internet zaman ve mekân anlayışını farklı yönlere doğru çevirebilmektedir. Özellikle her han herkesin bir araya gelebilmesinin mümkün olduğu bu ortam birçok kişi tarafından doğal olarak tercih edilir hale gelmiştir. Öte yandan kişisel bilgisayarların kullanımındaki artış, internet sağlayıcı firmaların sundukları hizmetlerdeki artış ve bireylerin artık tüm dünya ile iletişime geçme çabalarındaki artış tüm bu durumu ortaya çıkarmıştır.

Ülkemizde de internet gelişimi olabildiğince dünya ile paralel bir şekilde gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu noktada yıllar içerisinde birçok firma kendini göstermiş ve yer yer devlet girişimleriyle birlikte bugünkü konuma gelinmiştir. Bunlarla birlikte sanal para denilen bir kavram da ortaya çıkmıştır. Sanal para, internet üzerinden

bazı işlemlerin gerçekleştirilmesine yardımcı olan bir oluşumdur. Böylelikle tüketiciler, gerek kendi şahsi paralarıyla gerekse ticari açıdan farklı sanal para oluşumlarıyla birçok işlem gerçekleştirebilmektedirler. Bunlarla birlikte internette önemli olan başka bir yere daha değinmek anlamlıdır. Online oyunlar burada kendini açıkça gösterebilmektedir. Bugün tüm dünyada on milyonlarca farklı kişi internet üzerinden sanal oyunları oynayabilmektedir. En nihayetinde anlaşılmıştır ki birçok farklı tarihi sebeple birlikte ortaya çıkan ve tüm dünyayı birbirine bağlayabilen bu ağ, birbirinden farklı sebeplerle kullanılabilmektedir.

1.2.2. Bilgisayar Oyunları

Bilgisayar oyunları, bilgisayar teknolojisi ile birlikte ortaya çıkan ve git gide tüm dünyada on milyonlarca kişiye ulaşan bir eğlence anlayışıdır. Birçok farklı açıdan değerlendirilebilen bilgisayar oyunları gerek kişisel gelişim, gerek eğitim, gerekse birçok farklı sebep için tercih edilebilmektedir. Yine burada ticari işlemler ön plana çıkmaktadır.

1.2.2.1. Tarihçe

Oyun, hayatın dışında kaldığı varsayılan, bağımsız ve kurulu lakin oynayan kişiyi içene alma gücünü barındıran eylemler bütünüdür (Huizinga, 2006: 31). Oyunun, gerek maddi gerekse manevi olarak birçok yarardan bağımsız olması gerektiği anlayışı yaygındır. Öte yandan Huizinga, aynı eserinde oyunun, belirli bir zaman ve belirli bir mekânda gerçekleştiğine değinmiştir. Ayrıca kişilerin gönüllü olmaları da bu noktada önem taşımaktadır. Belirlenen kurallar çerçevesinde var oldukları tarzların dışına çıkan insanlar, birçok şekilde oyunu gerçekleştirebilmektedirler.

Oyun geçmişten bu zamana birçok değişiklik geçirerek gelmiştir. Önceleri sadece dış ortamlarda gerçekleştirilebilen bu eylemler, zamanla birlikte sanal ortama da giriş yapmıştır. Kişiler gerek üstlerini değiştirerek, gerek seslerini değiştirerek, gerekse

davranışlarını değiştirerek birçok farklı oyunu sahneleyebilmektedirler. Bu durum genel olarak birkaç kişiyle ya da çok daha fazla kişiyle mümkün olabilmektedir. Teknolojiyle birlikte ise oyun anlayışı sanal ortama da yansımıştır. Primitif denemeleri daha öncelere dayansa da asıl olarak 1971 yılında ilk kez bir video oyunu, bir salonda oynanmaya başlanmış ve değişim gerçekleşmiştir (İskender, 2015: 2). Artık oyunlar ciddi anlamda sanal ortamlara da girebilir hale gelmiştir. Gerek bozuk para gerekse jetonlarla gerçekleştirilen bu eylemler, geniş kitlelerce zaman içerisinde beğenilmeye başlanmış ve gelişmiştir. 1972 yılında *Pong*, 1986 yılında *Super Mario Brothers* ve 1989 yılında *Populous* oyunları gittikçe önem kazanmıştır (İskender, 2015: 3). Böylelikle gerçek hayat içerisinde sürekli olarak var olan oyun anlayışı, insanların yaşamında sanal ortamlara da girebilmiştir. Geçen zamanla birlikte bu oyunlar çok daha kaliteli hale gelmiş ve üst düzey grafiklerle gerçekliğe yaklaştırılmıştır. Böylelikle oyun tarih içerisinde anlayışlarda da farklı biçimlere bürünmüştür.

1.2.2.2. Türler

Dijital oyun anlayışını ele aldığımızda birbirinden farklı biçimde oyun türlerini görmemiz mümkündür. Genel olarak herkes tarafından kabul edilen tek bir sistem olmasa da çoğunluk tarafından kabul gören bazı sınıflandırmalar mevcuttur. Oyunlar; aksiyon oyunları, macera oyunları, rol yapma oyunları, simülasyon oyunları ya da strateji oyunları olarak belirli türlerde incelenebilmektedir (Bozkurt, 2014). Diğer yandan farklı şekillerde de türler belirtilebilmektedir. Yine oyunlar; FPS oyunları, TPS oyunları, MOBA oyunları, platform oyunları, MMO oyunları, RPG oyunları, simülasyon oyunları, RTS oyunları, açık dünya oyunları, spor oyunları olarak belirli biçimlerde incelenebilmektedir (OyunGG, 2017). Görüldüğü gibi birçok türde oyunu tercih etmek mümkündür. Özellikle gelişen teknoloji ile birlikte tüketicilerin istekleri doğrultusunda birçok yeni biçim de buraya dâhil olmuştur. Böylelikle oyuncular

istedikleri tür oyunlar arasından seçim yapmakta daha serbest bir hale gelmişlerdir. Öte yandan oyun türlerinin böylesine gelişimi, pazarlama açısından da birçok fırsatı doğurmuştur. Artık şirketler, git gide gerçeğe yakın oyunlar yaparak birçok açıdan gerçek yaşam ve oyun arasında etkileşim kurmayı başarmıştır. Yine bu durum da tüketici ve üreten arasında farklı ilişkilerin doğmasına fırsatlar sunmuştur.

1.2.3. Oyun Oynama Nedenleri ve Amaçları

Oyuncular birçok amaç ve sebepten ötürü oyunları oynayabilmektedirler. Bu konuda birçok bilimsel çalışma yapılmış ve birçok sonuç gözler önüne serilmiştir. Bu sonuçlar farklı kişilerce farklı noktalara değinilerek sunulmuştur. Örneğin oyunlar; stres atmak amaçlı, zevk bulmak amaçlı ve duygusal anlamda uyarılma amaçlı olarak oynanabilmektedir (Bae, Koo ve Mattila, 2016: 174-184). Böylelikle oyuncular, dolaylı olarak da tüketiciler birçok farklı bileşeni bir araya getirerek kendilerine fayda sağlayabilmektedirler. Öte yandan yine oyunlar; başarı yakalama isteği amacıyla, sosyalleşme isteği amacıyla ya da farklı rollere bürünme isteği amacıyla da oynanabilmektedir (İşbilen, 2018). Diğer yandan yine oyuncular; sosyalleşme istekleri yüzünden, rahatlama istekleri yüzünden, sıkıntılardan kurtulma istekleri yüzünden ve boş zamanın daha iyi değerlendirilmesini istediklerinden oyunlara yönelebilmektedirler (Taydaş ve Karakoç, 2019: 1191-1208). Birçok farklı çalışmayla da tekrar görülmüştür ki oyuncular sayısız amaçla ve nedenle oyunları oynayabilmektedirler. Burada ayrıca ticari kısımlara da dikkat etmek değerlidir. Genel olarak bazı oyuncular oyun içerisinden para kazanmak amacıyla da buralara yönelebilmektedirler. Bu da yelpazenin ne kadar da geniş olduğunu tekrar gösterir niteliktedir. Öte yandan ayrı bir yere daha değinmek önemlidir. Tüketiciler ve üreticiler arasında birbirinden farklı türlerde bağlar olabilmektedir. Bu yüzden kişilerin istekleri ve beklentileri yine burada ön plana çıkmaktadır (Kahn vd., 2015). Pazarlama anlayışlarındaki değişiklik göz önüne alındığı

zaman anlatılmak istenen çok daha iyi anlaşılacaktır. Özellikle gelişen oyun teknolojisi ve kişilerin artan beklentisi yeni ufukların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Artık kişiler, gerçek hayatla neredeyse birebir olan oyunlara yönelmektedirler. Bu da yine amaç ve sebeplerle desteklenmektedir. Dolayısıyla oyun yapımcılarının ve üreticilerin ciddi anlamda, oyuncuların isteklerine göre bu durumu karşılayabilmeleri sektör açısından hayati değer taşımaktadır. Can sıkıntısını giderme, daha fazla zevk alma, eğlenme, gerçek hayatta yapılamayanların buralarda yapılması bu noktada en önde gelen başlıklar olarak sıralanabilmektedir (Koo, Lee ve Chang, 2007).

1.2.4. Oyuncuların Sınıflandırılması

Oyunların türleri ve oyunların yapıları genel olarak incelendiği zaman, birçok başlık ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla bu oyunları oynayan oyuncular da birçok türde olabilmektedir. Gerek ticari oyunlar, gerek spor oyunları, gerekse strateji oyunları farklı türden oyunculara seslenebilmektedir. Bu yüzden oyuncular, ayrı bir başlıkta incelenmek zorundadır. Bu noktada oyuncuların sınıflandırılması da önem taşır. Aynı, oyun türlerinde olduğu gibi oyuncu sınıflandırmasında da herkes tarafından kabul edilen genel bir sıralamayı sunmak mümkün değildir. Lakin genel olarak çoğunluk tarafından kabul gören sınıflandırmalar mevcuttur. Oyuncular; gündelik oyuncular, sıkı oyuncular, internet kafe oyuncuları, progamerlar, *emus, mod* ve *machinima* yapanlar ve oyun uzmanları olarak sınıflandırılabilmektedirler (Binark ve Bayraktutan, 2011: 14-25). Oyuncuların genel olarak bu şekilde sınıflandırılması aslında gerçekten de mümkündür. Çünkü oyuncuların her biri farklı oyun türlerini, farklı sürelerde oynamaktadırlar. Örneğin, herhangi bir oyuncu, kısa süreli olarak bir oyunu oynayabilmektedir. Diğer yandan bu durumdan para kazanmaya çalışanlar da olabilmektedir. Dolayısıyla bu iki oyuncu türünün birlikte ele alınması mümkün değildir. Bu yüzden farklı türden oyuncuların bulunduğunu ve bunların da sınıflandırılması gerektiğini belirtmek önem

taşır. Kimi oyuncular, sadece zaman geçirmek amaçlı olarak buralarda bulunabilmektedir. Yine kimi oyuncular, bu alanda uzman da olabilmektedir. Öte yandan buralarda farklı *mod* yapımcılarını da görmemiz mümkündür. Bunlarla birlikte farklı bir detaya da kısaca girmek anlamlıdır. Oyuncuların bulundukları psikoloji, ekonomik durum ya da çevresel faktörler burada etkili olabilmektedir. Herhangi bir oyuncu sadece internet kafede oyun oynuyor olabilmektedir. Lakin bu durum, o oyuncunun sadece internet kafe oyuncusu olduğunu göstermemektedir. Maddi sebeplerden ötürü bu durum gerçekleşiyor olabilmektedir. Yine aynı şekilde olumlu bir ruh halinin sonucu olarak, uzun süreler oyunun oynanıyor olması, o oyuncunun oyun uzmanı olduğunu göstermemektedir. En nihayetinde anlaşılmaktadır ki birçok türden oyuncu, farklı biçimlerde sınıflandırılabilmektedir.

1.2.5. Çevrimiçi Oyun Kavramı ve Anlayışı

Çevrimiçi oyun, ağ bağlantıları üzerinden oynanan oyunlar anlamına gelmektedir. Çünkü birçok kişinin bir araya gelebilmesi için ağ birlikteliğinin olması zorunludur. Hatta gerçek hayatta oynanan oyunların, sanal âleme aktarılmış biçimlerini bile buralarda görmek mümkündür (İskender, 2015: 4-5). Gerek spor oyunları, gerek kart oyunları buralara örnek gösterilebilmektedir. Birçok kişinin bir araya gelerek ortaya çıkarmış olduğu çevrimiçi oyun kavramı, farklı anlayışları da taşıyabilmektedir. Çünkü doğası gereği bu oyunlar internet üzerinden farklı cihazlarla oynanmak zorundadır. Böylelikle farklı amaç ve anlayışlar da olaya dâhil olmaktadır. Çevrimiçi oyunlarda zaman geçirmek ya da can sıkıntısından kurtulmak mümkündür. Ama diğer yandan buralardan ticari çıkarlar elde etmek isteyenler de olabilmektedir. Örneğin sayısız birçok oyun, belirli çip ya da sanal para ile oynanabilmektedir. O yüzden birçok kişi, çip ya da sanal para satışı ile çıkar sağlamak isteyebilmektedir. Öte yandan internet kafe kültürünü de tekrar buraya eklememiz önemlidir. Birçok sebepten ötürü internet kafeler

eskisi kadar yaygın olmasa da birçok sebepten ötürü bu topluluklar varlıklarını devam ettirmektedir. Özellikle, yapılan turnuvalar ve yarışmalar burada sayılabilecek en önde sebepler olarak gösterilebilmektedir. Bu durum da çevrimiçi oyun anlayışına ayrı bir bakış açısı katmaktadır. Kişiler, kendilerini göstermek, kazanç sağlamak ya da vakit geçirmek amaçlı olarak bu ortamlarda bulunabilmektedirler. Böylelikle çevrimiçi oyun kavramı yarışma anlayışıyla da bir araya gelebilmektedir. Çünkü birden fazla kişinin varlığı ve kazanan ve kaybedenin bulunduğu bir ortam söz konusudur. En nihayetinde de tüm bunlar, internet bağlantısıyla bir araya gelen insanların oynadıkları oyunların, farklı anlamlar da taşıyabileceği kanısını ortaya koyabilmektedir.

1.2.6. Çevrimiçi Oyunların Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Çevrimiçi oyunlar, insanlar üzerinde olumlu ve olumsuz açıdan birçok etki bırakabilmektedir (Guvenliweb, 2017). Dolayısıyla birçok farklı sebepten ötürü, birçok farklı kişi tarafından oynanan oyunları bu açıdan da değerlendirmek önem taşır. Oyunlar birçok yönden olumsuz olabilmektedir. Örneğin kişiler, oyun oynama sürelerini fazlasıyla aşarak gerçek hayattaki işlerini aksatıyor olabilirler. Bu durum ciddi bir olumsuzluğu da beraberinde getirecektir. Yine şiddet, kavga, saldırganlık ya da benzeri şeylerin oyun içerisinde öğreniliyor ve meşrulaştırılıyor olması da büyük bir tehdit olarak algılanabilmektedir. Bunlarla birlikte, hayatın çok büyük kısmını sanal âlemde oyun oynayarak geçirmek, diğer faaliyetlerin yapılmamasına da yol açabilmektedir. Bu durum da birçok açıdan olumsuz yorumlanmaktadır. Gerek öğrencilerin notlarındaki düşüş, gerek ebeveynlerin ailelerine karşı sorumluluklarındaki azalma, gerekse kişilerin kendilerini dışarıdaki hayatta geliştirmesine büyük kısıtlamalar getirme ciddi anlamda eksi yönlerden sayılabilmektedir. Lakin meselenin diğer tarafına da bakmak değerlidir. Oyunlar birçok yönüyle olumlu neticelere de yardımcı olabilmektedir. Örneğin kişiler, oyunlar içerisinde kendilerini sınayabilmektedirler. Bu durum gerçek hayatta

yapılamayan birçok şeyin, oyunlar içerisinde simülasyonlarla yapılabilmesi anlamına gelmektedir. Diğer yandan reflekslerde gelişme ve hızlı düşünebilme de buradan olumlu yönde beslenebilmektedir. Bunlarla birlikte oyuncular, grup içerisinde birlikte hareket etmeyi de buralarda deneyimleyebilmektedirler. Tek başına büyüyen bir çocuğun, böyle bir deneyimi yaşaması ve bunu hayatına eklemlemesi gerçekten artı bir durumdur. Tüm bunlardan ayrı olarak, bazı hastalıkların tedavi süreçlerinde, oyunlardan da yararlanılabiliyor olması ciddi anlamda olumlu bir getiridir. Dolayısıyla anlaşılmaktadır ki oyunlar, olumlu ve olumsuz olarak birçok noktada kişilerin hayatına müdahale edebilmektedir. Böylelikle bu durum birçok açıdan değerlendirilmeli ve ele alınmalıdır.

1.2.7. Elektronik Spor (E-Spor)

E-spor olarak da bilinen elektronik spor, aynı diğer yeni kavramlarda olduğu gibi herkes tarafından kabul edilen net bir tanıma sahip değildir. Lakin birçok farklı yorum olsa da genel olarak e-spor, sporun, teknolojik aletler aracılığı ile farklı cihazlarda yapılması anlamına gelmektedir. Burada yine internet bağlantısı önemli olmaktadır. Çünkü yarışmalar ya da turnuvalar, ancak bu şekilde mümkün olabilmektedir. Diğer yandan e-spor, mücadele sistemine bağlı, uzmanlık gerektiren sanal oyunlar olarak da tanımlanabilmektedir (Kocaömer, 2018: 6).

E-spor birçok açıdan ele alınabilmektedir. Örneğin bugün neredeyse tüm dünyada birçok genç, e-spor oyuncusu olmak için mücadele etmektedir. Sporun sanal ortama taşınmış olması ile birlikte ortaya çıkan bu anlayış git gide hızlı bir şekilde yaygınlaşmaktadır. Bugün ülkemizde ise en çok oynanan e-spor oyunlarından biri olan *LoL*'ün on beş milyon kullanıcıya ulaştığı bilinmektedir (Habertürk, 2020). Bu da kişilerin oyuna olan bağlılığını gözler önüne serebilmektedir. Öte yandan e-spor, büyük bir turizm alanı olarak da ele alınabilmektedir (Aktuna ve Ünlüönen, 2017: 1-15). Turizm, gerek pazarlama faaliyetlerini gerekse birçok şeyi içine alabilen bir kavramdır.

Dolayısıyla e-spor da bu açıdan turizm biçimi olarak değerlendirilebilmektedir. Burada birçok oyuncu bir araya gelmekte, birçok farklı kişi birçok farklı sebeple harcamalar yapmakta, birçok firma da reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerine girişmektedir. Tüm bunlar da alanın, ne denli önemli olduğunu ve turizmle birlikte ele alınabileceğini gösterir niteliktedir. Yine burada *LoL*'ün en ön planda olduğunu tekrar belirtmek önemlidir çünkü *LoL*, 2019 yılında en önde gelen e-spor oyunu olmayı başarmıştır (Playerbros, 2020). Öte yandan bu alanın kariyer açısından da ele alınabileceğini belirtmek önem taşır. Bugün birçok farklı oyuncu ve birçok farklı takım, e-spordan para kazanmaktadır. Lee Sang-Hyeok ise bir milyon dolardan fazla para kazanarak bu alanda ün yapmış en önemli kişilerden sayılmaktadır (Playerbros, 2019). Yine aynı şekilde bu oyuncuların dâhil oldukları takımlar, milyonlarca dolarlık işlemlere imza atabilmektedir. Gerek transferler, gerek takım harcamaları, gerekse reklam ve diğer faaliyetler bu durumun sebebi olarak gösterilebilmektedir. En nihayetinde de anlaşılmaktadır ki e-spor, yeni bir kavram olarak ortaya çıksa da şimdiden ciddi bir ekonomik döngüyü elinde barındırmaktadır. Birçok farklı türden online oyunu kapsayabilen e-spor, gerek turizm açısından, gerek kariyer açısından, gerekse birçok farklı noktadan değerlendirilmeyi hak etmektedir. E-spor müsabakalarından birinde çekilmiş bir görsel aşağıdaki gibidir:

Görsel 1. E-spor Müsabakasından Bir Görüntü



(Hürriyet, 2018).

1.2.8. Literatürde Oyunlar ve Destek Bileşenler

Çevrimiçi oyunlar ve oyun dolayımlı birçok bileşen bugün hayatımıza değişik şekillerde dâhil olabilmektedir. Dolayısıyla çevrimiçi oyunlar ve bunların içerisindeki destekleyici birçok farklı nokta, literatürde uzun zamandır dikkat çekici çalışmalar arasında yer alabilmiştir. Çalışmalar genel olarak gerek oyunlar düzeyinde, gerek oyuncular temelinde, gerekse oyuncu-oyun etkileşimleri bağlamında ele alınmıştır. Bununla birlikte belirtmek gerekir ki farklı başlıklar altında yer alan bazı çalışmalar da birbirleriyle birçok yerden örtüşebilmektedir. Dolayısıyla bu durum, oyunları ve oyun-gerçek bağını ele almada önemli bir birliktelik oluşturabilmektedir. Nihayetinde yazımızda da çevrimiçi oyunları doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen çalışmaları, temel ve alt başlık altında birlikte derlemek bu noktada çok daha anlamlı hâle gelmektedir.

Literatürde oyunların, çevrimiçi oyunların, oyunların içerisinde etkileşim kurmaya yardımcı olan birçok noktanın (emek, ticari ilişkiler, oyun içi güç ilişkileri, oyun oynama sebepleri, karakter kimlik bağı vs.) farklı başlıklar altında ele alındığı

bolca çalışmaya rastlamak mümkündür. Bu çalışmalar ele almaya çalıştığımız konuyu temellendirme açısından oldukça kritik olduğu için bunların üzerlerinde durmak ciddi anlamda önem taşımaktadır.

Taramamız sonucunda ulaştığımız çalışmalara kendi kapsamımızda değinmeden önce, literatürdeki duruma değinmek faydalı olacaktır. Öncelikle, oyunlarla ilgili yapılan çalışmaların birçoğu, bağımlılık ve oyunların olumsuz yönleri üzerine odaklanmıştır. Lakin oyunların bu özelliğinden bahsedip bilinçlendirme açısından değerlendirmek yerine, olumsuz bir etki yaratırcasına sürekli buraya odaklanmak kanımızca yanlış algılamalara sebep olmaktadır. Diğer yandan, oyunların olumlu özelliklerine ve kattıklarına dair yapılan çalışmalar, birbirinden bağımsızdır ayrıca yeterince geniş kapsamlı değildir. Bu da oyunların, online oyunların ve birçok bileşenin tamamen olumsuzmuş gibi algılanmasına sebep olabilmektedir. Bunların dışında oyun içerisindeki etkileşime dair yapılan çalışmalar ise yine birbirinden bağımsız kalmıştır. Kimlik oluşumu ve kimliği yansıtma, güç dengeleri, oyun içi ve oyun dışı ticari ilişkiler, sosyal birliktelikler gibi birçok farklı nokta literatürde genellikle ayrı ayrı yer bulabilmiştir. Ayrıca oyuncuların oyun karakterleri ile bağları neticesinde ortaya çıkan ve oldukça önemli noktalardan olan; oyun içi ve oyun dışı ticari ilişkiler ve oyunların tüketim davranışlarıyla birlikte işlendiği ilişkiler, özellikle yerli literatürde yeteri kadar yer bulamamakta hatta neredeyse bu tarz çalışmalar hiç bulunmamaktadır. Bütün bunlara rağmen literatür; oyunların olumlu ve olumsuz yönlerini anlatmakla, oyunlardaki gerçek-sanal sosyal etkileşime az da olsa değinmekle, oyuncu karakter bağı neticesinde oyun içi ve oyun dışı ticari ilişkileri dolaylı yollardan da olsa ele almasıyla, oyunlarda kimlik oluşturma, güç ilişkilerine girme ve rol yapabilme özelliklerine değinmekle birlikte belirli bir noktaya gelebilmiştir. Lakin üstte de belirttiğimiz gibi birçok açıdan eksiklikler doğal olarak hâlâ bulunmaktadır. Ele almaya çalıştığımız çalışma da bu konuda, literatürde gelinen noktaya rağmen, hâlâ var olan eksikliklerin en

azından bazılarına çözüm bulma amacı taşımaktadır. Öncelikle, ayrı ayrı ele alınmış kimlikle *avatar* etkileşimi, oyun içi ve dışı ticaret, gerçek-sanal bağıyla oluşan etkileşimler vs. gibi birçok nokta geniş kapsamda, oyuncuların oyun karakterleri ile aralarında kurmuş oldukları bağlar ve etkileşimler çerçevesinde tek bir çatı altında ele alınmaya çalışılmıştır. Ayrıca oyun şirketlerinin, akademinin ve bireylerin bu alana dikkati, oyunlardaki ticari ilişkiler ve onların alt yapısındaki birçok etken üzerine çekilmek istenmiştir. Diğer yandan bugünkü tüketim ilişkilerinin, sanal âlemdeki tezahürü de güncel iki çevrimiçi oyun üzerinden gözler önüne serilmeye çalışılmıştır. Böylelikle literatürdeki parçalı veriler tek bir elde, güncel iki oyun bilgisiyle yenilenerek verilmeye gayret edilmiştir.

Literatür taraması neticesinde oyunları ve bunları destekleyen birçok bileşeni, genel olarak üç temel başlık altında topladık. Bu temel başlıklar altındaki alt başlıklarda da birbirleriyle bağlantılı olan çalışmaların bulgularını, ele aldığımız çalışmanın konusuyla harmanladık.

1.2.8.1. Çevrimiçi Oyunların ve Bunları Destekleyen Bileşenlerin "Oyuncu-Oyun, Oyuncu-Oyuncu" Etkileşiminde Ele Alınması

Çevrimiçi oyunları ve bunların destek bileşenlerini (kimlik etkileşimi, sosyal etkileşim, oyun içi ve oyun dışı emek, ticaret ilişkileri, oyun oynama sebepleri vs.) etkileşim bağlamında ele alan literatür kaynakları, temel olarak oyuncuları oyunlarla ya da oyuncuları oyuncularla bağlantılandırmışlardır. Bu etkileşim birbirinden farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Oyuncuların diğer oyuncularla oyun içerisinde kurmuş oldukları sosyal ilişkiler ve bu durumun gerçek hayata yansıması bunlardan biridir. Diğer yandan oyuncular oyun karakterleri ya da *avatar*larını yaratırlarken kendi kimlik ve benliklerini de belirli oranlarda buralara aktarmak isterler ve hatta bazen yarattıkları karakterler kendi ulaşmak istedikleri ama ulaşamadıkları benlik ve kimlikler

de olabilmektedir. Başka bir etkileşim ise ticari ilişkiler noktasındadır. Oyunlara yatırılan gerçek paralarla oyun paraları satın alınabilmekte ya da oyun eşyaları tüketilebilmektedir. Bu etkileşim sadece oyun içi kalmamakta, geliştirilen hesaplar belirli fiyatlara diğer oyunculara da satılabilmektedir. Bu da oyun içinde ve dışında, oyun eşyası-gerçek para-sanal para-gerçek eşya için birçok kişinin etkileşime geçtiğine kanıt oluşturmaktadır. Başka bir mesele ise oyuncuların etkileşimsel bağlamda neden oyun oynadıklarına dairdir. Burada sadece oyuncu motivasyonları değil oyunun sundukları da oyun oynama amaç ve nedenlerine etki eder niteliktedir. Diğer yandan başka bir etkileşim çeşidi ise verilen emekler düzeyindedir. Oyuncuların oyunlarda geçirdikleri saatler ve uğraşları göz önüne alındığında, burada ciddi anlamda etkileşimsel bir emek geçişi de görülmektedir.

1.2.8.1.1. Oyunların ve Oyuncuların Farklı Biçimlerde Birbirine Etkisi

Oyun içerisinde oyuncuların birbirlerine ya da oyuncuların oyunlarla birbirlerine farklı biçimlerde etkileri olabilmektedir. Bu etkiler gerek bağımlılık ve yaşam doyumu noktasında gerekse bağımlılık ve mutluluk arasında olabilmektedir. Ayrıca oyunların olumlu ve olumsuz etkileri de bu bağlamda ele alınmaktadır. Diğer yandan oyuncu özelliklerinin motivasyonla birlikte ele alınması da aynı çerçevede önem atfetmektedir.

Oyun oynama ve öznel iyi oluş çerçevesinde literatürde ele alınan araştırmalardan biri Sağlam (2019) tarafından tez çalışmasında gerçekleştirilmiştir. Çalışma, oyun oynamanın boş zamanı değerlendirmeden ziyade doğrudan öznel iyi oluş üzerindeki etkisine odaklanmıştır. Sonuçta öznel iyi olmanın oyunlarla da mümkün olabileceği anlaşılmıştır. Yine benzer bir çalışma Sağlam ve Topsumer (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Oyunların boş zamanı değerlendirmenin dışında öznel iyi oluş üzerine olumlu bir etki yapabileceğini ortaya koyan yazı, temel olarak, oyunların çok oynanmaması ya da hiç oynanmamasından ziyade belirli ölçülerle oynanmasını

uygun görmektedir. Ancak bu şekilde oyunlarla birlikte belirli bir öznel iyi oluşun yakalanabileceği aktarılmaktadır. Dolayısıyla görülmektedir ki oyunlar ve oyuncuların etkileşimi öznel iyi oluş üzerinde olumlu etki yapabilmektedir. Çalışmamızda da oyuncuların oyunlarla kurmuş oldukları bağlar arasında kendi iyi oluşlarının varlığı kaçınılmazdır.

Oyunlar ve oyuncular arasında bağımlılıkla mutluluk, bağımlılıkla yaşam doyumu çerçevesine de değinmek anlamlıdır. Oyunların tüketici davranışlarını belirli yönlerde etkileyebileceğini aktarabilmek için bu nokta önemlidir. Dönmez (2018), tez çalışmasında yaşam doyumunun ve farkındalığın azlığının oyun bağımlılığının artmasına etki edebileceğini göstermiştir. Çalışmada en çok oynanan online oyunlar listesinde *LoL*'ün ismi de bulunmaktadır. Bu durum da bizlere, *Metin2* ve *LoL* gibi çevrimiçi oyunların yaşam doyumunu belirli bir seviyeye kadar da olsa çıkarmak için oynanabileceğini gösterebilmektedir. Odabaşı (2016) ise tez çalışmasında üniversite öğrencilerinin çevrimiçi oyun bağımlılık düzeyleri ile öznel mutluluk arasındaki düzeyin ilişkisine odaklanmıştır. Özellikle erkek katılımcıların ve düşük gelir grubuna mensup olanların bu oyunlara çok daha fazla bağımlı olduğu, dolayısıyla öznel mutluluklarının gerçek yaşamda daha az olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bunlar da bizlere göstermektedir ki oyuncular, gerçek yaşamlarında elde edemedikleri mutluluk düzeylerini ve yaşam doyumlarını, çevrimiçi oyunlarda arayabilmektedirler.

Çevrimiçi oyunları kullanımlar ve doyumlar açısından ele alan çalışmalar da literatürde önemlidir. Sucu (2014), tez çalışmasında özellikle gerçek maddi yatırımlarla ve oyun içi tüketimle, oyuncuların yaşam tarzları, kimlikler ve arzular bazında sanal dünyada bazı doyumlar yakalayabileceğini açıklamıştır. Gerçeklik ve sanal bağının kurulduğunun altını çizen Sucu, özellikle kimlik ve tüketimle birlikte beğenilme, takdir edilme, popüler olma gibi bazı doyumların oyunlarda elde edilebileceğini aktarmıştır. Wu, Wang ve Tsai (2010), yine çevrimiçi oyunları kullanımlar ve doyumlar bağlamında

ele almışlardır. Özellikle sosyal etkileşimler, fayda ve eğlence bazında bazı doyumların kazanılabileceği anlayışı ortaya çıkmıştır. Sosyal ortamda arkadaş edinmek ve ayrıca deneyim kazanmak için de Wu, Wang ve Tsai bu bağlamı önemsemektedir. Oyun içerisindeki ilişkilerin adaletli olması, oyuncuların oynama istediğine olumlu etki edeceği için memnuniyetin de artıracağı görüşü hâkimdir. İskender (2015), tez çalışmasında çevrimiçi oyunları benzer kapsamlarda ele almış ve bazı sosyal ve psikolojik ihtiyaçların karşılanabileceğini belirtmiştir. Özellikle başarı elde etme, güç, hazcılık ve iyilikseverlik gibi noktaların hem motivasyonda hem de doyumlarda önemli olduğu aktarılmıştır. Nihayetinde anlaşılmaktadır ki çevrimiçi oyunlar kullanımlar ve doyumlar noktasında oyuncularla etkileşime geçebilmektedir. Yine unutulmamalıdır ki bazı oyunlarda daha kaliteli hizmetin alınabilmesi için ekstra ödemelerin yapılması gerekmekte, oyun içi eşya alımı yapılması lazım gelmektedir. Bu da gerçek ödemelerle birlikte oyunlarda bazı kazanımların elde edilebileceğini kanıtlar niteliktedir. Böylelikle *Metin 2 ve LoL*'de belirli ücretlerle elde edilen doyumlar da bu kapsamda dolaylı olarak değerlendirilebilmektedir.

Çok oyunculu oyunların olumlu ve olumsuz etkileri üzerine birçok çalışma mevcuttur. Guvenliweb (2017), birçok kişinin oyunlara dair olumlu ve olumsuz görüşlerinin belirtildiği bir derleme çalışması yapmış ve yayınlamıştır. Dijital oyunları oynamanın dört temel motivasyonunu başarı, sosyalleşme, oyuna dalma ve kolay erişim olarak belirleyen çalışma, oyunların bu bağlamda olumlu ve olumsuz yönlerini çok geniş yönlü olarak sıralamıştır. Olumsuzluklar: Oyun oynama süresinin kontrol dışına çıkabilmesi, bütün sıkıntılara rağmen oyun oynamaya devam etme isteğinin varlığı, hayattaki diğer aktivitelere olan ilginin azalması, kaygı, şiddet ve saldırganlık gibi belirtilerde artışın yaşanması, okul başarısının düşmesi gibi maddelerle sıralanabilmektedir. Olumlu yönler ise: Oyuncuların kendilerini sınayabilme şanslarının olması, hızlı düşünebilme ve tepki verebilme yetilerinin gelişmesi, diğer kişilerle ortak

hareket etme yeteneğinin artması ve grup çalışmasına uyulması, bazı hastalıkların tedavisi sürecinde bunlardan yararlanılabilmesi, çoklu iş yapma ve koordinasyon yeteneğinin gelişmesi gibi maddelerle sıralanabilmektedir. Dolayısıyla oyunların, online oyunların ve bunların bileşenlerinin birçok olumlu ve olumsuz yönünü saymak mümkündür. Çalışmamızda, sıralanan olumlu yönler, oyun-oyuncu ve oyuncu-oyuncu etkileşiminde önemli olacaktır. Olumsuzlukların yer yer ele alınışı ise farkındalık yaratma açısından ve geri planda kalan bazı önemli noktaları gösterme açısından değerli olacaktır.

1.2.8.1.2. Oyuncuların Avatar-Kimlik Etkileşimi

Oynanan online oyunlarda oyuncular, oyun karakterleri ile etkileşime geçebilmekte ve buralarda kimlik yaratımı ve kimliğin yansıtılması mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla oyuncular, gerek var olan kimliklerini gerekse ulaşmaya çalıştıkları kimliklerini oyunlarda yaratmaya çalışabilmektedirler. Bu durum ise temel olarak *avatar* ve karakterlerin oyuncularla kurmuş oldukları etkileşimlerle gerçekleşebilmektedir.

Oyun içerisinde kişisel benliğe ve kimliğe odaklanan çalışmalardan birini Sabah (2016) yapmıştır. Oyuncuların yaratmış oldukları karakterlerle aralarındaki bağın sıkılığına ve önemine değinen Sabah, bu karakterlerin kişileri temsil edebildiğini anlatmıştır. Çünkü bu karakterler ve *avatar*lar, farklı cinsiyetlerde, farklı dinlerde, farklı fiziksel özelliklerde ve hatta farklı sayılarda olabilmektedirler. Bu da oyuncuların istedikleri şekilde serbest bir hareket alanına ulaşarak, gerek var olan kimlik ve benliklerini gerekse ulaşmaya çalıştıkları kimlik ve benliklerini rahatlıkla sunabilmesine imkân sağlamaktadır. Sabah, ayrıca önemli bir noktaya da bu kapsamda vurgu yapmıştır. Bazı oyuncular, maddi yatırımları ve harcamaları oyun içerisinde sadece bu sebeplerle de yapabilmektedirler. Dolayısıyla gerçek maddi imkânlarla, oyun içerisinde

kimlik yaratımı ve benlik yansıtımı mümkün görünmektedir. Oyunlardaki kimlik yansıtımına dair yapılan çalışmalardan başka birini ise Güngör (2012) gerçekleştirmiştir. Güngör, kişiler kimliklerini yaratırlarken özellikle giysi ve taktıkları takılar ile kendilerini ifade edebilirler, görüşünü belirtmiştir. Günümüzde ise durumun sanal ortamlarda gerçekleştiğini aktarmıştır. Hatta gerçek hayatta edinilen ilk izlenimlerin bugün, internet dolayımlı oyunlarda gerçekleştiğini söylemiştir. Dolayısıyla bu durum oyun içerisinde farklı şekillerle *Metin2* ve *LoL*'e de yansıyabilmektedir. Örneğin, zor bulunan bir zırhın binlerce oyuncu arasında sadece birkaç kişide bulunuyor olması, hem izlenim için hem de kimlik yansıtımı için oldukça önemlidir. Bu da Güngör'ün sanal oyunlar üzerinden kimlik ve izlenim belirleyebilme görüşüne katkı sağlamaktadır. Oyunlar içerisinde farklı karakterlerle kimlik oluşturmaya değinen çalışmalardan bir başkasını ise Erdoğan Tuğran (2016) gerçekleştirmiştir. Erdoğan Tuğran, özellikle teknoloji ve internet içinde büyüyen neslin önceki nesillerden bazı açılardan farklı olabileceğini belirterek, göçmenler ve dijital yerliler kapsamında durumu ele almıştır. Ayrıca yazar, dijital yerlilerin, birçok nick ve *avatar*la kimlikler içine girdiklerini ve böylelikle oluşan kimliklerin gerek oyun gerekse gerçek yaşamla etkileşimde olabileceğini aktarmıştır. Yiğitoğlu (2018), tez çalışmasında ise oyuncuların oyun karakterleri ve *avatar*larıyla duygusal anlamda etkileşime girip özdeşleşmenin mümkün olabileceğini bizlere aktarmıştır. Özellikle oyun içerisinde sosyalleşme ile birlikte duygu paylaşımının mümkün olduğunu, oyun içerisindeki akış ile birlikte de etkileşimin yine mümkün olabileceğini belirtmiştir. O'Connor ve arkadaşları (2014) ise çok oyunculu çevrimiçi oyunlarda kimlik ve etkileşim üzerine ele aldıkları yazıda, yirmi iki oyuncu ile detaylıca görüşerek psikolojik birlikteliğin, oyun içi sohbetin, duyguların sosyal kimlik teorisi çerçevesinde önemli olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çerçevede, yaratılan *avatar*ların kimlikle birlikte etkileşimde olabileceğini tekrar aktarmışlardır. Konuya dair daha kapsamlı başka bir çalışma ise Binark, Bayraktutan-Sütcü ve Fidaner

(2009) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kitap, oyun, oyun türleri ve oyuncular üzerine şekillenmiş ve birbirinden farklı birçok noktaya değinmiştir. Özellikle klan (oyuncuların bir araya geldikleri topluluk), lonca (oyuncuların bir araya geldikleri yer) ve kulüplerde (oyuncuların üye oldukları birliktelik yerleri) ortaya çıkan birliktelik duygusu ve bu duygunun oyuncu-*avatar* etkileşimine temel oluşturması oldukça önemlidir. Oyuncuların uluslararası arenada Türk kimliğini ya da pek çok farklı alanda Osmanlı kimliğini ön plana çıkarırcasına teşkilatlanması, oyuncuların oyun içerisindeki *avatar*larla etkileşime girdiğine kanıt niteliği taşımaktadır. Yine çok uluslu arenalarda birçok oyuncunun kendilerini temsil etmesi açısından kurt ya da bozkurt seçmesi, gerçek kimliklerin oyunlara yansıması açısından oldukça önem taşımaktadır. Nihayetinde bütün bunlar göstermektedir ki çok oyunculu çevrimiçi oyunlar içerisinde, oyuncular karakter ve *avatar*larıyla etkileşime geçerek, gerek gerçek kimliklerini yansıtma çabasına girmekte, gerekse elde etmek istedikleri kimlikleri yine buralarda oluşturma mücadelesi vermektedirler.

Oyunlar içerisinde kişiler ve karakterler arasındaki etkileşime değinen farklı bir çalışma ise Bostan ve Tıngöy (2015) tarafından ele alınmıştır. Özellikle gerçeklik ve inandırıcılık bazında ele alınan çalışma, oyuncuların oyunla ve dolayısıyla oyun karakteriyle özdeşleşebilmesi için en azından bu iki kriterin olması gerekliliğini önemle vurgulamıştır. Oyun içerisinde "kişisel bulunma" durumunun gerçekleşmesi ile karakter-oyuncu bağının ciddi oranda kurulması mümkün görünmektedir. Bostan ve Tıngöy, şartların olabildiğince gerçek dünyadakine benzetilmesi ve olayların sebep-sonuç ilişkilerine dayandırılması ile olması düşünülen etkileşimin etkililiğinin artacağını belirtmektedir. Bu da bizlere *Metin2'*deki farklı haritaların gerçeklik ve inandırıcılığını değerlendirmeye fırsat sunmaktadır. Örneğin, dağ haritasında havanın karlı, arazinin engebeli olması, vadi haritasında ise alanın yeşil ve daha canlı olması konu açısından destek niteliğindedir. Böylelikle bu şartlar altında oyuncuların *avatar*lar ile daha

gerçekçi etkileşimlere girmesi olası görünmektedir. Konuya dair benzer bir çalışma ise Yee (2006) tarafından gerçekleştirilmiştir. Özellikle başarı ve kaçış gibi önemli motivasyonlar neticesinde oynanan çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunlarında farklı duyguların hissedildiği ve farklı etkileşimlerin gerçekleşebildiği aktarılmıştır. Özellikle oyuncuların, oyun karakterleri yoluyla diğer karakterlerle sosyalleşmesi yine oyuncu-karakter etkileşimine temel oluşturucu nitelikte görülmektedir. Saç stillerinin istenilen tarzda şekillendirilmesinden, belirlenen savaşlarda istenildiği gibi davranılmasına kadar uzanan geniş yelpaze ise tüm bu etkileşimlere zemin hazırlayabilmektedir. Yine bütün bunlar temelde bizlere göstermektedir ki oyuncular, oyun karakterleri ile farklı noktalardan etkileşime girebilmekte ve bu etkileşim sonucunda kendi kimliklerini yansıtıp yeniden yaratabilmektedir.

1.2.8.1.3. Sanal Ortamda Sosyal Topluluk Oluşturma

Oyuncuların çevrimiçi oyunlarda girmiş oldukları etkileşimlerden birisi de lonca, klan ya da kulüp gibi birlikteliklerin olduğu sanal cemaatlerdir. Böylelikle oyunlar içerisinde gerçek kişiler, diğer oyuncular ile birlikte belirli topluluklara katılabilmekte, onlarla ortak hareket edebilmekte ve ortak hareketler neticesinde belirli amaçlara ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Çevrimiçi oyunlar içerisinde sanal cemaat bağına değinen çalışmalardan birini Lee ve arkadaşları (2013) yapmıştır. Klan içi performansta iletişimin etkisinden ziyade merkeziliğin öneminin ele alındığı çalışmada, oyuncuların savaş kazanmak, birlikte kazanç elde etmek, sıralamada yükselmek gibi hedeflerinin olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte buralarda oyuncuların, klanlara katılmakla birlikte gerçek yaşam ve oyun arasında belirli bir bağ oluşturduğuna da değinilmiştir. Yüz seksen üç tane klanın incelendiği geniş kapsamlı çalışma, oyuncuların oyun içerisinde diğer kişilerle girmiş olduğu etkileşime destek olur niteliktedir. Diğer yandan konuyla ilgili başka bir çalışma

Güven ve Yıldız (2012) tarafından ele alınmıştır. *ERepublik* örneği üzerinden yürütülen çalışmada, dünyanın her yanından birçok insanın katıldığı birliktelikler anlatılmaya çalışılmıştır. Bu birliktelikler örnekte de olduğu gibi online oyunlar üzerinden kurulabilmektedir. Çeşitli yaş gruplarından, birçok farklı statüden, ayrı cinsiyetlerden birlikteliğin gerçekleştiği bu çoklu ortam oyuncu ve karakterler arasındaki bağa farklı açılardan temel oluşturmaktadır. Çalışmada ayrıca, biz ve onlar gibi iki ayrı kutbun var olduğu düşünsel yapıda "biz" etkileşimine dâhil olmak için birçok kişinin hevesli olduğu aktarılmıştır. Burada çalışma yine *Metin2* örneği ile de bağdaştırılabilir. Oyun içerisinde üç ayrı büyük krallığın olması ve bu krallıklarda on binlerce oyuncunun bulunması çalışma örneğindeki oyunda olduğu gibi, sanal vatandaş bağına örnek gösterilebilir. Diğer yandan Güven ve Yıldız bu birlikteliklerin, ilerleyen zamanlarda çok daha kaliteli olabilmesi için oyuncuların oyunlara belirli miktarlarda para yatırma zorunluluğunu da ortaya koymuştur. Alana dair fikir verme amaçlı yapılan çalışmalardan bir başkasını Türk ve Tugen (2014) ele almıştır. Geleneksel cemaat kavramından yola çıkılarak bugünkü çevrimiçi sanal cemaatlere kadar gelen sürecin değerlendirildiği çalışma, çevrimiçi oyunlar üzerine fikir oluşturucu niteliktedir. Çünkü çalışma temel olarak, internet üzerinde buluşan insanların belirli gruplar dâhilinde, belirli aidiyetlerle bir arada olabileceğinin mümkün olduğunu belirtmektedir. Ayrıca anlatılanlar, bu birlikteliklerin zaman içerisinde oyunlarda da farklı şekillerde olabileceği düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Fikir verici bir diğer çalışma ise Subaşı (2005) tarafından yapılmıştır. Normal cemaatlerden günümüz sanal cemaatlerine kadar geçen sürecin, bu birlikteliklerdeki çıkar ve deneyimin öneminin ve gerçek dünyada elde edilemeyen deneyimlerin buralarda edilme isteğinin ele alındığı çalışma oldukça ufuk açıcıdır. Dolayısıyla eski birlikteliklerin yerine sanal birlikteliklerin çokça inşa edildiği ortamlardan çevrimiçi oyunlar da nasibini alabilmektedir. En nihayetinde bütün bu çalışmalar göstermektedir ki oyuncuların oyun karakterleri ile arasındaki bağ ve

etkileşim sanal ortamlarda ve oyunlarda cemaatler düzeyinde de gerçekleşebilmektedir. Oyun içerisinde birçok kişiyle tanışıp daha sonra farklı birlikteliklere dâhil olan oyuncular, lonca, klan ya da kulüp gibi çatılar altında hareket edebilmektedirler. Ayrıca bu birliktelikler için bazen gerçek paralar yardımıyla oyunlara takviye yapılması da mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla oyun içerisindeki etkileşim birçok farklı sebeple, sanal cemaatlerde sosyal birliktelikler kapsamında, klan, kulüp ve loncalarda kendisini gösterebilmektedir.

1.2.8.1.4. Sanal Oyunlar ve Gerçek Yaşam Birlikteliği

Çok oyunculu devasa çevrimiçi oyunlarda oyuncuların oyun karakterleriyle girmiş oldukları etkileşimlerden başka birisi de sanal ortam ve gerçek yaşam birlikteliğidir. Bu birliktelikler çoğu zaman oyun içerisinde akış olarak adlandırılan durumla da gerçekleşebilmektedir. Yani kişiler kendilerini tamamen oyuna verebilmekte ve gerçek yaşamdan belirli oranda soyutlanarak oyun içerisine girebilmektedir. Dolayısıyla gerek akış yaşanarak, gerekse doğrudan oyun içerisindeki gidişata göre yol alınarak sanal ortam ve gerçek yaşam bağına erişmek mümkün olabilmektedir.

Sanal oyunlar ve gerçek yaşam bağına değinen araştırmalardan birini Yolgörmez (2016), tez çalışmasında ele almıştır. Yolgörmez, gündelik gerçeklik durumun çevrimiçi oyunlarda nasıl kurulduğuna dair ortaya koymuş olduğu çalışmasında *World of Warcraft* örneği üzerinden ilerlemiştir. İnsan bilgisayar bağını, insan insan bağını, *avatar*ların gerçek yaşamdaki durumlara göre formüle edilebilme yolunu, rol yapma oyunlarının bu alandaki sağlamış olduğu serbestliği ve mümkünatı ele alan yazı, oyuncuların oyunlarda gerçekliği yakalayabilme imkânları noktasında oldukça önemli bir dayanaktır. Dolayısıyla çalışma, *Metin2* ve *LoL* gibi oyunlarda da gerçek yaşam ve sanal oyun arasında kurulabilecek bağlara örnek niteliği taşımaktadır. Konuya dair

başka bir tez çalışması ise Ercansungur (2018) tarafından kaleme alınmıştır. Oyun oynama amaçları dâhilinde oyundaki benlik sunumunu ve dolayısıyla oyunların gerçek hayatla olan etkileşimlerini *Tribal Wars* örneğinde ele alan yazı, oyuncuların gerçek hayattaki konumunu ve bunun oyunlara yansımasını değerlendirmiştir. Hayat ve oyun arasındaki bağ olarak görülen durumun, yer yer metaya dönüşerek tüketim aracı haline de geldiğine değinen Ercansungur, bu tarz birlikteliklerin oyun içinde ve dolayımlı olarak oyun dışında lonca ve klan temelli olduğunu aktarmıştır. Dolayısıyla gerçek yaşam ve oyun arasındaki bağın, gerek benlik sunumuyla gerekse maddi manevi birçok değerin varlığıyla ortaya çıkabileceği anlaşılmıştır. Yolaç (2017) tez çalışmasında benzer durumları ortaya koymuştur. Oyuncuların bilgisayarlarla olan bağını dolaylı olarak oyuncuların diğer oyuncularla ilişkisi olarak değerlendiren Yolaç, sanal ve gerçeklik arasındaki bağı bu çerçevede arkadaşlıklar düzeyinde ele almıştır. Oyunlardaki arkadaşlık durumunun gerçek yaşamda da anlam kazanabileceği, oyuncuların birbirleri ile iletişiminin birçok açıdan mümkün olabileceği aktarılmıştır. Beden, gerçek benlik ve sanal benlik olarak üç bölümde incelenen oyuncuların, bu sınırlar arasında bağlantıları kurularak oyunlarda ve gerçek yaşamlarda anlaşılması gerektiği önemle belirtilmiştir. Çünkü oyun içerisinde oluşan oyun kimliği ve loncalarda bu kimliklerin paylaşımı, sınırlardaki etkileşime yardım eder niteliktedir. Dolayısıyla yine anlaşılmaktadır ki gerçek yaşam ve oyun arasındaki bağ bilgisayar ve internet dolayımlı etkileşimlerde arkadaşlıklar ekseninde de mümkün olabilmektedir. Gerçek yaşam ve oyunlar arasındaki bağı farklı açıdan değerlendiren çalışmalardan birisini de Lo, Wang ve Fang (2005) ele almıştır. Çalışmada temel olarak, çevrimiçi oyunların kişilerarası ilişkilere ve sosyal kaygı üzerine olan etkisini incelemek amaçlanmıştır. Yüz yetmiş dört oyuncu ile analizler gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar ise farklı durumları görmeye yardımcı olur cinstedir. Oyunlar çok oynandıkları zaman gerçek hayattaki kişilerarası ilişkileri olumsuz yönde etkilemektedir. Yine aynı şekilde oyunların fazla

oynanması sosyal kaygı düzeylerinde de artışa sebep olmaktadır. Dolayısıyla gerçek ve sanal bağının, kişilerarası ilişkiler ve sosyal kaygı üzerinden oyun zamanının artışı ile bağlantılı olduğu da ortaya konulmuştur. Konuya dair başka bir çalışma ise Ömerbaş (2018) tarafından tez düzeyinde ele alınmıştır. Oyun içerisindeki güç ilişkilerine değinen yazı, temel olarak üç ana noktayı ortaya çıkarmıştır: Oyunu tasarlayanların oyunlar üzerindeki gücü, oyuncuların oyun üzerindeki gücü ve online oyunlarda oyuncuların birbirlerine karşı kurmuş oldukları güçler. Ayrıca Ömerbaş, bu güç ilişkilerine çevrimiçi oyunlardaki bireysel güçleri ve takım içerisindeki güçleri de dâhil etmiştir. Bu perspektif, temel olarak oyuncuların oyunlar içerisinde kurmuş oldukları güç ilişkilerini açıklamakla birlikte farklı noktaları yakalamamıza da yardımcı olabilmektedir. Kişiler çoğu zaman oyunlara kendilerini de yansıtmak istedikleri için yaratmış oldukları *avatar* ve karakterlerin de güçlü olmasını önemseyebilmektedirler. Dolayısıyla güçlü bir karakter yaratımının güçlü bir benlikle özdeşleşebileceği anlayışı da göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca yine ekip içerisinde baskın olma yarışlarının ya da cinsiyetler arasında etkili olma çabalarının da güç ilişkileri kapsamında değerlendirilmesi gerektiği açıktır. Bütün bunlar da oyunlar içerisinde ortaya çıkan gerçek ve sanal birliktelikler düzeylerinin açıklanmasına yardım eder cinstedir. Sanal oyun ve gerçek yaşam bağına dair yapılan başka bir çalışma ise Cole ve Griffiths (2007) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kırk beş ayrı ülkeden dokuz yüz on iki kişi ile bu çalışma tamamlanmıştır. Temel olarak çevrimiçi oyunlar içerisindeki ve dolayısıyla dışarısındaki sosyal etkileşimleri ele alan yazı, oyuncuların birbirleriyle, arasında güçlü dostluk bağı da olmak üzere birçok duygusal ilişkiye girebileceğini aktarmıştır. Oyun ve gerçek yaşam arasında olabilecek bağı duygusal ilişkiler ve dostluklar düzlemine getiren yazı, bu duruma yardım eden sebepleri ise, oyunların genellikle yaş, cinsiyet, fiziksel mesafe gibi sınırları kaldırmasında göstermiştir. Çalışmada ortalama hemen hemen her kişinin oyunlar içerisinde yedi kişi ile iyi bir şekilde anlaşabileceği sonucu da çıkmıştır.

Ayrıca aynı oyunları oynayan kişilerin gerçek hayattaki birlikteliklerinde de daha iyi anlaşabilecekleri belirtilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma göstermektedir ki gerçek yaşam ve sanal oyun arasındaki bağ, duygular ve arkadaşlıklar temelli de var olabilmektedir. Konuya dair farklı bir çalışma ise Sucu (2012) tarafından yapılmıştır. Sucu, çalışmasında temel olarak, oyunlar içerisinde gerçeklik anlayışının değiştiğine değinmiştir. Oyunlar yaşamı belirli yönleriyle yansıtabilmektedir ayrıca yaşamdaki birçok aktivite ve davranışlar da oyunlarda kendilerine yer bulabilmektedir. Lakin bu durum son zamanlarda imaj ve gösteri temelinde yapılmaktadır. Sucu, oyunların birçok sınırı kaldırabilme gücünü gerçekliğin değiştirilmesi olarak değerlendirmiştir. Bunun sonucunda ise oyuncuların, gerçekliği doğrudan buralarda aradıklarını belirtmiştir. Bu durum da bize göstermektedir ki oyunlar ve gerçeklik arasındaki bağ bazı durumlarda değişebilmekte hatta bazen tamamen ortadan kalkarak sanal ve gerçek iç içe geçebilmektedir. Yine konuyla ilgili bir başka çalışma Brey (2014) tarafından yapılmıştır. Bilgisayarlar aracılığıyla simülasyonların ve gerçek yaşamın iç içe geçtiğine değinen yazı, insanların buralarda oldukça fazla zaman geçirdiğini ve yer yer üst düzey paralar harcadığını belirtmektedir. Yine gerçek ve sanal kimlik üretiminin birlikte mümkün olabildiğini söyleyen Brey, özellikle sektörün erkeklere dönük olarak şekillendiğini de vurgulamaktadır. Ayrıca bu ortamlarda hırsızlık ya da kişileri aşağılama gibi durumların olması da gerçek ve sanal bağının hangi düzeylere geldiğini gösterir niteliktedir. Son olarak bu kapsam dâhilinde bir başka çalışma ise Guegan, Moliner ve Buisine (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir. Seksen dört ve ayrıca iki yüz kişiyle iki ayrı çalışma gerçekleştirilerek, oyuncuların lonca içerisinde ya da bireysel oyun düzeyinde kazandıkları kimliklere bakılmıştır. Oyun içinde oluşan durumun gerçek yaşama yansıması da ayrıca önemlidir. Aynı ekip içerisinde olmanın pozitif, dışarıda kalmanın ise negatif sonuçlarının gösterildiği çalışma yine kimlik, sosyal

birliktelik ve loncalar bağlamında gerçek ve sanal arasındaki bağı kurmaya yardım etmiştir. Bütün bunlar da çalışmamız için destekleyici nitelik taşımaktadır.

Oyuncuların oyun karakterleriyle ve diğer oyuncularla kurmuş oldukları sanal ve gerçek yaşam bağı ayrıca akış çerçevesinde de gündeme alınmıştır. Kim, Oh ve Lee (2005) ele aldıkları çalışmada, çevrimiçi oyunların özelliklerinin bireysel akışı nasıl etkilediğini incelemişlerdir. Oyundaki becerilerin, zorluğun ve odaklanma imkânlarının akış üzerinde doğrudan etkili olduğu ortaya çıkarılmıştır. Dolayısıyla insan makine ve insan insan arasındaki etkileşimler neticesinde ortaya çıkan oyuna dalmanın, yani akışın, oyun ve gerçeklik arasındaki bağın oluşmasında oldukça önemli rol oynadığı belirlenmiştir. Oyun içerisinde ve dışarısında sosyalleşme ile kurulan bağları da aynı kapsamda değerlendiren çalışma temelde, odaklandığımız konuya yardım edici bir nitelik taşımaktadır. Çünkü oyuncular, yer yer kendilerini tamamen oyuna kaptırabilmekte ve akış olarak adlandırılan bu durumda oyunla birlikte bir etkileşime geçebilmektedirler. Aynı kapsamda ele alınan bir diğer çalışma ise Refiana, Mizerski ve Murphy (2005) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma temel olarak, online oyun oynayan oyuncuların akış yaşadığına dair durumu gözler önüne serme amaçlı yapılmıştır. İki yüz on sekiz kişi ile anket çerçevesinde bu durum ölçüme tabi tutulmuştur. Özellikle beceri, oyun içi zorluk, oyuna katılım ve zaman gibi faktörlerin akışın tekrarlanmasındaki en önemli başlıklar olduğu ortaya çıkarılmıştır. Yani oyunda beceri yansıtımı için imkânlar varsa, zorluklar farklı seviyelere ayrılmışsa, oyuna katılım için gerekli zemin ve şartlar hazırlanmışsa ve zamansal açıdan kişiler esnek davranabiliyorsa, oyuncular oyunlar ile akış çerçevesinde etkileşime girebilmektedirler. Dolayısıyla son iki çalışmadan da anlaşıldığı gibi akışla, oyuna tamamen dâhil olmayla gerçek yaşam ve oyun arasında etkileşim ortaya çıkabilmektedir. En nihayetinde de gerek akış çerçevesinde, gerekse duygularla, arkadaşlık bağlarıyla, kişilerarası ilişkilerle ya da güç ilişkileriyle gerçek yaşam ve sanal oyun arasında etkileşime geçilebilmekte,

bu da oyuncuların oyun karakterleriyle ya da oyuncuların diğer oyuncularla aralarında kurmuş oldukları bağlarla ortaya çıkabilmektedir.

1.2.8.1.5. Emeğin Sanal Oyunlardaki Yansıması

Çevrimiçi oyunlarda oyuncuların karakterler ve *avatar*larla ya da diğer oyuncularla bağ kurmasına yardım eden etkileşimlerden bir başkası ise oyun içi emektir. Oyuncular oyun içerisinde geçirmiş oldukları zaman ve uğraşlar neticesince birçok açıdan buralarda emek harcadıklarını düşünmektedirler. Hatta bazı oyunlarda her gün aynı saatte aynı etkinliği yapmanın zorunlu olduğu durumlarda oyuncular, ciddi anlamda kendilerini ve uğraşlarını sanal âleme aktarabilmektedirler. Dolayısıyla oyun içerisindeki emek, oyunlar ve oyuncular arasındaki etkileşimi sağlamakta ve bu etkileşim de oyuncuların karakterlerle bağ kurmasına yardım edebilmektedir.

Dijital ortamlarda emeğin varlığına dair yapılan çalışmalardan birini Duman ve Özdoyran (2018) gerçekleştirmiştir. Çalışma, internet kullanıcılarının bazı ortamlarda hiçbir ücret almadan ya da emeklerinin karşılıklarını beklemeden neden çalışıp emek verdiklerini anlamaya yönelik yapılmıştır. Pazarda alınıp satılabilen şeyler anlamına gelen metanın, toplumu etkileyebildiği gibi toplumdan etkilenebileceğine de değinilmiştir. Bu noktada ortaya konulan çalışmaların yer yer toplum vesilesiyle ve isteğiyle ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Bu ise sabit kalmama ve değişmekle yani sanallaşmayla daha mümkün olabilmektedir. Duman ve Özdoyran, böyle bir ortamda neden emeğin karşılığının beklenmediğini birkaç sonuçla ortaya koymaktadır: Kişilerin özellikle maddiyattan ziyade bazı durumlarda kimlik yaratımına önem vermesi, eğlence amacı olarak ortamlara katılım ya da yapılan işlerin mesai olarak algılanmamasından ötürü umursamazlığın ortaya çıkması. Bunlardan ötürü, dijital ortamlarda geçirilen zaman ya da verilen birçok uğraş ücretsiz olarak elde edilebilmektedir. Nihayetinde bu çalışmanın sonuçları online oyunlar üzerine de düşünmeye sevk edici nitelik

taşımaktadır. Çünkü online oyunlarda oldukça fazla zaman geçirilmekte lakin bu zaman ve zamanla birlikte oyun içerisinde üretilen dijital metalar herhangi kesin bir karşılık bulmamaktadır. Sadece belirli durumlarda gerçekleştirilen ticari işlemler neticesinde bazı sonuçlar alınabilmektedir. Ayrıca oyun geliştiricilerinin geri bildirim beklemeleri ve oyuncuların görüşlerini ücretsiz olarak öğrenmeleri de bu kapsamda değerlendirilebilmektedir. Bütün bu sonuçlar da internet dolayımlı oyunlarda ciddi bir emeğin var olduğunu ve bu emekle birlikte oyuncuların oyun karakterleri ve diğer kişilerle etkileşimde bulunabileceğini göstermektedir. Dijital ortamlardaki emeğe dair yapılan çalışmalardan bir başkasını ise Ünal Miçooğulları (2018) ele almıştır. Çalışmada enformasyon çağında birbirinden farklı tanımlamalarıyla ele alınan yeni ekonomik sistemin, dijital ortamlardaki emeğin sömürüsünü de beraberinde getirdiği anlayışı hâkim kılınmıştır. Sanal para ile birlikte birçok işlemin gerçekleştirilmesine imkân veren yeni model, bilgisel ve kültürel anlamdaki maddi olmayan emeğin sömürüsünü de beraberinde getirebilmiştir. Ayrıca duygulanımsal emek olarak da farklı açılardan değerlendirilen heyecan, rahatlık vs. gibi duyguların ön plana çıkışı, yine bu noktada karşılıksız olarak kazanılabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın da aktardıkları oldukça önemlidir. Yine *Metin2* ve *LoL* gibi oyunlarda sıkça duyulan "emeğim çalındı", "emeğim gasp edildi " ya da "emeğimi maddi güce dönüştürdüm" gibi sözler bu temellerden ortaya çıkmaktadır. Çünkü oyuncular harcadıkları zaman ya da verdikleri uğraşlarla, karşılıksız da olsa belirli bir emeğin ortaya çıktığının farkındadırlar. En nihayetinde bu çalışmalar bizlere göstermektedir ki oyuncuların oyun karakterleri ile arasındaki bağın oluşmasına yardım eden sebeplerden birisi dijital emektir. Bu emeğin az ya da çok olması, karşılığının belirli durumlarda alınıp alınmaması çevrimiçi oyunlardaki emeğin var olduğu ve bunun oyuncularla bağ kurduğu gerçeğine etki etmemektedir.

1.2.8.1.6. Oyunlardaki Sanal-Gerçek Tüketim İlişkileri

Çevrimiçi oyunlarda oyuncuların oyun karakterleri ve *avatar*larla girmiş oldukları etkileşimlerden bir başkası ve belki de en önemlisi de gerçek yaşam ve oyun arasındaki tüketim ilişkileridir. Bu ilişkiler çok geniş kapsamda ele alınmaya değerdir. Çünkü oyuncular, oyun içerisinde belirli miktarlarda harcamalar yapabilmektedir. Ayrıca oyun içerisinde elde edilen oyun eşyaları ya da oyun hesapları birçok kişiye satılarak para kazanılabilmektedir. Ayrıca oyuncular, diğer oyuncularla oyun içerisinde eşya takası yaparak belirli bir ekonomi de oluşturabilmektedir. Öte yandan oyuncular, sırf oyun içerisinde farklı görünebilmek ya da kendini daha iyi ifade edebilmek adına oyun eşyaları da satın alabilmektedirler. Dolayısıyla temel olarak oyun içerisinde gelişen ama oyun dışına da rahatlıkla yansıyabilen oyun kapsamlı tüketim ilişkileri, oyuncu ve oyun arasındaki etkileşimi sağlayabilmekte bu durum da oyuncu, oyun karakteri bağının oluşmasında oldukça önem taşıyabilmektedir.

Oyunlardaki tüketim ilişkilerine dair yapılan çalışmalardan birini Koçoğlu (2019) gerçekleştirmiştir. Koçoğlu, gelişen teknolojilerle edinilen yeni davranışların tüketim davranışlarını da belirleyebileceğini ele aldığı yazısında, üniversite öğrencilerinin çevrimiçi oyun bağımlılık düzeylerinin tüketici kararlarına etkisini göstermeye çalışmıştır. Üç yüz on dört üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada çıkan sonuç, oyun bağımlılık düzeylerinin artışının, sadık tüketici olma ve marka bilinci üzerinde artışa sebep olduğu yönündedir. Kendi çalışmamız için de oldukça önemli olan bu yazı, oyunlar ve kişiler arasındaki bağların tüketim ilişkilerini şekillendirebileceğine kanıt olur niteliktedir. Koçoğlu, çevrimiçi oyunların, niş bir pazar durumunda iken bugün oldukça geniş bir yapıya büründüğünü belirterek, oyuncuların da oyunda geçirdikleri zaman dâhilinde buralara bağımlı olabileceğini ortaya koymuştur. Ayrıca genç neslin sosyalleşme anlayışının dijitale kayması ile birlikte, tüketici davranışlarının da buradan etkilenmemesinin mümkün olmayacağı tekrar tekrar belirtilmiştir.

Dolayısıyla anlaşılmaktadır ki oyuncular oyun karakterleri ile aralarında maddi açıdan da bağlar bulundurabilmektedir. Ticari etkileşimler de bu bağlara destek olur niteliktedir. Oyun içerisindeki tüketim anlayışına ve ticari ilişkilere dair yapılan çalışmalardan bir başkasını Park ve Lee (2011) gerçekleştirmiştir. Üç yüz yirmi yedi kişi üzerinden anket yapılarak gerçekleştirilen çalışma, temel olarak oyun eşyalarının algısal değerini anlamaya ve bunun oyun ile tüketim kapsamında değerlendirilmesine dayanmaktadır. Oyuncuların oyun eşyalarını neden satın aldıkları ise bazı oyuncularca görünüş temelli, bazılarınca güç temelli, bazılarınca oyun zevki temelli, bazılarınca ise oyunda ekonomiye hâkim olma temelli olarak dile getirilmiştir. Ayrıca yine aynı çalışmada oyuncuların oyun karakterleriyle özdeşleşmek için oyun eşyaları satın aldıkları anlayışı da aktarılmaktadır. Bu durum ise Koçoğlu'nun çalışmasında da olduğu gibi bazı etkenlerin oyun içi tüketimi etkileyebileceğini tekrar gözler önüne sermiştir. Dolayısıyla oyuncular, oyun içerisinde satın aldıkları eşyalar ile farklı etkileşime geçerek, oyun karakterleriyle bağ kurabilmişlerdir. Bu kapsamda benzer bir çalışma ise Ho ve Wu (2012) tarafından ele alınmıştır. Çalışma, çevrimiçi oyunlarda oyun içi eşya satın almaya yönlendiren faktörleri tüketimsel açıdan değerlendirmiştir. Özellikle oyun türünün, oyun içi memnuniyetin, oyuncuların oyun karakterleriyle özdeşleşme isteklerinin ve yeni tüketim anlayışlarının oyun içerisinde oyun eşyası satın almada ya da oyuna para yatırmada etkili olduğu ortaya koyulmuştur. Bu noktada yine anlaşılmaktadır ki oyuncuların oyun karakterleri ile daha iyi bağ kurabilmesi için belirli miktarlarda gerçek paraların oyunlara aktarılması mümkün olabilmektedir. Çünkü oyuncular oyun karakterleriyle, fiziksel açıdan, güçsel açıdan, psikolojik açıdan ve daha birçok noktadan bağ kurabilmektedirler. Burada da kalitenin artması için bazı durumlarda ekstra özelliklerin oyun içi satın alınması önem taşır. Konuya dair başka bir çalışma ise Yıldız (2007) tarafından ele alınmıştır. Temel olarak Huizinga'nın *Homo Ludens*'i üzerine şekillenen yazı, oyuncuların gerçek hayatla oyun arasında bir bağı

olduğunu belirterek, oyunlardaki sanal kariyeri gündeme getirmiştir. Kapitalist üretim ilişkileri içerisinde değerlendirilen bu gündem, oyunlardaki gerçek para ticaretini de kapsar cinste aktarılmıştır. Diğer yandan oyun içerisinde başarıya ulaşma isteği, görevler ve mücadelelere katılma, gerekliliklerin yerine getirilmemesinden ötürü verilen cezalar gerçek yaşamla oyun arasında tüketimsel perspektiften bağ kurmaktadır. Yıldız, ayrıca oyuncuların boş zamanlar adı altında oyunlarda bu şekillerde mesai yaptıklarını da belirtmektedir. Level (seviye) kasma ile de gerçek yaşamdaki üretim ilişkilerinin oyunda yeniden üretildiği tekrar tekrar aktarılmıştır. Dolayısıyla yine anlaşılmaktadır ki tüketimsel bir etkileşim neticesinde oyuncular, oyunlar ile bağ kurabilmektedirler. Yine başka bir çalışma Lee (2010) tarafından kaleme alınmıştır. Oyuncuların başarı amacıyla oyunlara bağına ve bunun ticari işlemlerle birlikteliğine değinen yazı, iki yüz kırk beş kişinin verileriyle tamamlanmıştır. Başarı, oyun içi keşif, sosyalleşme ve oyun içi yardım gibi önemli motivasyonlar neticesinde oynanan oyunların, oynanma süresinin arttıkça başarıyı getirdiği dolayısıyla da oyun şirketlerinin bu durumdan faydalandığı yazıda özellikle dile getirilmiştir. Böylelikle anlaşılmaktadır ki başarı motivasyonunu yakalamak için belirli süre oyunlara sadakat göstermek önem taşımaktadır. Bu da sadakatle birlikte gelen uzun oyun ortamının, ilerleyen zamanlarda oyun içi ticari ilişkilere dönüşebileceğine ışık tutmaktadır. Konuyla ilgili başka bir çalışma da Doğu (2006) tarafından yapılmıştır. Doğu, bilgisayar oyunlarının tüketimsel açıdan hayatımıza dâhil oluşunu ele aldığı tez çalışmasında, oyunların bizlere yaşam biçimleri ve tarzları sunduğunu dile getirmiştir. Tüketim toplumuna geçişle birlikte artan durumun, özellikle oyun içerisinde de kendine daha çok yer bulabildiği belirtilmiştir. Artık oyunlar içerisinde, hayatımıza dair fikirler sunulabilmekte, kişilerin oyun karakterleriyle doğrudan bağ kurabilmesi mümkün olabilmektedir. Böylelikle gerek oyunlar içerisinde gösterilen markalara karşı oyuncuların dikkati daha çok artmakta gerekse, oyun içerisinde daha iyi olmak adına oyuna para yatırılabilmektedir. Bütün

bunlar da yine oyuncuların oyunlarla olan etkileşimlerine destek olur niteliktedir. Yine başka bir çalışma Cheung ve arkadaşları (2015) tarafından kaleme alınmıştır. Online oyunlar içerisinde oyun eşyası satın almaya dönük olarak hazırlanan çalışma, üç yüz yetmiş yedi kişinin verileriyle ortaya konulmuştur. Psikolojik süreçlerin, motivasyonların ve davranışsal durumun etkili olduğu online oyunlara, katılım için, müşteri memnuniyetinin sağlanmış olması, oyunların belirli seviyelerde özelleştirilmesi ve oyunların sosyal etkileşim verebilmesi gereklilikleri ortaya çıkarılmıştır. Ancak bu şekilde oyuncuların akış yaşayarak oyun içerisine para harcayacak konuma gelebilecekleri belirtilmiştir. Konu kapsamında değineceğimiz son çalışma ise Zackarıasson, Wahlin ve Wilson (2010) tarafından yazıya dökülmüştür. Online oyunların bizlere kimlik yaratma ve aktivite yapma fırsatları sunuyor olması, pazarlamacılar için bu kişiler üzerinden analiz yapma şansını ortaya çıkarabilmektedir. Yine yazarlara göre kimlik ve satın alma arasındaki bağın varlığı, oyun içerisinde oldukça önemlidir. Böylelikle sanal oyunlar ve gerçek yaşam arasında para akışı ve pazarlama, gerçekleştirilen aktiviteler ve yaratılan karakterler yoluyla daha mümkün olabilir hale gelebilmektedir. Çünkü kişiler kendilerini ve kimliklerini oyunlarda ancak bazı durumlarda ekstra harcamalarla tam anlamıyla yansıtabilmektedirler. En nihayetinde anlaşılmaktadır ki konu kapsamında ele alınan çalışmalar, oyuncuların oyunlarla ve diğer kişilerle tüketim ilişkileri bağlamında da etkileşime geçebileceğini göstermektedir. Bu etkileşim de geniş kapsamda oyuncuların, oyun karakterleriyle aralarında tüketim ilişkileri gibi farklı bir bağın oluşmasına zemin hazırlayabilmektedir. Ele alacağımız çalışma için de oldukça önemli olan durum farklı açılardan ele alınabilmektedir.

Sonuç olarak literatürde görülmektedir ki oyunları ve bunların destek bileşenlerini etkileşim bağlamında ele alan yazılar, temel olarak oyuncu-oyun ya da oyuncu-oyuncu etrafında şekillenmiştir. Oyuncuların oyunlardan birçok açıdan olumlu

ya da olumsuz etkilendiği detaylıca gösterilmiştir. Bu kapsamda yaşam doyumu ve mutluluk da birçok yazar tarafından farklı şekillerde ele alınmıştır. Yine oyunlar içerisindeki kimlik ve *avatar* neticesinde oyuncularla oluşan bağlar farklı kişilerce detaylandırılmıştır. Oyunların içerisinde temel olarak ortaya çıkan ve daha sonra gerçek yaşama da etki edebilen sosyal ilişkiler ayrıca değerlendirilmiştir. Bu geçişler neticesinde sanal oyunlar ve gerçek yaşam bağı da etkileşimler kapsamında yer bulabilmiştir. Öte yandan oyuncuların zaman ve uğraş harcayarak ortaya çıkardıkları emek birçok açıdan etkileşim çerçevesinde ele alınmıştır. Bütün bunların ortak bir noktaya çekilebilmesi ise tüketim ilişkileri bağlamında tam anlamıyla mümkün olabilmiştir. Oyuncuların gerek oyun içerisinde gerekse oyun dışarısında girmiş oldukları ticari ilişkiler oyuncular ve oyun etkileşimi arasında oldukça önemli bir yer tutmuştur. Dolayısıyla tüm bu etkileşimler temel olarak, oyuncuların oyun karakterleri ile arasında belirli bir bağın oluşmasına ve ileride yine belirli kapsamlarda tüketici ilişkilerinin şekillenmesine zemin hazırlar nitelik taşımaktadır.

1.2.8.2. Çevrimiçi Oyunların ve Bunları Destekleyen Bileşenlerin "Oyuncu" Bağlamında İncelenmesi

Çevrimiçi oyunları ve bunları destekleyen bileşenleri (oyun oynama sebepleri, oyuncuların beslemiş oldukları sadakat ve bağımlılık, oyunlara para yatırma isteği, oyuncuların farklı türleri, oyuncuların farklı şekillerdeki etkilenişi vs.) inceleyen literatür kaynakları, doğrudan oyuncu bağlamına dönük olarak birçok çalışmayı bünyesinde barındırmıştır. Bu çalışmalar özellikle, çevrimiçi oyun oynayan oyuncuların bu oyunları neden oynadıkları ve hangi motivasyonları taşıdıkları üzerine yoğunlaşmıştır. Diğer yandan oyuncuların oyunlara karşı beslemiş oldukları sadakat ya da bağımlılık hissi de bu bağlamda detaylıca incelenmiştir. Çünkü oyuncular, bazı durumlarda istem dışı hareket edebilmekte ve bu hareketlerin nedenleri de merak

edilebilmektedir. Dolayısıyla hareketlerin nedeni olarak gösterilebilecek bağımlılık ya da sadakat bu noktada oldukça önem taşıyabilmektedir. Bunların dışında, oyuncuların oyun içerisine neden para yatırmak istedikleri de ayrı bir merak konusu olarak ortaya çıkmıştır. Buradaki ticari ilişkilere odaklanmak da bu noktada önem taşımaktadır. Öte yandan, birçok online oyunun olduğu sanal ortamda, birbirinden farklı oyuncu türleri de mevcuttur. Oyuncu türlerine dair yapılan çalışmalar da bu açıdan temellenmektedir. Son olarak oyuncuların oyunlardan ve diğer oyunculardan farklı şekillerde etkilenebilmesi mümkün olmaktadır. O yüzden farklı etkilerin de ele alınması çevrimiçi oyunlar ve bunların destek bileşenleri açısından oyuncu bağlamında oldukça önemlidir.

1.2.8.2.1. Oyuncuların Oyun Oynama Amaç ve Nedenleri

Çevrimiçi oyun oynayan oyuncular, birbirinden farklı motivasyonlar ya da nedenler taşıyabilmektedirler. Birçok oyuncunun bulunduğu ortamlarda birçok oyun amacı ve nedeni de doğal olarak var olmaktadır. Bu amaç ve nedenler bazı açılardan birbirleri ile tamamen örtüşebilmekle birlikte, bazı açılardan farklılıklar da taşıyabilmektedir. Böylelikle kişilerin oyun oynama nedenleri de bu kapsamda değerlendirilebilmektedir.

Çevrimiçi oyunlarda oyuncuların oyun oynama sebeplerini duygusal açıdan inceleyen çalışmalardan birini Bae, Koo ve Mattila (2016) ele almıştır. Çalışmada oyun oynamanın sebepleri olarak stres, zevk bulma isteği ve duygusal uyarılma isteği ön plana çıkmıştır. Olumsuz ruh halleri dolayısıyla stres ise bunların arasında başat sebep olarak görülmektedir. Diğer yandan zevk duyma ve duygusal uyarılma nedenleri kötü ruh halini kovmada etkili olabileceği için oyunların tekrar oynanmasındaki sebepler olarak da anlaşılabilmektedir. Başka bir sebep de Bae, Koo ve Mattila tarafından benlik saygısı kazanma olarak ortaya konulmuştur. Kişiler karakterlerle etkileşime geçerek böyle bir kazanım elde etmeye çalışmakta ve bu motivasyonlarla da oyun

oynayabilmektedirler. Böylelikle *LoL* örneğinin de dâhil olduğu çalışma ile ortaya çıkan sonuçlar, kendi çalışmamız için de oldukça fayda sağlar nitelik taşımaktadır. Konuya dair yapılan araştırmalardan bir başkasını İşbilen (2018), tez çalışmasında gerçekleştirmiştir. Temel olarak çevrimiçi rol yapma oyunlarının neden oynandığını, hangi motivasyonların buralarda önemli olduğunu ele alan çalışma, yaş, cinsiyet gibi faktörleri de kapsama dâhil etmiştir. Oyunların tarihsel sürecine, oyun türlerine ve oyuncu tiplerine de değinen yazı, oyun oynama sebeplerini genel olarak başarı yakalama isteği, sosyalleşme isteği ve oyun içinde rol yapma isteği olarak ortaya koymuştur. Bu başlıklar altında rekabet etme, takım çalışmasına katılma, rol yapma ya da kaçış gibi birçok alt sebep de kendini göstermektedir. Dolayısıyla oyuncular çevrimiçi oyunları birçok farklı sebeple oynayabilmekte ve buralarda kişiler kendilerini farklı açılardan gösterebilmektedir. Alana dair bir başka çalışma ise Koo, Lee ve Chang (2007) tarafından ele alınmıştır. Bulgular konsantrasyon sağlama, algılanan zevk, kaçış yaşama, merak etme ve sosyal bağlılık gibi oyun oynama motivasyonlarının, müşterilerin yani oyuncuların oyunlara katılmasında büyük oranda etkili olduğu yönünde çıkmıştır. Üç yüz yetmiş dört online oyun oyuncusu ile elde edilen sonuçlar, hem oyunların oynanma motivasyonlarını ve nedenlerini belirlemeye hem de alanın tüketim ilişkileri bağlamında incelenmesine katkı sağlar niteliktedir. Yine başka bir çalışma da Alan, Kabadayı ve Cavdar (2017) tarafından kaleme alınmıştır. İnsanların online oyunlar oynamalarının nedenleri üzerine gerçekleşen yazı, tüketici yenilikçiliğinin rolü kapsamında şekillenmiştir. Oyuncular, oyunları genel olarak psikolojik sebeplerle ya da sosyal sebeplerle oynayabilmektedirler. Popülarite de buralarda oldukça önemli rol oynamaktadır. Diğer yandan oyunların özelliklerine dair beklentilerin de oyun oynama için önemli olduğu aktarılmıştır. Böylelikle birçok bileşenin aynı anda önemli olabileceği de ortaya çıkmıştır. Çevrimiçi oyunları oynama üzerine yapılan başka bir çalışma ise Yee (2006) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yee,

oyunların oynanma motivasyonlarını üç temel başlıkta belirtmiştir: Başarı elde etme, sosyalleşme ve oyun dalma. Bu başlıklar altında keşfetme, takım çalışması ya da statü gibi alt başlıkların olması da İşbilen'in çalışmasını tekrar destekler niteliktedir. Öte yandan Yee, bazı demografik değişkenlerin de bu durumla bağlantılı olduğunu ortaya koyarak motivasyonların çok daha geniş kapsamlı olarak değerlendirilmesi gerekliliğini belirtmiştir. Böylelikle oyuncuların oyunlara, hangi motivasyonlar temelinde yaklaşabileceği farklı açılardan daha rahat anlaşılabilmektedir. Konuya dair yapılan çalışmalardan başka birini ise Jeng ve Teng (2008) ele almıştır. Çevrimiçi oyunları oynamak için etkili olan motivasyonların araştırıldığı çalışma, bu durumun kişilik özellikleriyle olan bağına da değinmiştir. Jeng ve Teng oyunların oynanması için önemli olan motivasyonları şu şekilde sıralamıştır: Keşifçi olmak, rol yapmak, takım çalışmasında bulunmak, ilerlemek ve kaçışta bulunmak. Bu motivasyonlarla bağlantılı olduğu ortaya konulan kişilik özellikleri de açık olmak, vicdanlı ve eşit olmak, dışa dönük olmak, kabul edilebilir olmak ve nevrotikçi olmak olarak belirlenmiştir. Doksan iki öğrenci neticesinde ulaşılan veriler, kişilik özellikleri ile oyun oynama motivasyonları arasında bir bağın olduğunu ve bu iki durumun birbirini etkilediğini ortaya koymuştur. Dolayısıyla bu çalışma kişilerin oyun karakterleri ile arasında var olan bağlara farklı bir kanıt niteliği de taşımaktadır. Çünkü oyuncuların kişilik özellikleri doğrudan oynama motivasyonlarına yansımakta, bu durum da oyun içerisindeki karakterler yoluyla bağın oluşmasına katkı sağlamaktadır. Yine başka bir çalışma bu kapsamda Taydaş ve Karakoç (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. İnsanların neden sanal oyunlar oynadıklarına, neden boş zamanlarını buralarda harcadıklarına dair yapılan çalışmada dört temel kriter ortaya çıkmıştır. Bunlar sırası ile: İnsanların sosyalleşme ihtiyaçları, rahatlama isteği, sıkıntılardan kurtulma isteği ve boş zamanın bu şekilde değerlendirilme isteği olarak ortaya konulmuştur. Özellikle gerçek hayat içerisinde yapılmak istenilip de yapılamayan birçok şeyin oyunlar içerisinde

kolaylıkla yerine getirilebiliyor olması, bütün bunları kapsayıcı nitelikte ayrıca aktarılmıştır. Dolayısıyla birçok amaç için oyunlar oynanabilmektedir. Konu çerçevesinde geniş kapsamda yapılan çalışmalardan bir diğerini de Kahn ve arkadaşları (2015) ele almıştır. Oyun oynama motivasyonları, oyunların sektörel durumu ve *LoL* üzerine gerçekleştirilen yazıda temel olarak altı öncül motivasyon ortaya konulmuştur. Bunlar sırasıyla: Sosyalleşme, hikâyeye odaklanma, hayattan ve sıkıntılardan kaçış, kendini tamamlama, yarışmaya katılma ve bilgi edinme olarak belirtilmiştir. On sekiz bin sekiz yüz on dokuz kişi ile anket yoluyla gerçekleştirilen bu büyük çalışma, ortaya koyduğu motivasyonların sadece oyunların oynanması amaçlı değil, izlenmesi amaçlı da geçerli olabileceğini belirtmiştir. Dolayısıyla bu çalışma *LoL* örneği ile de bizlere göstermektedir ki birçok sebeple çevrimiçi oyunlar oynanabilmekte, hatta bu sebepler kişileri oyunları izlemeye de yönlendirebilmektedir. Yine başka bir inceleme Baybaş (2015) tarafından tez çalışmasında ele alınmıştır. Çevrimiçi oyunların benimsenmesini etkileyen faktörlerin, yeniliğin yayılımı teorisi ve amaca yönelik davranış modeli çerçevesinde değerlendirildiği çalışmada, oyuncuların, olumlu deneyim yaşamak istedikleri, duygusal anlamda bağ kurmak istedikleri ve satın almaya değer oyunlara zaman ayırmak istedikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Erken çoğunluğun diğer benimseyicilere göre ön plana çıktığı sonuç, yine oyunların farklı sebeplerle oynanabilir olmasını farklı bir perspektiften tekrar gözler önüne sermiştir. Konu kapsamında ele alınan bir başka çalışma da Lee ve Tsai (2010) tarafından gerçekleştirilmiştir. İnsanların neden online oyunlar oynadığını davranış teorisi ve teknoloji modeli ile araştıran çalışma, bin beş yüz on beş katılımcı ile tamamlanmıştır. İnsan ve bilgisayar arasındaki etkileşimin ve oyun normlarının düzgünlüğünün önemli olduğu, yazıda özellikle belirtilmiştir. Temel olarak ise oyun oynama nedenleri şu şekilde sıralanmıştır: Akış deneyimi yaşamak, olumlu tutuma ulaşmak ve oyunlardan keyif almak. Dolayısıyla tekrar anlaşılmaktadır ki bazı amaçlar ve alt nedenler değişse de bazıları temel olarak

her çalışmada görülebilmektedir. Çevrimiçi oyunların neden oynandığına dair yapılan başka bir çalışma da Choi ve Kim (2004) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, insanların neden online oyun oynadığı müşteri sadakati, akış, kişisel etkileşim ve sosyal etkileşim ile açıklanmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak insanlar, en iyi deneyimlerini yakaladıkları zaman oyunlara devam ettiklerini belirtmişlerdir. Burada da etkileşim ön plana çıkmıştır. Bu durum da oyundaki diğer oyuncularla, oyun canavarlarıyla ya da oyunun kendisiyle ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla oyuncuların, kişisel ve sosyal etkileşimler temelli akış yaşayarak oyunlara odaklandığı anlaşılabilmektedir. Ayrıca yine bu akışın uzun solukta sadakati de getirdiği ayrıca belirtilmiştir. Böylelikle etkileşimlerin, akışın ve sadakatin oyun oynamada önemli olduğu özellikle aktarılmıştır. Alana dair ele alınacak son çalışma ise Suárez, Thio ve Singh (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. İnsanların neden online oyunlar oynadığını ele alan araştırma, bu sebeplerin bağlılıkla alakasının olup olmadığına da değinmiştir. İki yüz elli iki kişinin verileri ile ulaşılan sonuçlar çerçevesinde, sıkıntılı bir bağlılık yaşayan oyuncuların normal oyunculara göre farklı motivasyonlar taşıdıkları ve olumsuzlukları çok daha üst düzey seviyelerde yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Özellikle kaçış ve kaygı gibi sebeplerle oynanan oyunların bağlılıkla daha yakın olduğu anlaşılmıştır. En nihayetinde bütün çalışmalarda görülmüştür ki birbirinden farklı amaç ve motivasyonlarla çevrimiçi oyunlar oynanabilmekte ve bu oyunların bileşenlerine ulaşılabilmektedir. Bu durum oyuncu ve karakter arasında bağın oluşmasında ciddi anlamda önemli bir rol üstlenmektedir. Çünkü oyuncular taşıdıkları motivasyonlar ve ulaşmaya çalıştıkları amaçlar ile de oyunları oynayıp bu oyunların karakterleriyle bütünleşebilmektedirler. Ele alınan çalışmalar da kendi çalışmamız için bu yönlerden önem taşımaktadır.

1.2.8.2.2. Oyuncuların Oyunlara Sadakat ve Bağımlılığı

Çevrimiçi oyun oynayan oyuncular, oyunlara karşı bağımlılık ya da sadakat besleyebilmektedirler. Bu durum birbirinden farklı birçok değişkenle ortaya çıkabilmektedir. Özellikle demografik durumların getirisi olarak birçok sebep oyunlarda bağımlılığın ya da sadakatin ön plana çıkmasına katkı sağlayabilmektedir. Kişilerin ekonomik ya da sosyal durumları, ayrıca yaş faktörü başta gelen öncüller arasında gösterilebilmektedir. Dolayısıyla çevrimiçi oyun oynayan oyuncuların bu kapsamda değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

Çevrimiçi oyunlara karşı oyuncuların beslemiş oldukları bağımlılık ve sadakati inceleyen çalışmalardan birini Hsu ve Lu (2007) ele almıştır. Üç yüz elli altı kişi ile yapılan çalışma neticesinde ortaya çıkan sonuç, müşterilerin yani online oyun oyuncularının bağlılığının algılanan zevkle doğru orantılı olduğu yönündedir. Dolayısıyla çevrimiçi toplulukların, online oyunlarda ele alınması ve oyun zevkiyle olan bağlarının anlaşılması önemlidir. Diğer yandan, oyun içerisindeki normların belirli bir seviyede olmasının oyuna karşı sadakatin oluşmasında etkili bir rol oynadığı da aktarılmıştır. Böylelikle oyun içerisindeki normların ve algılanan zevklerin, oyunlara karşı sadakat ya da bağımlılığın ortaya çıkmasında önemli olduğu belirlenmiştir. Konuya dair yapılan başka bir araştırma da Civan Kemiksiz (2019) tarafından tez çalışmasında ele alınmıştır. E-spor, bağımlılık ve *LoL* kapsamında ele alınan yazı, bin üç yüz yetmiş beş kişinin verileri ile tamamlanmıştır. Oyun bağımlılığında önemli olan faktörler ise şu şekilde sıralanmıştır: Uzun süre oyun oynama, eğitim durumunun düşük olması, profesyonel olarak oyuna yaklaşma isteğinin olması ve yaşın küçük olması. Bu bileşenlere sahip oyuncuların diğer oyunculara göre bağımlı olma ihtimalinin oldukça fazla olduğu belirtilmiştir. Oyunların tarihsel süreç içerisinde git gide gelişmesi, e-spor anlayışının online ortamla birlikte ortaya çıkması, dolayısıyla bağımlılığın ve *LoL* gibi

çevrimiçi oyunların oynanmasının artması böyle bir durumda normal olarak karşılanmaktadır. Nihayetinde bu çalışma da göstermektedir ki bağımlılık için farklı bileşenlerin varlığı gerekebilmektedir. Yine başka bir araştırma da Yıldırım (2019) tarafından tez çalışmasında kaleme alınmıştır. Çalışmada, liselilerin çevrimiçi oyun bağımlılığı düzeylerinin, aile, öğretmen ve arkadaş gibi faktörler bağlamında sosyal destek ve psikolojik ihtiyaçlarla ilişkisine bakılmıştır. Özellikle online oyun bağımlılığında sosyal desteğin ve psikolojik ihtiyaçların karşılanmamasının önemli olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca cinsiyetler arasında da farklılığın olduğu belirtilerek erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha bağımlı oldukları açıklanmıştır. Öte yandan meslek lisesi öğrencilerinin, imam hatip ya da anadolu liseleri öğrencilerine göre de daha bağımlı oldukları kanıtlanmıştır. Yine bütün bunlar bağımlılıkla ilgili farklı etkenlerin gözler önüne serilmesinde önem taşımaktadır. Konuyla alakalı başka bir çalışma da Yalçın Irmak ve Erdoğan (2016) tarafından yapılmıştır. Temel olarak sağlık profesyonelleri için hazırlanan çalışma, dijital oyunların tarihçesine, oyunların bağımlılığa dönüşmesine, bu noktada etkili olan bileşenlere, oyunların olumlu ve olumsuz yönlerine ayrıca bağımlılığın önlenebilmesi için etkili olabilecek önerilere değinmiştir. Temel olarak günümüzde oyunların bağımlılık yaratabileceği lakin bunları engelleyebilmek adına önlemlerin de alınabileceği detaylıca aktarılmıştır. Özellikle oyunlara ayırılan sürenin artması ile birlikte bağımlılığın artacağı ayrıca belirtilmiştir. Öte yandan şehirleşme ile birlikte gelen alan darlığının, oyun anlayışında dijitalleşmenin ilerlemesine yol açtığı aktarılmıştır. En nihayetinde bu çalışma, oyun süresinin ya da dışsal birçok etkinin oyun bağımlılığında etkili olabileceğini, diğer yandan ise oyun bağımlılığını önleyebilmek adına önlemlerin de alınabileceğini göstermiştir. Yine başka bir araştırma da Özbıçakçı (2016) tarafından tez çalışmasında gerçekleştirilmiştir. Çalışma temel olarak e-spor hayranlığının ülkemizdeki durumunu ele almakta ve oyuncuların *LoL* ile girmiş olduğu etkileşimleri incelemektedir. Grup

bağlılığının, duygusal etkilenmelerin, internet kafelerdeki bağın ve üniversite kulüplerindeki birlikteliklerin ele alındığı yazı, *LoL*'e dair genel bilgileri ve oyunun ülkemizdeki kabulüne ilişkin durumu da içermektedir. Özellikle oyuncuların, oyun karakterlerinin özellikleri dolayısıyla bu oyunları oynadıklarına değinen Özbıçakçı, kendi çalışmamıza da oyuncu ve oyun karakterleri arasındaki bağı gösterme açısından destek sağlar niteliktedir. Böylelikle sadece bağlılıkla değil belirli açılardan sadakatle de oyuncuların oyunlarla bir olabileceği gösterilmektedir. Konumuz kapsamında ele alınan başka bir çalışma da Zhao ve Fang (2009) tarafından gerçekleştirilmiştir. Temel olarak online oyun oyuncularının sadakatini etkileyen faktörlerin araştırıldığı çalışma, oyuncuları, daha önceki bazı araştırmalarda da gördüğümüz gibi müşteri kapsamında değerlendirmiştir. Oyuncuların sadakatini etkileyen faktörler ise şu şekilde sıralanmıştır: Oyun hikâyesi ve grafiklerin etkin olduğu teknolojik durum, oyundaki sosyal normlar, oyunun niyeti, oyundaki online topluluğun yapısı. Dolayısıyla anlaşılmaktadır ki oyuncular için oyun içerisinde iyi bir hikâyenin olması gerekmekte, grafiklerin bu hikâyeleri daha iyi anlatabilmesi için oldukça düzgün olması gerekmekte, oyun içerisindeki normların ve oyunun niyetinin açıkça belli olması gerekmekte ve buralardaki online toplulukların yapısının oyunculara hitap eder cinste düzenlenmesi gerekmektedir. Böylelikle oyuncular oyunlara karşı kendiliğinden sadakat besleyebileceklerdir. Burada kendi çalışmamız kapsamında sadakatten ziyade başka bir durum da dikkatleri çekmektedir. Zhao ve Fang, oyuncuları genel anlamıyla müşteri olarak değerlendirmişlerdir. Bu durum da bizlere göstermektedir ki oyuncuların oyunlarla kurmuş oldukları bağ, belirli noktalarda tüketim ilişkilerine yansıyabilmektedir. En nihayetinde çalışma da sadakat ve oyun yapısını bu çerçevede belirli noktalarla değerlendirmiştir. Alana dair yapılan başka bir araştırma Köseliören (2017) tarafından tez çalışmasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada sekiz yüz kırk kişinin verileri neticesinde temel olarak, online oyun oynama ve bağımlılık üzerine

durulmuştur. Bağımlılığa neden olabilecek etkenler ise şöyle sıralanmıştır: Oyun oynama süresinin uzaması, oyun içi para yatırımının gerçekleşmesi, annelerin eğitim düzeyinin düşük olması ve cinsiyet açısından erkek olmak. Bu faktörler oyunlarda bağımlılığın artmasında oldukça önemli görülmektedir. Önceki çalışmalardan farklı olarak annelerin eğitim düzeyinin düşük olması faktörü burada kendine yer bulabilmiştir. Başka bir çalışma ise Gündüz (2011) tarafından ele alınmıştır. Çevrimiçi rol yapma oyunları ve bağımlılık ilişkilerini ergenler üzerinden inceleyen yazı, birçok farklı noktaya da değinmiştir. Çevrimiçi oyunların faydaları ve zararları, oyuncuların karakterlerle kurmuş oldukları bağlar, ülkemizdeki ve Uzak Doğu ülkelerindeki durumun ele alınması ve oyun tercihlerinin incelenmesi bunlara örnek gösterilebilmektedir. Çalışmada genel olarak bağımlılıkla ilişkisi olduğu düşünülen faktörler şöyle sıralanmıştır: Oyuncuların karakterlerle güç çerçevesinde bağ kurması, oyun süresinin uzaması, internetin çok yaygın kullanılmaya başlanması ve demografik özelliklerin etkisi. Böylelikle tekrar görülmektedir ki oyuncuların online oyunlara karşı olan ilgileri birçok sebepten ötürü bağımlılık düzeyine erişebilmektedir. Yine konumuz kapsamında ele alınan başka bir çalışmayı ise Bekir (2018) gerçekleştirmiştir. Çevrimiçi oyun bağımlılığı düzeylerinin duygusal şema, kişilik ve bazı değişkenler kapsamında incelendiği çalışma, üç yüz seksen üniversite öğrencisinin katılımıyla tamamlanmıştır. *LoL* oynanma oranının %31.6 olarak saptandığı çalışma bağımlılık açısından genel olarak şu faktörleri etkili görmüştür: Oyun türleri, cinsiyet farkı, kontrol edilmezlik ve duyguları inkar etme. Özellikle oyun türlerine göre bağımlılığın değiştiğinin gösterildiği ve erkeklerin çok daha fazla bağımlı olabileceğinin ortaya konulduğu çalışmada, ayrıca duygusal durumların etkisinden de bahsedilmiştir. Böylelikle oyuncuların oyunlara karşı bağımlılığı farklı açılardan incelenebilmiştir. Çevrimiçi oyunların bağımlılık ve sadakat düzeyinde incelendiği bir diğer çalışma da Şeker (2018) tarafından gerçekleştirilmiştir. Üniversite öğrencilerinin oyun bağımlılık düzeylerinin, oyun türü, cinsiyet, okul türü ve

sosyoekonomik durum yönünden incelendiği çalışma, birçok noktada önceki çalışmaları destekler sonuçlara ulaşmıştır. Özellikle erkek kullanıcıların daha bağımlı olduğu, 18-20 yaş aralığına bağımlılıkta dikkat edilmesi gerektiği, tek yaşayan bireylerin oyunlarla daha çok iç içe olduğu ve bilgisayar dolayımlı online oyunların diğerlerine göre daha baskın rolde bulunduğu sonuçları bu duruma örnektir. Diğer yandan gelir seviyesinin artması ile bağımlılık arasında pozitif ilişkinin bulunması ise birçok çalışmanın sonucuyla çelişir niteliktedir. En nihayetinde ele alınan çalışmalar göstermektedir ki oyuncular ve online oyunlar arasında oyuncu temelli bağımlılık ya da sadakat ilişkileri görülebilmektedir. Bu durum da geniş kapsamda oyuncu ve oyun karakteri arasında bağ oluşmasına zemin hazırlar niteliktedir. Ayrıca bu bağın ilerleyen dönemlerde tüketim alışkanlıklarına etki edebilir düzeye gelebileceği de tekrar hatırlatılmalıdır.

1.2.8.2.3. Oyuncu Bazlı Oyun İçi Alışveriş

Çevrimiçi oyunları oynayan oyuncular, oyun içerisinde ve bazı durumlarda oyun dışarısında ticari ilişkilere girebilmektedirler. Bu ticari ilişkiler oyuncu temelli olarak da gerçekleşebilmektedir. Oyuncu temelli olarak hazırlanan çalışmalar genel olarak, kişilerin bu oyunlar için gerçek para ödemeye ne kadar istekli olduklarını, neden oyun içerisindeki ilişkilerde paraların harcandığını, davranışların bu düşüncelerle nasıl şekillendiğini ele almıştır. Dolayısıyla oyuncu ve karakter arasındaki bağ açısından oldukça önemli olan tüketim ilişkileri oyuncu temelli olarak da incelenmeye değerdir.

Konuya dair yapılan çalışmalardan birini Baek, Song ve Seo (2004) gerçekleştirmiştir. Oyuncuların müşteri olarak değerlendirildiği çalışmada temel olarak, online oyun oyuncularının oyunlar için ödeme isteklerinin ne durumda olduğu açıklanmaya çalışılmış ve oyuncuların tercihleri keşfedilmek istenmiştir. Ödeme isteği olarak adlandırılan, bir oyun için ödenecek maksimum tutara nelerin etki ettiği araştırılmıştır. Yüz yetmiş dokuz katılımcının verileri neticesinde ortaya çıkan etkenler

şöyle sıralanmıştır: İnsan insan arasındaki ilişkiler, insan ve oyun makineleri arasındaki ilişkiler, karakter yaratmak için kurulan ilişkiler ve mobilite. Yazarlara göre ortaya çıkan bu etkenler temel olarak, oyun değerini belirlemede önemli rol oynamaktadırlar. Dolayısıyla ödeme isteğini belirleyen bu maddeler, oyuncuların, oyunlar içerisinde iletişimde olduklarını da göstermiştir. Böylelikle gerekli şartların sağlanması durumunda oyun içerisine ya da dolaylı olarak oyun dışarısına para harcanabileceği belirtilmiştir. Yine başka bir çalışma Constantiou, Legarth ve Olsen (2012) tarafından kaleme alınmıştır. Çalışma, online oyun oyuncularının, oyunlardaki davranışları ile gerçek para ticareti arasındaki niyeti anlama temelli gerçekleştirilmiştir. Çünkü bazı oyuncular, diğerlerinden farklı olarak kazanmak ya da eğlenmek yerine ticari amaçlarla da bu oyunları oynayabilmektedirler. Oyuna yönelik davranış ve para ticaretine dönük niyetler altı yüz altı kişinin anket verileri neticesinde iki yönlü olarak açıklanmıştır. Oyuncuların sosyal statüleri ve oyunun bu yöndeki etkinliği online ticarete olumlu etki etmektedir. Diğer yandan oyundaki eksik adalet, ticari ilişkilerin bazı noktalarda belirsizliği ve oyuncuda doğabilecek bazı pişmanlıklar olumsuz olarak belirlenmiştir. Böylelikle anlaşılmaktadır ki kişilerin statüleriyle oyunların artı ve eksileri birlikte hareket edebilmekte, iki olumlu birleşimle birlikte oyunlarda para akışı yaşanabilmektedir. Bu kapsamda yapılan başka bir çalışma ise Mäntymäki ve Salo (2015) tarafından ele alınmıştır. Temel olarak gençlerin sanal dünyada neden para harcadıklarını ele alan çalışma ayrıca, oyun pazarlamasında önemli olan yeni sisteme de değinmiştir. Oyunlar artık ücretsiz olarak piyasaya sürülmekte lakin oyun içindeki eşyaların alınması ise neredeyse zorunlu kılınmaktadır. Diğer yandan oyuncular yazıda, psikolojik ve tüketimsel açıdan değerlendirilmişlerdir. *Habbo* adlı online oyun örneğinde bin altı yüz dört kişinin anket verileriyle tamamlanan çalışmada oyuncuların oyunlara para yatırma nedenleri şöyle sıralanmıştır: Karakteri güçlendirme, oyun içinde kimlik temsilini sağlama, eğlenme, premium durumdan faydalanma, farklı

dekorasyonlar yaratabilme. Böylelikle tekrar anlaşılmıştır ki kişiler farklı sebeplerle birlikte oyun içerisine gerçek paralar yatırabilmekte, ya da oyun eşyaları satın alabilmektedir. En nihayetinde bu çalışmalar göstermiştir ki online oyunlar içerisinde oyuncular, karakterleriyle bağ kurma temelli olarak oyuncu bağlamında ticari ilişkiler yaşayabilmektedirler.

1.2.8.2.4. Oyuncuların Farklı Kategorik Sınıflandırılması

Çevrimiçi oyunların yapısı ve çeşitlilikleri oldukça fazladır. Doğal olarak bu oyunları oynayan oyuncular da birçok türde olabilmektedirler. Böylelikle oyuncuların sınıflandırıldığı çalışmalar, oyuncu ve karakter arasındaki bağ açısından ayrı bir önem taşımaktadır.

Oyuncuların sınıflandırılmasını ele alan çalışmalardan birini Binark ve Bayraktutan (2011) gerçekleştirmiştir. Yazıda dijital cemaatleşmeye, oyun içerisindeki ticari ilişkilere ve elektronik ortamda yaratılan kariyerlere de değinilmiştir. Ama asıl olarak önemli olan kısım oyuncuların sınıflandırıldığı bölümdür. Binark ve Bayraktutan özellikle ülkemiz için geçerli olabilecek oyuncu sınıflandırmasını genel olarak şöyle sıralamıştır: Gündelik oyuncular, sıkı oyuncular, internet kafe oyucuları, progamerlar, *emus*, *mod* ve *machinima* yapanlar ve oyun uzmanları. Böylelikle anlaşılmaktadır ki gün içerisinde öylesine oyun oynayanlar ya da oyun oynamayı meslek haline getirip farklı şekillerde para kazananlar olabilmektedir. Bu yüzden oyun içerisindeki oyuncu türleri birçok açıdan önem taşımaktadır. Konuya dair başka bir çalışma Hamari ve Tuunanen (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Farklılaşan oyuncu türlerini ve bu sebeple oyun içinin ticarileşebileceğini ele alan yazı, oyuncu türlerinin müşteri olarak görülebileceğine de değinmiştir. Psikografik temel, sıkı ve günlük oyuncuların yapısını ele alıp açıklamıştır. Öte yandan davranışsal temel, oyuncuların oyunu hizmet ve mal yönünden nasıl ele aldığını incelemiştir. Yine yazıda demografinin ve coğrafi

özelliklerin durumuna da değinilmiştir. Böylelikle bütün bunlarla oyuncuların farklı şekillerde ele alınabileceği belirtilmiştir. Bu çerçevede çıkarılacak tipolojilerle hem oyun içi satışların hem de oyun şirketlerinin politikalarının belirlenebileceği açıklanmıştır. Dolayısıyla çalışma oyuncuların sınıflandırılmasındaki önemli bileşenleri ortaya koyarak durumun farklı şekillerde değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Yine başka bir çalışma Taşpınar ve Gümüş (2005) tarafından ele alınmıştır. Temel olarak internet kafelere gelen oyuncuların profilinin çıkarıldığı çalışma, internet kafeleri de bazı yönlerden ele almıştır. Kafe içerisindeki teknolojik aletlerin yapısının, kafe içinin gereksinimlere göre düzenlenmesinin önemine değinen yazı, oyuncular için ise bazı genellemeler ortaya çıkarmıştır. Çalışma bulguları, oyuncuların çoğunun 16-25 yaş aralığında olduğunu belirtmiştir ve bu kişilerin çok büyük kısmı erkektir. Ayrıca kafe oyuncularının yarısından çoğunun herhangi bir işte çalışmadığı da aktarılmıştır. Öte yandan oyuncular çok büyük oranda, boş zamanlarını değerlendirmek ve eğlenmek amaçlı internet kafelerde bulunmaktadırlar. Bunlarla birlikte oyuncular özellikle arkadaşlarıyla birlikte bu ortamlarda takılmayı istemektedirler. Dolayısıyla çalışmada görülmektedir ki oyuncular genel olarak, 16-25 yaş aralığında, arkadaşlarıyla birlikte olmayı seven, eğlenme ve zaman geçirme amaçlı olarak kafelerde takılan erkeklerden oluşmaktadır. En nihayetinde ele aldığımız bu incelemelerde görülmüştür ki birbirinden farklı oyuncu tipleri olabilmektedir. Bunlar farklı şekillerde sınıflandırılabilmektedir. Gerek oyuncuların doğrudan incelenmesi gerekse demografik faktörlerle birçok bileşenin bu kapsamda ele alınması, oyuncu ve karakter arasındaki bağın oyuncu temelli olarak araştırılmasında önem taşımaktadır.

1.2.8.2.5. Oyuncuların Oyunlardan Farklı Şekillerde Etkilenişi

Çevrimiçi oyunları oynayan oyuncular, oyunlardan farklı şekillerde etkilenebilmektedirler. Gerek herhangi bir oyunun organizasyonu için seyahat

yapılabilmekte, gerek olumsuz içerikli oyunlar neticesinde saldırganlık artabilmekte, gerekse oyun içerisinde ticari amaçlarla aktarılanlar farklı şekillerde yorumlanabilmektedir.

Çevrimiçi oyunları oynayan oyuncuların oyunlardan etkilenebileceğini gösteren çalışmalardan birini Bayram (2018) ele almıştır. E-spor olarak da bilinen elektronik sporun kendine has özelliklerinin, ülkemizdeki alana dair durumun, e-spor türlerinin anlatıldığı çalışma, temel olarak bu oyunlar için planlanmış davranış çerçevesinde seyahatlerin bile yapılabileceğini ortaya koymuştur. Dolayısıyla dört yüz anket analizinde *LoL* örneğini de ele alan yazı, oyuncuların oyunlar için davranışlarda bulunabileceğini yani oyuncuların oyunlardan etkilenebileceğini gösterir niteliktedir. Benzer bir çalışma Taylan, Kara ve Durğun (2017) tarafından ele alınmıştır. Belirli bir kısmını lise öğrencilerinin oluşturduğu çalışma, öğrencilerin evlerinde bilgisayarın olup olmadığını, internet bağlantısının ne durumda olduğunu, hangi oyunların daha çok tercih edildiğini anlama üzerine yapılmıştır. *LoL* ve *Metin2* oyunlarının oynanma oranlarının da belirlendiği çalışmada temel olarak bazı oyuncuların, bazı oyunlardan olumsuz yönde etkilendiği sonucu ortaya çıkarılmıştır. Kişilerin davranış yapılarında dahi kötü etkiler bırakabilecek olan bağların ortaya konulduğu çalışma genel anlamıyla önemlidir. Konuyla ilgili başka bir araştırma da Bozkurt ve Oyman (2016) tarafından kaleme alınmıştır. Temel olarak kişilerin oyun reklamları nasıl algıladığına dair yapılan çalışma ilginç sonuçlar ortaya koymuştur. Özellikle birçok oyuncunun, reklamları bilmesine rağmen durumu önemsemiyor olması ve bunu normal karşılaması anlatılanlara kanıt niteliği taşımaktadır. Öte yandan oyuncuların, oyun reklam yerine oyunların içine yerleştirilen reklamlardan daha çok etkilenebilecekleri belirtilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma oyunların içine yerleştirilen reklamları farklı açılardan düşünmeye de fırsat sunmaktadır. Bu kapsamda ele alacağımız son çalışmayı ise Teng (2008) gerçekleştirmiştir. Çevrimiçi oyun oynayan oyuncular ile oyun oynamayan

kişilerin karşılaştırıldığı çalışma yüz otuz çift denek ile tamamlanmıştır. Açık olma, vicdanlı ve dürüst olma ve dışa dönük olma açısından kişiler incelenmiştir. Çevrimiçi oyun oynayan oyuncuların oyun oynamayan kişilere göre daha yüksek puanlar aldığı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Böylelikle oyuncuların oyun içerisinden etkilenmesinin kişisel özelliklerle de uyumlu olabileceği gösterilmiştir. En nihayetinde ele alınan çalışmalar göstermiştir ki oyuncular, bazı durumlarda oyunlardan ve buralardaki yapılardan etkilenebilmektedirler. Bu durum da en geniş kapsamıyla, oyuncuların oyun karakterleri ile arasında bir bağ oluşmasında etkili olmaktadır.

Sonuç olarak literatürde görülmektedir ki oyunları ve bunların destek bileşenlerini oyuncu bağlamında ele alan yazılar, temel olarak çevrimiçi oyun oyuncuları etrafında şekillenmiştir. Oyuncuların oyun oynama amaç ve sebepleri detaylıca ele alınmıştır. Öte yandan oyuncuların oyunlara beslemiş oldukları sadakat ve bağımlılık birçok açıdan incelenmiştir. Yine oyun içerisinde ve oyun dışarısındaki birçok ticari ilişki oyuncu temelli olarak detaylıca irdelenmiştir. Yüzlerce hatta binlerce online oyunun olduğu ortamda birbirinden farklı birçok oyuncunun var olması ve bunların sınıflandırılması farklı açılardan değerlendirilmiştir. Ayrıca oyuncuların oyunlardan birçok şekilde etkilenebileceği de gösterilmiştir. Dolayısıyla tüm bunlar temel olarak, oyuncuların oyun karakterleri ile arasında belirli bir bağın oluşmasına ve ileride yine belirli kapsamlarda tüketici ilişkilerinin şekillenmesine zemin hazırlar nitelik taşımaktadır.

1.2.8.3. Çevrimiçi Oyunların ve Bunları Destekleyen Bileşenlerin "Oyun" Temelli İncelenmesi

Çevrimiçi oyunları ve bunları destekleyen bileşenleri (oyunların farklı sunuları, oyunların barındırdığı ticaret mekanizmaları, oyunların tarihi ve türleri, oyunların ifade aracı olarak kullanılması, elektronik spor oyunları vs.) ele alan literatür kaynakları,

doğrudan oyun temeline odaklanarak birçok çalışmayı bünyesinde barındırmıştır. Bu çalışmalar, oyunların farklı sunularına dair bazı özelliklerin görülmesinde oldukça etkili olmuşlardır. Diğer yandan, oyunlardaki ticaret mekanizmasına dönük olarak kaleme alınan araştırmalara da değinilmiştir. Çünkü oyunlar teknik yapıları gereği ticari durumlara imkân sağlamaktadırlar. Ayrıca oyunların tarihi, sektörel durum ya da oyunların türü de farklı açılardan irdelenmiştir. Bunlarla beraber oyunların, ifade aracı olarak da anlamlandırılabileceği belirtilmiştir. Çünkü oyunlar içerisinde kişiler, kendilerini birbirinden farklı türlerde ifade edebilme imkânı bulabilmektedirler. En nihayetinde e-spor olarak da bilinen elektronik spor farklı açılardan yorumlanarak konu kapsamında değerlendirilmiştir. Böylelikle günümüz dünyasında popülaritesi artan bir alan da incelenme fırsatı bulmuştur. Dolayısıyla tüm bu başlıkların oyun temelli olarak değerlendirilmesi, çevrimiçi oyunların ve bunları destekleyen bileşenlerin daha iyi anlaşılmasında yararlı olacaktır.

1.2.8.3.1. Oyunların Farklı Sunuları

Çevrimiçi oyunlar ve bunların birçok bileşeni farklı şekillerde sunular ortaya koyabilmektedir. Oyunlar yapıları gereği kişilere sosyal alan sunabilmektedir ya da metin tabanlı yazışma ile etkileşimler aktarabilmektedir. Bunlarla birlikte sosyal etkileşimler sadakatle birlikte değerlendirilebilmektedir. Ya da bazı oyunlar ücretsiz oldukları için tercih edilebilmektedir. Öte yandan oyunlar, kültür endüstrisi bağlamında ele alınabilmekte ya da çok daha geniş kapsamlı olarak toplumun temeline yerleştirilebilmektedir. Bütün bunlar oyun temelli olarak, oyuncu ve karakter arasındaki bağa destek sağlar nitelik taşımaktadır.

Konuya dair yapılan çalışmalardan birini Ducheneaut ve arkadaşları (2006) gerçekleştirmiştir. Çevrimiçi oyunlar içerisinde sosyal deneyimin kazanılabileceği aktarılmak istenmiştir. Çalışma, temel olarak oyunlardaki sosyal aktivitelere

odaklanarak, *Warcraft* örneği üzerinden ilerlemiştir. Oyunlar, karakterlerin gelişimi için mücadele etmeyle, oyun süresinin kişilere yansımasıyla, tekli ve çoklu karakter seçenekleriyle, lonca birliktelikleriyle ya da özel sunucularla sosyallik sağlayabilmektedir. Öte yandan yazı, oyunların birçok şekilde sosyallik sunabileceğini belirtmekle birlikte, oyuncuların bazı görevleri zamanında yerine getirebilmek adına bu ortamlardan uzaklaşabileceğini de aktarmaktadır. Böylelikle, birlikte yalnızlık durumu da yazarlara göre oluşabilmektedir. Lakin temelde oyunların sosyallik sağlayabileceği anlayışı hâkim kılınmıştır. Başka bir çalışma ise Wei ve arkadaşları (2017) tarafından kaleme alınmıştır. Araştırma temel olarak, çevrimiçi oyunlara olan sadakati artırmak ve bağımlılığı azaltmak üzerine tasarlanmıştır. Sosyal göç bu noktada yazarlar tarafından önemli görülmüştür çünkü sosyal aktivite, sosyal sermaye ve sosyal normlar buradan etkilenebilmektedir. İki yüz on sekiz kişinin anket verileriyle tamamlanan çalışma, pazarlamada önemli olan sosyal etkileşimi ve psikolojide önemli olan sadakati birlikte ele alıp değerlendirmiştir. Böylelikle sosyal göç denilen oyunlar arası geçişin olduğu durumla birlikte bağlılığın azalabileceği, diğer yandan da sadakatin artabileceği ortaya konulmuştur. Bu da oyunların çeşitli düzenlemelerle birlikte farklı etkiler yayabileceğini gözler önüne sermiştir. Konuyla ilgili başka bir araştırma da Gür (2018) tarafından tez çalışmasında gerçekleştirilmiştir. MOBA ve MMORPG olarak iki ayrı çevrimiçi oyun türünün ele alındığı çalışmada temel olarak, oyuncuların motivasyonları ve bağımlılıkları oyun düzeyinde araştırılmıştır. *LoL* örneğinin de alındığı araştırmaya göre oyunların sunuları farklı şekillerdedir. MMORPG, karakter yaratmada, rahatlamada ve sosyalleşmede iyiyken; MOBA, kısa süreli olması ve diğerlerine göre daha az ücretli ya da ücretsiz olması yönünden ön plandadır. Böylelikle çevrimiçi oyunların, türlere göre farklı sunularının olabileceği tekrar gösterilmiştir. Yine başka bir çalışma çok geniş kapsamı ile Huizinga (2006) tarafından ele alınmıştır. Oyunu çok daha farklı olarak ele alan çalışma, oyunun hayatın birçok noktasını var ettiğini belirtmektedir. Huizinga,

oyunun kültürden de evvel olduğunu belirttiği eserinde, modern zamanlarla birlikte oyun anlayışının git gide dar bir kapsamda değerlendirildiğini dile getirmiştir. Böylelikle yazar, *Homo Ludens* yani oynayan insan, oyuncu insan olarak gördüğü bizleri temel olarak oyunla birlikte değerlendirmiştir. Bu çalışma da geniş kapsamı ile oyunun birçok farklı sunu içerisinde olabileceğini gösterir niteliktedir. Diğer bir çalışma ise Topal (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Oyun içerisindeki yazışmalarla kurulan iletişimi temel alan yazı, sosyal etkileşimin bu noktada önemli olduğunu öne sürmüştür. Dolayısıyla online oyunlar, yazı sistemleriyle, birçok kişiye farklı sunular ve etkileşimler de sağlayabilmektedir. Yine başka bir çalışma Kerr (2006) tarafından ele alınmıştır. Araştırma temel olarak oyunları kültür endüstrisi kapsamında değerlendirmeye sunmuştur. Kerr, oyun endüstrisinin sürekli olarak geliştiğini belirterek, bilgisayar oyunlarının ve konsol oyunlarının üretici-geliştirici-dağıtıcı-tüketici çerçevesinde farklı bir kültür oluşturduğunu dile getirmiştir. Böylelikle oyun endüstrisindeki durumun kültür endüstrisiyle beraber bazı noktalarda ele alınabileceği sonucu ortaya çıkmıştır. Nihayetinde bütün bu çalışmalar göstermiştir ki oyunlar birçok açıdan farklı şeyler sunabilmektedir. Böylelikle oyuncu ve karakter arasındaki bağ oyun temelli olarak sunularda güçlenebilmektedir.

1.2.8.3.2. Oyunların Ticari Yapısı ve Oyunda Tüketim

Çevrimiçi oyunlarda ve bunların bileşenlerinde, oyuncularla, tüketim ilişkileri açısından farklı bağlar kurabilmektedir. Bu bağlar çoğu zaman oyun temelli ortaya çıkmaktadır. Oyunlar yapıları gereği birçok sınırı ortadan kaldırabilmektedir. Böylelikle bu oyunlar üzerinden ticari işlemler yapılabilmektedir. Diğer yandan oyunlar içerisinde ürün yerleştirme yoluyla oyunculara birçok mesaj verilebilmektedir. Ayrıca ücretsiz olarak gösterilen oyunlar temelde içlerinde oyun eşyası satışını barındırmaktadır. Bu durum gerçek para ticaretine yol açabilmektedir. Öte yandan oyunlar, küçük yaşlardaki

kişilere ulaşabilmek için dizayn edilebilmektedir. Bunlarla birlikte oyunların içerisindeki farklı sistemlerle kullanıcıların tercihlerini belirlemek amaçlanabilmektedir. Dolayısıyla bütün bunlar göstermektedir ki oyuncu ve karakter arasındaki bağ oyun temelli olarak tüketim yapılarıyla güçlenebilmektedir.

Çevrimiçi oyunlardaki ticari yapıya bakan çalışmalardan birini Yamaguchi (2004) gerçekleştirmiştir. Yazıda online oyun oyuncularının gerçek paralarla, oyun parası ve oyun eşyası satın almasına değinilmiştir. Sanal oyun eşyalarının gerçekteki ve oyun içerisindeki ticari ilişkileri incelenmiştir. Diğer yandan oyunların getirisi gereği sınırlılıkların ortadan kalkması birçok işlemin yapılmasını rahatlatmıştır. Böylelikle oyunların ticari temelleri gerçek ekonomileri de etkileyebilir hale gelmiştir. Oyunlar içerisinde üretilen para değerine de değinen yazarlar, bu paraların gerçek paralara göre daha az kontrol edilebiliyor olmasını merkeziliğin olmamasına bağlamışlardır. Dolayısıyla buralardaki tüketim ilişkileri oyun temelli olarak ortaya çıkabilmekte ve birçok yapıyı etkileyebilmektedir. Başka bir çalışma ise Başaran Alagöz ve Güler (2018) tarafından ele alınmıştır. Genel olarak, şirketlerin ulaşamadıkları müşterilere oyunlara yapılan ürün yerleştirme yoluyla ulaşılabileceğinin aktarıldığı yazıda, *Metin2* ve *LoL* adlı online oyunların oynanma oranlarına da değinilmiştir. Böylelikle en çok oynanan oyunlara, ürün yerleştirme yoluyla birçok kişiye ulaşılabileceği gerçeği de ortaya çıkarılmıştır. Bu da oyun temelli tüketim ilişkilerini gösterir niteliktedir. Konuya dair başka bir çalışma da Lin ve Sun (2011) tarafından kaleme alınmıştır. Yazıda temel olarak, ücretsiz olarak gösterilen oyunların özünde oyun içi eşya satışıyla ayakta kaldığı gerçeği gözler önüne serilmiştir. Böylelikle oyunlar ticarileşip, oyuncular müşterileşmiştir. Öte yandan oyunlar sınırları ortadan kaldırdıkça, oyun eşyalarına yatırılan gerçek paralarda artışın olduğu belirtilmiştir. Yazarlara göre oyunlar bu yüzden, sihirli çember olarak da adlandırılan oyuna dalma ve kurallara uyma sistemini sürekli olarak güncellemektedir. Böylelikle olumlu ve olumsuz birçok yönle oyunların,

sanal veya gerçek ticari ilişkileri bünyelerinde barındırdıkları ortaya konulmuştur. Başka bir çalışma da Kuşay ve Akbayır (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazıda temel olarak oyunların, daha çocuk yaştaki kullanıcılara ihtiyaçlar yaratarak oyuncuları tüketime yönlendirmesine değinilmiştir. Dolayısıyla oyunların ticari ilişkiler barındırdığı aktarılmak istenmiştir. Hatta yazarlar, oyunlardaki mesajların da bu yönde oluşturulabileceğine dikkat çekmişlerdir. Böylelikle eğlence ya da kendini gösterme gibi birçok durumun oyunlarda tüketimle buluşabileceği aktarılmıştır. Öte yandan en çok oynananlar listesinde gösterilen *LoL* ile birlikte, oyun oynayan kişilerin, karşılaştıkları mesajlar dolayısıyla oynamayanlara göre daha çok tüketim ilişkilerinde bulundukları belirlenmiştir. Böylelikle oyunların, oyuncuları tüketime yönlendirebileceği gösterilmiştir. Konuyla alakalı başka bir çalışma Chen ve Chang (2012) tarafından kaleme alınmıştır. Çalışma çevrimiçi oyunlarda müşteri tercihlerini belirlemeye yönelik olarak yapılmıştır. Bazı analizlerin yardımıyla tercihlerin belirlenebileceğini belirten yazı, müşterilerin geçmiş bilgilerine ulaşmak adına hâlâ eksiklerin olduğuna da değinmiştir. Yüz on anket incelemesinden çıkan sonuçlar yazarların söylediklerini desteklemiştir. Böylelikle oyunlar içerisinde doğrudan müşterilere dönük mekanizmaların olabileceği de anlaşılmıştır. Alana dair inceleyeceğimiz son çalışmayı ise Huhh (2008) gerçekleştirmiştir. Çevrimiçi oyunlarda gerçek para ticareti üzerine ele alınan yazı, MMORPG oyun türünün bu noktada yaygın olduğunu belirtmiştir. Yazar, karakter geliştirme ve güçlenme adına paraların oyunlara yatırılabileceğini, ayrıca oyun karakterlerinin yine gerçek paralara satılabileceğini belirtmiştir. Ayrıca oyunların bu duruma imkân vermesine de özellikle değinilmiştir. Böylelikle bu kapsamda ele alınan tüm çalışmalar göstermiştir ki online oyunlar içerisinde ticaret ve tüketime dönük olarak bazı sistemler bilinçli olarak var edilmektedir. Bu durum da genel anlamıyla, oyuncuların oyun karakterleriyle

aralarındaki bağın, oyun temelli olarak tüketim kapsamında güçlenmesine yardım sağlamaktadır.

1.2.8.3.3. İfade Biçimi Olarak Oyunlar

Çevrimiçi oyunlar ve bunların bileşenleri kendilerini, oyunculara ifade aracı olarak sunabilmektedir. Bu sunular oyunları bir ifade aracı olarak temsil edebilmektedir. Hatta bu ifade biçimleri sanatsal olarak da değerlendirilebilmektedir. Diğer yandan oyunlar, cinsiyet temsili kapsamında kadınlar için farklı bir ifade aracı olarak da ortaya çıkabilmektedir. Bunlarla birlikte oyunlardan kısa kesitler alınarak kısa film benzeri çalışmalar da yapılabilmekte ve böylelikle farklı ifade temsilleri oluşturulabilmektedir. Ayrıca oyunlar, anlatı geleneği kapsamında birçok farklı açıdan incelenebilmektedir. Dolayısıyla aktarılanlar göstermektedir ki oyuncu ve karakter arasındaki bağ oyun temelli olarak ifade biçimleriyle güçlenebilmektedir.

Konuya dair yapılan çalışmalardan birini Küngerü (2016) kaleme almıştır. Yazar insanların artık, kişisel hikâyelerini ya da anlatmak istediklerini dijital öykü aracılığıyla dile getirdiklerini belirtmiştir. Gelişen teknolojilerin ise bu duruma yardımcı olduğu ayrıca belirtilmiştir. Hatta eğitim başta olmak üzere birçok yerde dijital öykü anlatıcılığının kullanılabileceği gözler önüne serilmiştir. Öte yandan kişilerin bireysel hikâyeleri ve anlatıları farklı biçimlerde küreselleşme imkânı da bulabilmektedir. Bütün bunlar ele alacağımız çalışmadaki örnek oyunlarda duygu ve düşüncelerin nasıl yansıtıldığını anlama açısından önemli olacaktır. Özellikle *Metin2* adlı oyundaki evlilik bağı ve lonca birlikteliklerinin hangi ifadeleri içerdikleri bu kapsamda incelenmeye değerdir. Başka bir çalışma da Sezen (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma temel olarak oyunların sanatsal ifade kapsamında nasıl ele alınabileceğini tartışmıştır. Oyunların sanat olarak kabul edilmesi mümkün görülmüştür. Oyun sanatı ve sanat oyunu olarak iki perspektifte yürütülen tartışma nihayetinde, birçok mesajın oyun

oynama ile aktarılabileceğine değinmiştir. Duygu ve düşüncelerin bu kapsamda iletilebileceği özellikle aktarılmıştır. Diğer bir araştırma ise İşbilen (2014) tarafından tez çalışmasında ele alınmıştır. Doğrudan *LoL* örneği üzerinden yürütülen çalışma temel olarak oyun içerisindeki cinsiyet temsilini incelemiştir. Araştırma sonuçları, kadın karakterlerin git gide arttığı yönünde ortaya çıkmıştır. Böylelikle kadın oyuncuların da temsilinin oyunlar içerisinde gittikçe önem kazandığı anlaşılmıştır. Bu da oyunların cinsiyet temsili temelli ifade aracı olarak görülebileceğini gözler önüne sermiştir. Konuya dair başka bir çalışma da Picard (2006) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma temel olarak, video oyunlarından film yapma anlamına gelen *machinima* üzerine odaklanmaktadır. Bugün yaygın olarak kullanılan bu tekniğin oyunu sanatsallaştırdığı ayrıca belirtilmiştir. Ayrıca bu teknik için festivallerin düzenlendiği ve oyuncuların buralarda boy gösterdiği dile getirilmiştir. Böylelikle bu tekniğin özellikle *Metin2* ve *LoL* üzerinde oldukça önemli olduğu tekrar aktarılmalıdır. Çünkü bu iki oyun temelli *machinima* çalışmaları fazlasıyla yapılabilmektedir. Konumuz kapsamında değineceğimiz son çalışma ise Şengün (2015) tarafından kaleme alınmıştır. Çalışmada, oyunların anlatı geleneğinin devamı olup olmadığı, bunların bağımsız bir metin tabanı olarak görülüp görülmediği, oyuncuların buralarda kendilerini ne kadar ifade edebildiği detaylıca değerlendirilmiştir. *Machinima* yardımıyla hikâyeler oluşturulup online oyunlar içerisinde farklı ifadelerin temsil edilebileceği aktarılmıştır. En nihayetinde ele aldığımız çalışmalar göstermiştir ki online oyunlar ifade aracı olarak kullanılabilmektedir. Bu durum da genel anlamıyla oyuncuların karakterlerle arasında bulunan bağın, oyun temelli olarak ifade biçimleri kapsamında güçlenebileceğini göstermektedir.

1.2.8.3.4. Oyunların Temel Yapısı ve Kökeni

Çevrimiçi oyunlar ve bunları destekleyen bileşenler, geçmişten bugüne kadar ilerleyen süreçte birçok açıdan değişmiş ve gelişmiştir. Dolayısıyla oyunların tarihinin anlaşılması önemlidir. Diğer yandan oyun türlerinin ve oyun sektöründeki durumun bilinmesi de gidişatın kestirilmesi açısından gereklidir. Bunlarla birlikte popülaritesi gün geçtikçe artan online oyunların yapısının da ayrıca değerlendirilmesi anlamlıdır. Bütün bunlar yine oyuncular ve oyun karakterleri arasındaki bağda önemlidir.

Konuya dair yapılan çalışmalardan biri Guvenliweb (2017) aracılığıyla detaylıca ele alınmıştır. Ülkemizde yaklaşık otuz milyon dijital oyun oyuncusunun varlığından söz edilmiştir. Öte yandan birçok şirketin alanda faaliyet gösterdiğine değinilmiştir. Bunlarla birlikte birçok dernek ve vakfın da alanda etkili olduğu gösterilmiştir. Ayrıca internet oyunları üzerine eğitim veren kurumların var olduğu da açıklanmıştır. Yine benzer bir çalışma Güvenli İnternet Merkezi (2019) aracılığıyla yapılmıştır. Oyun endüstrisinin tarihsel gelişimine odaklanan yazı, birçok açıdan oyun tanımına da değinmiştir. Oyun sektörünün büyümesinde etkili birçok sebebin incelendiği çalışmada, diğer yandan alandaki pazar büyüklüğüne de dikkat çekilmiştir. Yine internet ve mobil cihazların yaygınlaşmasıyla ticari faaliyetlerin arttığı da ortaya konulmuştur. Konuyla alakalı başka bir rapor Ankara Kalkınma Ajansı (2016) tarafından yazılmıştır. Oyunların iş modellerindeki dönüşüme, dijital oyun sektörüne, yaş ve gelir grupları çerçevesinde oyuncu sayılarına, alandaki şirketlere ve ülkelerin konuya dair durumuna değinen çalışma genel anlamıyla birçok noktayı detaylıca incelemiştir. Başka bir çalışma da Demirbaş (2015) tarafından kaleme alınmıştır. Çalışma genel olarak, oyunların belirli biçimlerde kategoriler altında toplandığını ama bu durumun açıklayıcı ve yeterli düzeyde olmadığını belirtme amaçlı yazılmıştır. Alandaki eksikliği giderme adına yeni bir oyun sınıflandırma modelinin sunulduğu çalışmada her şeye rağmen bazı eksikliklerin olabileceği tekrar hatırlatılmıştır. Böylelikle bu çalışma dikkatleri toplama

açısından önemlidir. Yine başka bir çalışma Lin ve Sun (2015) tarafından ele alınmıştır. Çalışma temel olarak, MMORPG tarihini, oyunların teknik durumunu, oyun içi yapılardaki işleyişi, çevrimiçi etkinlikleri, oyun içerisindeki ticari ilişkileri, sosyal organizasyonları, oyun içi kimlik yaratımını ve oyun kültürünü detaylıca incelemiştir. Dolayısıyla aktarılanlar, kendi çalışmamız için de online oyunların tarihi ve yapısı kapsamında etkili olmaktadır. Konuyla alakalı başka bir çalışma da Sağlam (2014) tarafından gerçekleştirilmiştir. Oyun anlayışındaki değişimi, çevrimiçi oyunlardaki eşya satışını, oyunların destekçileri olan forum ve siteleri, oyunların oyunculara vaatlerini inceleyen çalışma birçok noktaya değinmiştir. Böylelikle yine oyunlardaki genel durum ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda ele alacağımız son çalışmayı ise Karahisar (2013) gerçekleştirmiştir. Oyunların birçok tanımına, oyunların tarihçesine, oyun türlerine, oyuncuların hazcı tüketimine, oyunlardaki kimlik yaratımına ve buralardaki pazarlama anlayışına değinen araştırma yine birçok durumu açıklar niteliktedir. En nihayetinde anlaşılmaktadır ki incelediğimiz çalışmalar genel anlamıyla, oyunları ve bunların bileşenlerini birçok noktada ele almıştır. Özellikle tarihsel süreçlerin, MMORPG oyun yapısının, oyun türlerinin ve buralardaki ilişkilerin oyun temelli olarak incelenmesi önemlidir. Böylelikle bu durumun oyuncu ve karakter arasındaki bağı oyun temelli olarak güçlendirebileceği tekrar söylenmelidir.

1.2.8.3.5. Oyunun Elektronik Biçimi (E-spor)

Çevrimiçi oyunlar ve bunların destek bileşenleri, elektronik spor olarak adlandırılan alanda kendilerini gösterebilmektedir. Bu yüzdendir ki e-spor olarak da bilinen elektronik spor dalı, yani oyunların organize bir şekilde yarışma çerçevesinde ele alınışı, ayrıca incelenmeye değerdir. Dolayısıyla e-sporun tarihsel gelişimi, bu alanda verilen eğitimler, alanın endüstri haline gelmesi, e-sporun ülkemizdeki durumu

ve alanın turizm çeşidi olarak görülmesi detaylıca ele alınabilmektedir. Bütün bunlar oyuncular ve oyun karakterleri arasındaki bağda oldukça önemlidir.

Alana dair yapılan araştırmalardan birini Kocaömer (2018) tez çalışmasında gerçekleştirmiştir. Temel olarak e-sporda sponsorluğa yönelik algının ve bu algıların markalara etkisinin incelendiği çalışmada, alanın tarihi, gelişimi ve türlerine de değinilmiştir. Ayrıca *LoL* örneği üzerinde durularak ülkemizdeki duruma da bakılmıştır. Yazıda sponsorluğun markalar üzerinde oldukça olumlu algılar yaratabileceği sonucu çıkmıştır. Ülkemizde *LoL*'e dair bu alandaki girişimlere değinilmiştir. Böylelikle alanın etkinliği gözler önüne serilmiştir. Başka bir çalışma da Kocadağ (2017) tarafından ele alınmıştır. E-sporun hızlı tepkiler gerektirdiği, alanda her yıl kitlenin arttığı, turnuvalardaki bilet satışının ve endüstrileşmenin fazlalaştığı ve bu faaliyetlerde oyuncuların oyunla bağ kurduğu detaylıca incelenmiştir. Özellikle alanın oldukça büyümesiyle birlikte e-spora dair kursların açıldığı ve eğitimlerin verildiği belirtilmiştir. Böylelikle elektronik spor kariyerinin ortaya çıktığı gösterilmiştir. Yine alana dair yapılan çalışmalardan birini Yükçü ve Kaplanoğlu (2018) ele almıştır. Temel olarak e-spor endüstrisine odaklanan yazı, piyasaya dair bazı verileri, alandaki izlenme sayılarını, alanın tarihini, en çok oynanan e-spor oyunlarını ve ülkelerin etkinliğini de incelemiştir. Ayrıca en çok kazanan e-spor oyuncularına da yer verilmiştir. Alanın yıllar içerisinde hâkim olduğu milyonlarca dolar, buralardaki para ödülleri ve bilet satışları da ayrıca detaylandırılmıştır. Özellikle *LoL*'ün bu kapsamdaki baskınlığı tek tek irdelenmiştir. Böylelikle e-sporun endüstriyel yapısı ortaya konulmuştur. Başka bir çalışma ise Akgöl (2019) tarafından kaleme alınmıştır. Araştırma genel anlamıyla e-sporun gelir kalemlerine, alanın gelişmesindeki etkili faktörlere, oyuncuların buralardan birçok türde etkilenişine, *LoL*'ün alandaki izlenimine ve e-spordaki önemli aktörlere odaklanmıştır. Böylelikle geniş bir perspektif sunulmaya çalışılmıştır. Konuya dair ele alacağımız son çalışma ise Aktuna ve Ünlüönen (2017) tarafından gerçekleştirilmiştir.

Temel olarak alanın yeni bir turizm çeşidi olarak görülebileceğini aktaran yazı, *LoL*'e, ülkemizde alana dair yapılanlara, turnuvalara ve izleyici oranlarına da odaklanmıştır. Böylelikle e-sporun turizm biçimi olarak da ele alınabileceği belirtilerek, birçok nokta detaylıca incelenmiştir. Nihayetinde tüm çalışmalar göstermiştir ki oyunlar ve bunların bileşenleri oyun temelli olarak e-spor açısından irdelenebilmektedir. Bu durum da birçok yönüyle oyuncu ve karakter arasındaki bağa destek sağlar nitelik taşımaktadır.

Sonuç olarak literatürde görülmektedir ki oyunları ve bunların destek bileşenlerini oyun bağlamında ele alan yazılar, temel olarak oyunların yapıları çerçevesinde şekillenmiştir. Oyunların farklı sunuları detaylıca ele alınmıştır. Özellikle oyunların içerisinde bulunan ticari mekanizmalar farklı açılardan incelenmiştir. Diğer yandan oyunların tarihi, sektörel durum ve oyun türleri de birçok yönden irdelenmiştir. Bunlarla birlikte oyunların ifade aracı olabileceği özellikle aktarılmıştır. En nihayetinde alanda etkili olan e-spor yapısı detaylıca değerlendirilmiştir. Dolayısıyla tüm bunlar temel olarak, oyuncuların oyun karakterleri ile arasında belirli bir bağın oluşmasına ve ileride yine belirli kapsamlarda tüketici ilişkilerinin şekillenmesine zemin hazırlar nitelik taşımaktadır.

1.2.9. *Metin2*

Metin2, ilk olarak 2004 yılında piyasaya sürülen, çok kişiyle oynanabilen, devasa bir rol yapma oyunudur. İlk çıktığı günden bu yana, tüm dünyada ve ülkemizde sevilerek oynanmaktadır. Geçen zamanla birlikte birçok çevrimiçi oyunun piyasaya sürülmesi, yer yer *Metin2*'yi etkilese de bugün hâlâ oyun, ciddi bir oyuncu potansiyeline sahiptir (Milliyet, 2019).

1.2.9.1. Oyun Bilgisi ve Oyunun Amacı

Metin2, temel olarak üç imparatorluğun birbiri ile mücadelesine dayanmaktadır. Oyunun temel amacı da bu çerçevede, savaşlar sonucunda karakterlerin kendisini

geliştirmesine dayanmaktadır. Böylelikle güçlenen karakterler, imparatorlukların da güçlenmesine katkı sağlayabilecektir. Bu yüzden oyuncular sürekli olarak gelişim içerisinde olmak zorundadırlar.

Oyunda temel olarak beş karakter bulunmaktadır (*Metin2,* 2020). Bunlar, "savaşçı", "ninja", "sura", "şaman" ve "lycan" olarak sıralanmaktadır. Lycan, belirli bir virüs sonucunda kurtlara dönüşen insanlardır. Bu karakter, oyuna sonradan eklenmiştir. Temel olarak var olan diğer karakterlerin sonuncusu sayılmaktadır. Savaşçı ise birçok kişi tarafından tercih edilen önemli karakterlerdendir. Yakın dövüş konusunda güçlü olan bu karakterler, genel olarak zihinsel ve bedensel olarak iki ayrı bölüme ayrılmışlardır. Kullanılan oyun eşyaları ile bu özellikler tercih edilebilmektedir. Sura ise başka bir oyun karakteridir. Genel olarak büyü kazanmış savaşçılar olarak de değerlendirilen suralar, yakın dövüşten ziyade uzak dövüş ve sihir ile de savaşabilmektedirler. Böylelikle birçok karaktere karşı avantajlı konumda sayılmaktadırlar. Ninjalar, oyun içerisinde yine önemli olan başka bir karakterdir. Genel olarak hızlı hareket etmeleri ve suikastçı olmaları tercih edilmelerinde önemli etkenler olarak görülmektedir. Bıçakla yakın dövüş, okla da uzak dövüş türlerine sahiptirler. Şamanlar ise oyunda diğerlerine göre daha az tercih edilen ama ciddi anlamda üstünlükleri olan bir karakterdir. Genel olarak destekleyici rollerde bulunan şamanlar, büyü ve sihirler ile etkili olabilmektedir. Zeki olmak ve bu duruma göre oyun eşyası dizmek bu noktada önemli görünmektedir.

Metin2'de birçok harita da mevcuttur. Bunlar arasında zindanlar, tapınaklar, özel etkinliklerin düzenlendiği alanlar, dağlar ya da vadiler gösterilebilmektedir. Bu kadar fazla seçeneğin olması birçok sebepten kaynaklanmaktadır. Öncelikle oyun karakterleri, farklı seviyelere sahiptir. Bu yüzden bu karakterlerin oyun içerisinde ilerleyebilmesi için canavarların öldürülmesi ve onlardan güçlerin alınması önemlidir. Bu canavarlar da seviyelere bağlı olarak farklı haritalarda yer almaktadır. Böylelikle oyuncular bu

haritalardaki canavarları keserek seviye atlayabilmektedir. Diğer yandan farklı haritaların bulunmasının başka bir sebebi de oyun eşyaları yani *item*lerdir. Farklı eşyalar, farklı haritalardan elde edilebilmektedir. Çünkü oyun içerisinde birbirinden farklı türde kombinasyon gerçekleştirmek mümkündür. Gelişimin daha iyi olabilmesi için de bunların dikkatlice yapılması önem taşımaktadır. Böylelikle anlaşılmaktadır ki birbirinden geniş alanlardan, farklı türlerde artı değer sağlanabilmektedir.

Oyununun yapısına, oyundaki haritalara ve oyun karakterlerine dair resimler aşağıdaki gibidir:

Görsel 2. *Metin2* Oyun İçi



(HisarMt2, 2020).

Görsel 3. Oyundaki Karakterler



(*Metin2* Wiki, 2020).

Görsel 4. Oyundaki Haritalar



(*Metin2* Wiki, 2020).

1.2.10. League of Legends

LoL, ilk olarak 2009 yılında piyasaya sürülen, çok kişiyle oynanabilen, devasa bir savaş arenası oyunudur. İlk çıktığı günden bu yana hem dünyada hem de ülkemizde dikkatleri toplamayı başarmıştır. Özellikle oyun içerisindeki sürekli güncellemeler ve eklenen özellikler bu oyuna olan ilginin sürekli olarak artmasına fayda sağlamıştır.

1.2.10.1. Oyun Bilgisi ve Oyunun Amacı

LoL, temel olarak iki karşı rakip takımın birbirleriyle olan mücadelesine dayanmaktadır. Amaç karşı takımın üssünü ele geçirmek ve parçalamaktır. Bu yüzden oyuncular sürekli olarak birbirleri ile savaşmakta ve kazanmak için ter dökmektedir. Ayrıca oyuncular açısından başka bir amaç da lig atlamaktır. *LoL*, sistem olarak farklı liglere ayrılmıştır. Dolayısıyla oyuncular en üst seviyelere gelebilmek için uğraş vermektedir.

Oyun içerisinde birçok farklı türden karakter bulunmaktadır. Bu karakterler de genel olarak koridorlara göre belirlenmektedir. Oyun içerisinde temel olarak üç ayrı koridor bulunmaktadır. Bunlar: Üst koridor, orta koridor ve alt koridordur. Dolayısıyla bu koridorlara göre birçok farklı oyun karakteri de mevcuttur. Güncel olarak ise oyun içinde toplam, yüz kırk sekiz tane hero (oyun şampiyonu) bulunmaktadır (*League of Legends*, 2020). Bu yüzden oyuncular, istedikleri koridorda, istedikleri karakterler ile oynayabilmektedir ve bunun için de birçok fırsat sunulmaktadır.

Oyunda birçok farklı lig bulunmaktadır. Güncellenen veriler ile birlikte şu an için toplam dokuz ayrı lig mevcuttur (League of Graphs, 2020). Bu ligler en alttan en üste zorluk dereceleri artarak devam etmektedir. Dolayısıyla oyuncular, kendilerini geliştirerek en üstlere tırmanmak için sürekli olarak mücadele içerisindedirler. Lig sisteminde üst sıralara çıkmak için dereceli oyunların oynanması değerlidir. Bu oyunlar ise eğlenmek amaçlı olan diğer oyunlara göre daha stresli ve ciddi geçmektedir. Bu

yüzden oyun içerisindeki sürtüşme ya da kavgaların genellikle bu tür maçlarda olduğunu söylemek de yanlış olmayacaktır.

LoL'de temel olarak iki ayrı oyun haritası bulunmaktadır. Bunlar: Sihirdar Vadisi ve ARAM'dır. Sihirdar Vadisi'nde oyuncular, genel olarak beşe beş mücadele etmektedir. Buradaki oyun kahramanları, istekler doğrultusunda seçilmekte ve oynanmaktadır. Diğer bir harita olan ARAM (*All Random All Mid*) ise rastgele karakterlerin geldiği ve tek bir koridorun bulunduğu bir harita olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu harita diğerine göre daha küçük olduğu için buradaki oyunlar, genel olarak diğer oyunlara göre daha kısa sürede tamamlanmaktadır. Ayrıca, antrenman yapmak için de aynı haritalar ekstra özelliklerle sunulabilmektedir. Bunun yanı sıra VS (düello) atmak amacıyla, haritalarda oyuncu, izleyici vs. gibi değişiklikler de yapılabilmektedir. Oyuna dair görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 5. *LoL* Oyun İçi



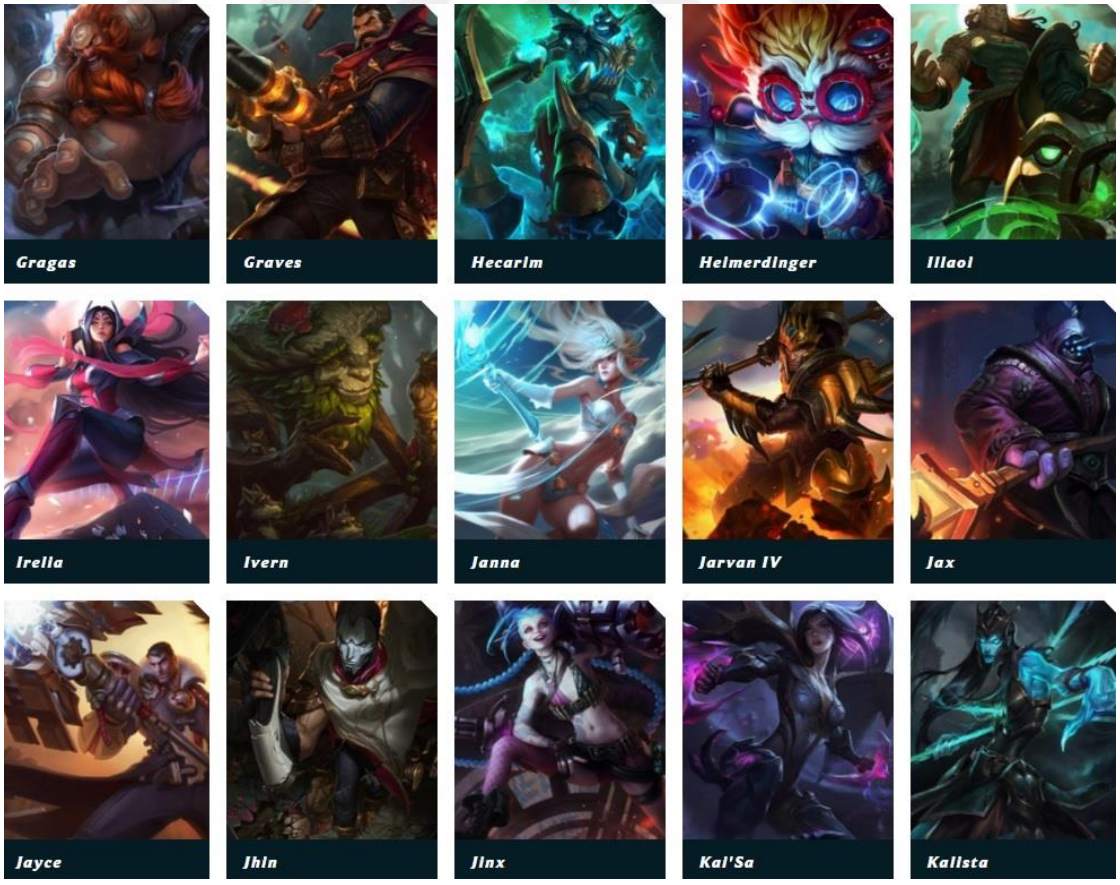
(*League of Legends*, 2020).

Görsel 6. *LoL* Sihirdar Vadisi



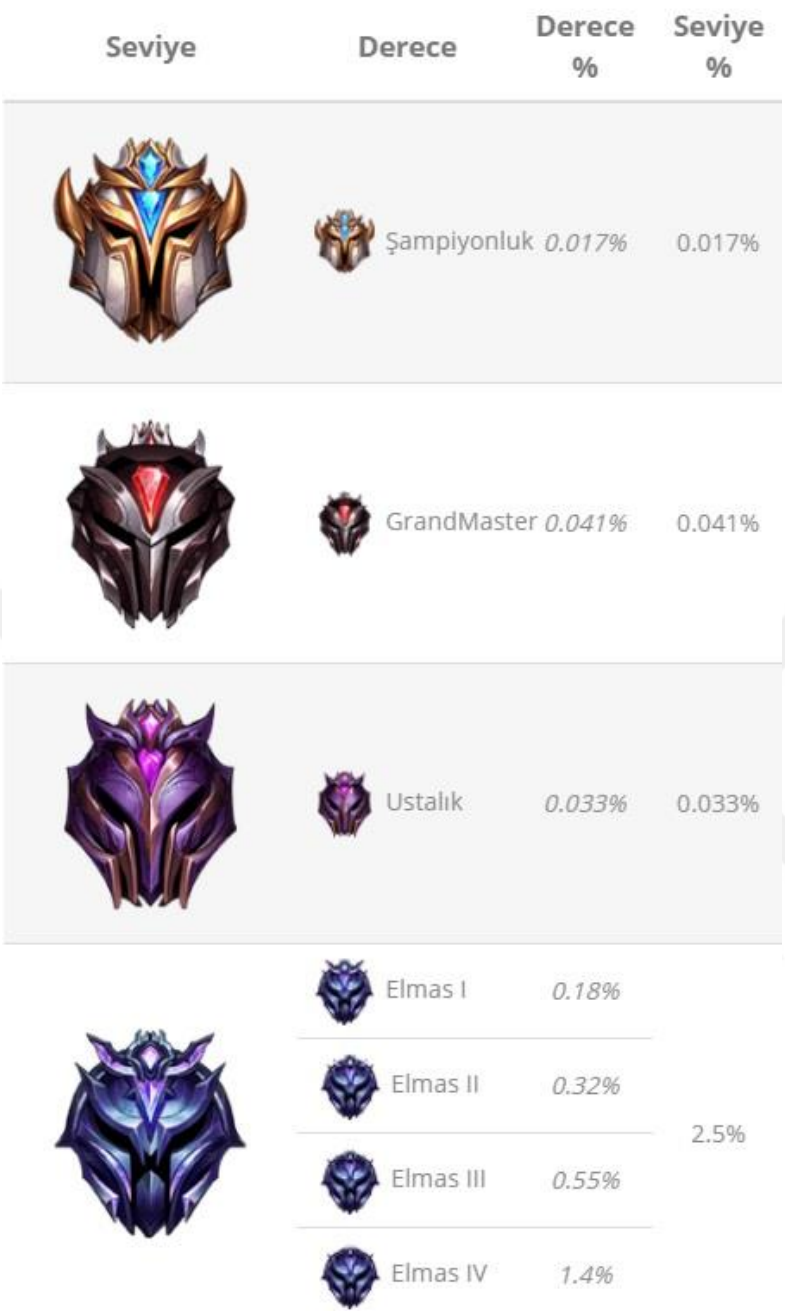
(Adams, 2017).

Görsel 7. Oyundaki Bazı Karakterler



(*League of Legends*, 2020).

Görsel 8. *LoL* En Önemli Ligler



(League of Graphs, 2020).

1.2.11. *Metin2* Ejder Parası Sistemi

Ejder Parası yani kısaca "ep", oyun içerisindeki sanal para birimidir. Bu para birimi ile *Metin2* içerisinde ücretli olarak satılan *item*ler alınabilmektedir. Tabii ki bu sanal para birimi gerçek para ile satın alınmaktadır. Yani gerçek paranın, oyun parasına dönüşmüş biçimi olarak da adlandırılabilmektedir. Özellikle oyun içerisinde güçlenmek

ya da diğer kişilerden farklı görünmek için bu para oldukça önemlidir. Bu yüzden birçok oyuncunun, oyun parası satın almak için oyun içi tüketim davranışında bulunduğunu söylemek mümkündür.

1.2.11.1. Online Ödemeler

Ejder Parası satın almanın birçok farklı yöntemi bulunmaktadır (*Metin2* Wiki, 2018). Oyuncular kredi kartı ile, cep telefonu ile ya da birçok farklı online ödeme yolu ile bu işlemleri gerçekleştirebilmektedirler. Böylelikle tüketim davranışlarında önemli olan, internet ve sanal tüketim anlayışının, burada da geçerli olabileceği tekrar görülmektedir. Bu yöntem, ödemelerin kısa yoldan ve çok çabuk yapılmasına imkân tanımaktadır. Böylelikle tüketici için de birçok açıdan faydanın sağlandığı görülebilmektedir.

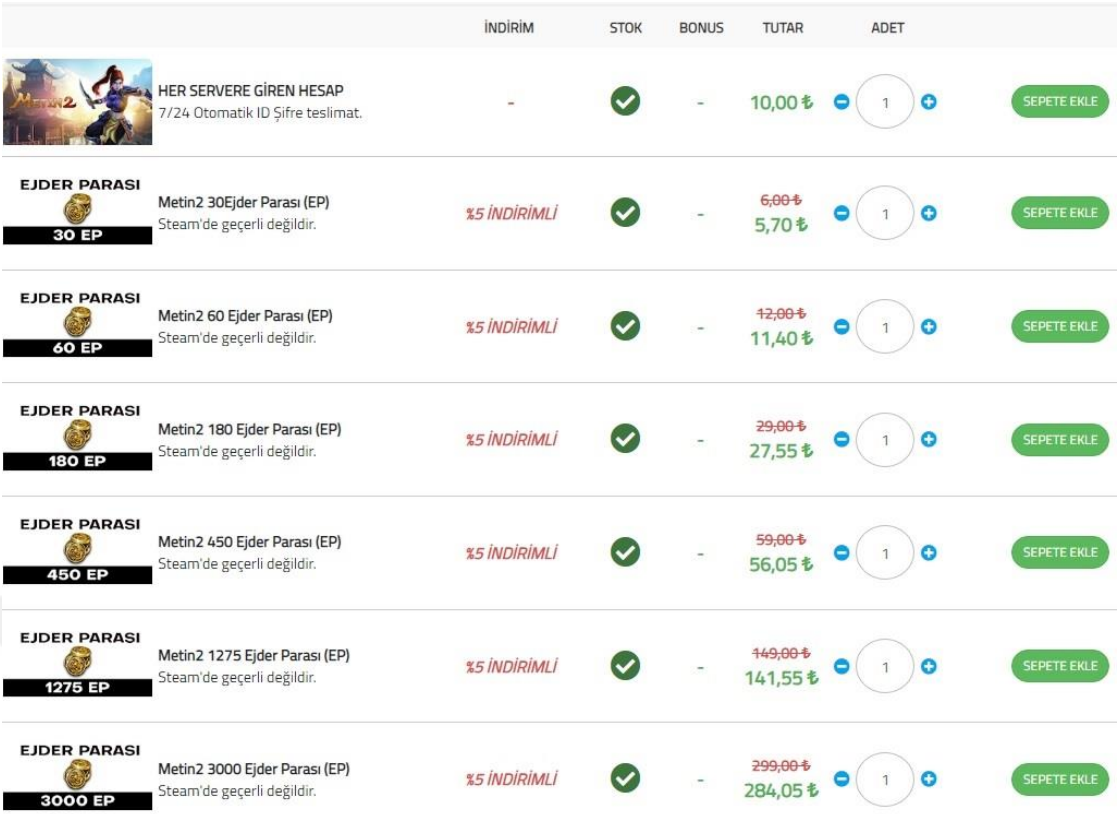
1.2.11.2. Etkinlikler ve İndirimler

Metin2'de birbirinden farklı türde etkinlikler gerçekleştirilebilmektedir (*Metin2* Tr, 2020). Bu etkinlikler, bazı durumlarda sadece oyun içi olabilirken, bazı durumlarda ise ekstra ücretlerle birlikte ele alınabilmektedir. Farklı türden oyun eşyaları bu etkinliklerde elde edilebilmektedir. Lakin bu eşyaların farklı türlerden kullanımları da mevcuttur. Bu yüzden çok daha iyi verim alınabilmesi için oyun içinden ekstra özelliklerin satın alınması da mümkün görünmektedir. Özel günler çerçevesinde ya da normal zamanlarda düzenlenen etkinlikler bu yüzden tüketim alışkanlıkları açısından önemli olabilmektedir. Öte yandan yine özel günlerde ya da normal bazı zamanlarda oyun içi indirimlerin yapılması da mümkün görünmektedir. Genel indirimler ya da *item*lere özgü indirimlerin yapılması bu kapsamda olasıdır. Aynı gerçek yaşam içerisinde olduğu gibi burada da tüketiciler, farklı yöntemlerle tüketim içine çekilmek istenebilmektedir. Bu yüzden fiyatlarının daha da altında birçok oyun eşyası, satıma sunulabilmektedir.

1.2.11.3. Farklı Yerlerde Ejder Parası Satışı

Ejder Parası, normal olarak oyunun kendi sitesinden satın alınan kuponların oyun içerisinde bozdurulması ile elde edilmektedir. Lakin oyunun kendi sitesinin dışında birçok farklı site bu işlemi gerçekleştirmeye yardımcı olmaktadır. Bu durum genel olarak uygun bulunmasa da ticari açıdan varlığını sürdürmektedir. Çünkü farklı siteler, farklı kâr oranları ile oyun paralarını satmaktadır. Oyuncular da kendi durumlarına göre, güvendikleri sitelerden bu işlemleri gerçekleştirebilmektedirler. Dolayısıyla bu durum da oyun içerisindeki tüketim alışkanlıklarının gerçek yaşamdaki alışkanlıklarla ne kadar benzediğini tekrar gösterebilmektedir. Çünkü gerçek yaşam içerisinde de güvenilen ve daha uygun olan yerlerden tüketim işlemlerinin gerçekleştirilmesi olasıdır. Görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 9. *Metin2* Ejder Parası



(EpinSultan, 2020).

Görsel 10. *Metin2* Etkinlikler Listesi

Tarih	16:00-20:00	(20:00-23:59
1 Nisan 2020 Çarşamba	Güneş Özütü	Ay Özütü
2 Nisan 2020 Perşembe	Münzevi Tavsiyesi	Cor Draconis
3 Nisan 2020 Cuma	Kötü Ruh Kovma Kağıdı	Kutup predatörü
4 Nisan 2020 Cumartesi	Nesneyi efsunla(m)	Kutsama Kağıdı
5 Nisan 2020 Pazar	Arttırma Kağıdı (m)	Siyah At
6 Nisan 2020 Pazartesi	İnce Kumaş	Yeşil Güç
7 Nisan 2020 Salı	Cor Draconis	Beyaz Aslan
8 Nisan 2020 Çarşamba	Geçit Bileti	Kutsama Kağıdı
9 Nisan 2020 Perşembe	Süper Taş	Yeşil Abanoz Sandık
10 Nisan 2020 Cuma	Arttırma Kağıdı (m)	Muffin (mavi)
11 Nisan 2020 Cumartesi	Ruh Parşömeni (Sadece EGE)	Ruh Parşömeni (Sadece EGE)
12 Nisan 2020 Pazar	Futbol Topu	Ay Işığı (normal)
13 Nisan 2020 Pazartesi	Nesneyi efsunla(m)	Nugget (Yeşil)
14 Nisan 2020 Salı	Güneş Özütü	Ay Özütü
15 Nisan 2020 Çarşamba	Münzevi Tavsiyesi	Kötü Ruh Kovma Kağıdı

(*Metin2* Tr, 2020).

1.2.12. *League of Legends* Riot Puanı Sistemi

Riot Puanı yani kısaca "rp", oyunun içerisindeki sanal para birimidir. Bu para birimi ile *LoL* içerisinde belirli bir ücret karşılığında satılan *item*ler alınabilmektedir. Bu para birimi gerçek maddi imkânlar ile alınmaktadır. Yani burada da gerçek paranın, oyun parasına dönüştüğünü tekrar görebilmekteyiz. Özellikle farklı kostümler ile oyun içerisinde diğer kişilerden farklılaşmak için bu para sistemi önemli olmaktadır. Böylelikle yine birçok oyuncunun, oyun parası satın almak için oyun içerisinde farklı türlerden tüketim davranışları gerçekleştirebileceğini belirtmek mümkündür.

1.2.12.1. Online Ödemeler

Riot Puanı, birçok farklı şekilde satın alınabilmektedir (Play Sultan, 2019). Kişiler, kredi kartları ile mobil cihazları ile ya da benzeri yöntemler ile bu işlemleri gerçekleştirebilmektedir. Bu durum tüketim davranışlarında, sanal ortamın ve internetin önemini de tekrar vurgulamaktadır. Böylelikle tüketiciler kısa süre içerisinde, kolay bir şekilde işlerini halledebilmektedirler. Dolayısıyla gerçek yaşam içerisindeki tüketim davranışları da oyunlar içerisinde sanal biçimde devam edebilmektedir.

1.2.12.2. Etkinlikler ve İndirimler

LoL için üniversiteler arasında ya da birçok farklı alanda sayısız türden etkinliğin olduğunu belirmek önemlidir (*League of Legends,* 2020). Bu etkinlikler oyun içi ve oyun dışı dünyayı ciddi anlamda etkileyebilmektedir. Oyuncular, kendilerini göstermek için ya da maddi ödüllere ulaşabilmek için bu alanda mücadele etmektedirler. Diğer yandan, etkinliklerde dış görünüş de ciddi anlamda önemli olabilmektedir. Özellikle bazı turnuvalarda oyuncuların kendi takımları ile buralarda boy göstermesi, oyunun ciddiye alınmasında büyük bir etkendir. Burada karakterlere alınan kostümler de dikkat çekmektedir. Çünkü diğer oyunculardan farklı olmak burada görünüş

açısından dikkate değerdir. Dolayısıyla oyun karakterlerine kostüm almak, etkinlikler çerçevesinde mümkündür. Bu da tüketim davranışları açısından dikkatleri çekmektedir. Diğer yandan özel günlerde ya da belirli zamanlarda oyun içi indirimlerin yapılması da olasıdır. *LoL* içerisinde bu durum, "Sana Özel Mağaza" olarak adlandırılan kostüm bölümünde daha çok görülmektedir. Bu çerçevede, kişilerin en çok oynadıkları karakterler için indirimli ürünlerin satışa sunulduğu görülmektedir. Böylelikle oyuncular yani tüketiciler, daha çok sevdikleri ya da benimsedikleri karakterlerine kostüm almaya sıcak bakabilmektedirler. Bu durum da gerçek yaşamdaki gibi tüketim ilişkilerini ilgilendirmektedir. Çünkü oyun içerisinde de kişilerin neleri sevdiği ya da beğendiği takip edilmekte ve ona göre hamleler yapılmaktadır.

1.2.12.3. Farklı Yerlerde Riot Puanı Satışı

Riot Puanı, genellikle oyunun kendi içerisinde satın alınmaktadır. Lakin oyun dışında birçok farklı sitede, oyun parasının satıldığını görmemiz olasıdır. Yine bu durum genel olarak uygun bulunmasa da yaygın bir haldedir. Birçok farklı site, farklı kâr oranlarına dönük olarak fiyatlar biçmektedir. Dolayısıyla oyuncular da kendi durumlarına en uygun olan siteden oyun içi tüketim davranışlarını gerçekleştirebilmektedirler. Böylelikle normal yaşamdaki tüketim alışkanlıklarının, oyunlardaki tüketim alışkanlıkları ile benzer yönleri tekrar gözler önüne serilebilecektir. Çünkü normal yaşam içerisinde de tüketiciler, daha çok güvendikleri ya da daha uygun buldukları yerlerden gereksinimlerini halletmektedirler. Bu durum çoğu zaman, aynen oyun içerisinde de geçerli olabilmektedir. Görseller aşağıdaki gibidir:

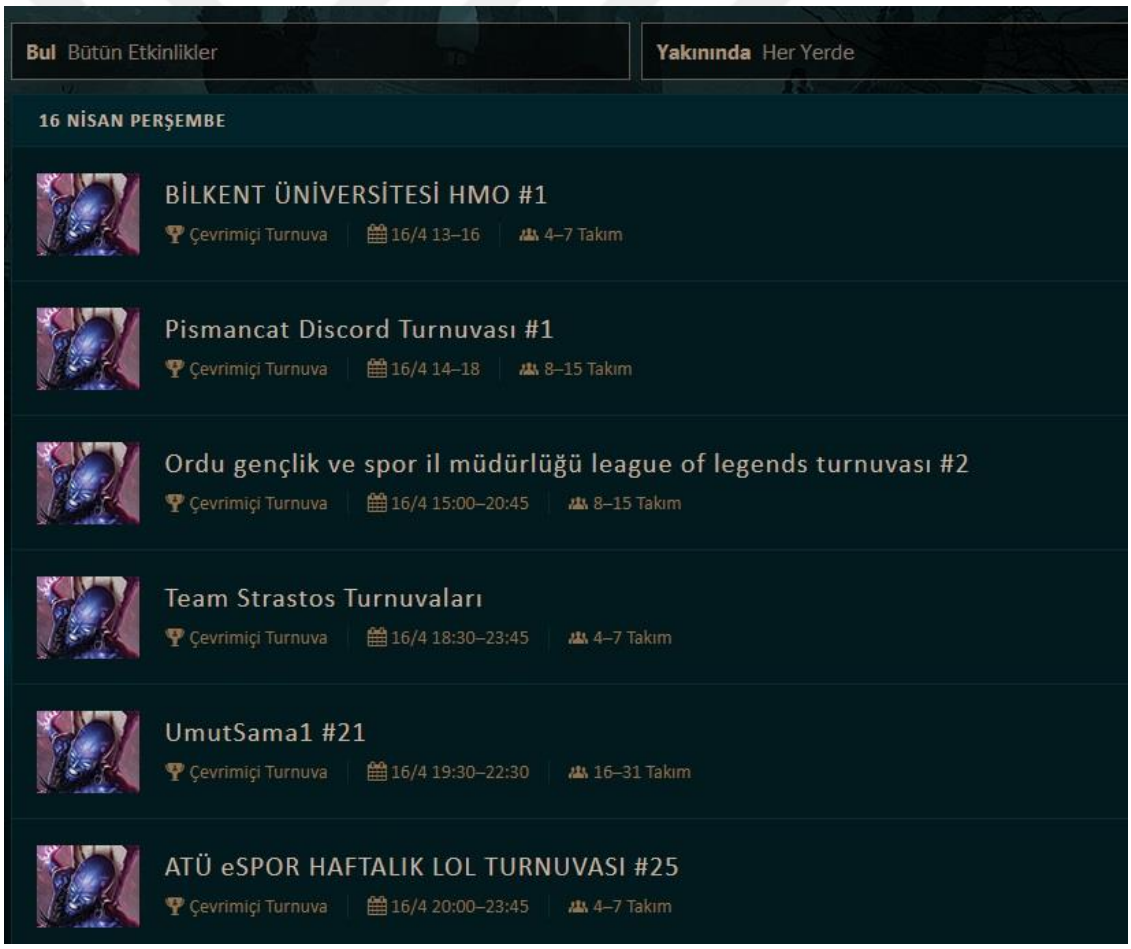
Görsel 11. *LoL* Riot Puanı

E-PİN	KARŞILIĞI	STOK	BİRİM FİYAT	BONUS	ADET	SEPETE EKLE
400 Riot Points (TR)	LoL 400 RP	✓	16.00 TL	0.32 TL	1	
840 Riot Points (TR)	LoL 840 RP	✓	32.00 TL	0.64 TL	1	
1.780 Riot Points (TR)	LoL 1.780 RP	✓	64.00 TL	1.28 TL	1	
3.620 Riot Points (TR)	LoL 3.620 RP	✓	125.00 TL	2.50 TL	1	
6.450 Riot Points (TR)	LoL 6.450 RP	✓	216.00 TL	4.32 TL	1	
12.800 Riot Points (TR)	Lol 12.800 RP	✓	400.00 TL	8.00 TL	1	

Fiyatlara KDV dahildir

(Perdigital, 2020).

Görsel 12. *LoL* Etkinlikler Listesi



(*League of Legends*, 2020).

II. BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmada kullanılan modele, araştırmanın grubuna, veri toplama araçlarına, verilerin toplanma sürecine ve verilerin analizine yer verilmiştir.

2.1. Araştırmada Kullanılan Model

Çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, birçok açıdan görünmeyenleri, ortaya koyabildiği için tercih edilmiştir. Oyunlardaki tüketim alışkanlıkları ile gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları arasında nasıl bir ilişkinin olduğunu, oyuncuların kendilerinden doğrudan öğrenmek böyle bir anlayışı ortaya çıkarmıştır. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, bu yöntem içerisinden seçilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, arka planda kalan birçok şeyin ortaya çıkarılmasında oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu yüzden gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıklarının, oyunlardaki tüketim alışkanlıklarıyla nasıl bir bağlantı içerisinde olduğunu açıklamak, bu teknikle çok daha anlaşılır olabilmektedir. Öte yandan nitel araştırma yöntemi içerisinde, görüşme tekniği kapsamında, betimsel modelden yararlanılmıştır. Çünkü incelenen durumun tam bir şekilde tanımlanması ve yorumlanması önemlidir. Bu yüzden kullanılan betimsel model, çalışmanın genelini etkilemektedir. Özellikle analiz sürecinde, verilerin anlaşılır hale gelmesi de bu modelle birlikte mümkün olmaktadır. Böylelikle çalışma; nitel araştırma yöntemi çerçevesinde, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kapsamında, betimsel model içerisinde ele alınmıştır.

2.2. Araştırma Grubu

Araştırma grubunu, *LoL* ve *Metin2*'yi en az iki yıldır oynayan, günlük olarak bu oyunlara en azından birkaç saat süre ayırabilen, 15-40 yaş arasındaki oyuncular

oluşturmaktadır. "Ölçüt Örnekleme", çalışma grubunun belirlenmesinde önemli olmuştur. Bu yüzden belirli kısıtlamaların araştırmacı tarafından konulduğunu söylemek anlamlıdır. Öncelikle *Metin2* ve *League of Legends*'ın, en azından iki yıldır oynanması değerlidir. Bununla birlikte hâlâ oyuncuların, günlük olarak bir ila iki saat bu oyunlara zaman ayırmaları gerekli görüşmüştür. Yine burada yaş faktörü de oldukça önemlidir. Bu oyunları oynayan milyonlarca oyuncu bulunmaktadır. Ama bu oyuncular arasından belirli bir yaş grubu, araştırma grubuna dâhil olabilmektedir. 15-40 yaş arasındaki oyuncular bu yüzden araştırma grubunda önemlidir.

Araştırma grubuna dair demografik bazı bilgiler edinilmiştir. Çalışma kapsamında toplam yirmi oyuncu ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu derinlemesine veri akışını sağlayan oyuncuların, on dört tanesi erkek, altı tanesi ise kadındır. Oyuncular on üç farklı şehirden görüşmelere dâhil olmuşlardır. Bu şehirler arasından Ankara, araştırmacının yüz yüze görüşme imkânından ötürü ön plana çıkmıştır. Öte yandan oyuncuların yedi tanesi ile yüz yüze görüşme sağlanabilmiştir. Geriye kalan on üç oyuncu ile de *LoL*'ün sağlamış olduğu sesli sohbet ortamında gerekli görüşmeler yapılmıştır. Diğer yandan oyuncuların birbirinden farklı meslek gruplarına dâhil oldukları da saptanmıştır. Öğrenciliği de meslek grupları içinde değerlendirdiğimizde, öğrenciliğin en önde gelen meslek olduğunu söylememiz mümkündür. Çünkü oyuncuların büyük bir kısmı öğrencidir. Bunlarla birlikte oyuncuların en küçüğünün 15, en büyüğünün ise 40 yaşında olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla ölçütler ile tam bir uyumun olduğunu söylemek de mümkündür. Son olarak demografik yapı ile ilgili, birbirinden farklı eğitim seviyelerinin olduğunu belirtmek önemlidir. Oyuncuların büyük bir kısmı, en azından şu an için de olsa, lise eğitimi seviyesindedir. Bunun hemen ardından ise lisans seviyesi kendini göstermektedir. En nihayetinde anlaşılmaktadır ki araştırma grubu, gerekli ölçüler içerisinde, birçok farklı unsuru bir arada bulundurabilen kişilerden oluşmuştur.

2.3. Veri Toplama Araçları

Çalışma için verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik için yarı yapılandırılmış görüşme soruları oluşturulmuştur. Çalışmaya katılma kriterlerinin ve görüşme sorularının olduğu belge, ilgili bölümlerde gösterilmiştir. Burada verilerin toplanabilmesi için gerekli kişilerin seçimi oldukça önemlidir. O yüzden kişilere uygun şekilde yapılmış yarı yapılandırılmış görüşmelerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda toplam on bir tane yarı yapılandırılmış soru, görüşmecilere sorulmuştur. Bu soruların hazırlanmasında önemli olan ayrıntıyı, özellikte literatür taraması verileri oluşturmuştur. Literatürde, hangi noktaların eksik kaldığı özellikle belirlenmiş ve bu noktalara dönük olarak görüşme soruları hazırlanmıştır. Oyuncuların, oyunlar ile aralarında görmüş oldukları yakınlıkla ilgili olarak farklı sorulara yer verilmiştir. Yine tüketim alışkanlıkları açısından da gerçek yaşam ve oyun arasında nasıl bir ilişkinin olduğu, sorularla desteklenmiştir. Öte yandan görüşme soruları içerisinde, dini ve özel günlere dair bölümlere de yer verilmiştir. Böylelikle, hayat ve oyun arasında belirli bir bağın olup olmadığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda sosyalleşme ya da birçok farklı etkenin, oyunlarda ne kadar var olduğu da incelenmiştir. Kulüp ya da loncaların, oyun içerisindeki etkilerine bakılmıştır. Bunlarla birlikte, oyun içine verilen maddi ya da manevi emek de görüşme soruları içerisinde kendisine yer bulabilmiştir. Ayrıca birçok farklı turnuva ya da e-spor etkinliğinin, görüşmecilerde nasıl izlenim bıraktığı da anlaşılmaya çalışılmıştır. Nihayetinde veri toplamak amacıyla, geniş bir perspektif içerisinde, yarı yapılandırılmış görüşme sorularından yararlanılmıştır.

Veri toplama için önemli olan kısımlardan bir diğeri de demografik eksendir. İlgili kısımlarda bu form verilmiştir. Form, oyuncuların bazı demografik bilgilerine ulaşmada etkili olmuştur. Oyuncuların, adı ve soyadına, yaşlarına, mesleklerine, eğitim durumlarına, yaşadıkları şehirlere ve araştırma için hangi koda sahip olduklarını bilip

bilmediklerine bu şekilde ulaşılmıştır. Bu bilgiler çalışmada veri toplama için önemlidir. Çünkü kriterlere uyan oyuncuların hangi eğitim seviyesinde olduklarını bilmek, hangi şehirde yaşadıklarını bilmek vs. genel resmin daha iyi görünmesinde etkilidir. Nihayetinde veri toplamak için, demografik formdan da yararlanılmıştır.

2.4. Verilerin Toplanma Süreci

Çalışmaya, literatür taraması ile başlangıç yapılmıştır. Öncelikli olarak oyunlar, çevrimiçi oyunlar, oyuncular ve birçok destek bileşen, detaylıca yerli ve yabancı kaynaklarda incelenmiştir. Kitaplar, makaleler, internet siteleri vs. burada önemli rol oynamıştır. Ortaya çıkan veriler neticesinde görüşme soruları oluşturulmuştur. Sorular pilot çalışmalarla sınanmıştır. Bunlar, tabii ki araştırma sorusu çerçevesinde belirlenmiştir. Bu yüzden literatür taraması ve araştırma sorusu arasında doğrudan bir bağ kurmak mümkündür. Böylelikle de görüşme soruları, iki taraftan da desteklenerek belirlenmiştir. Toplamda on bir tane görüşme sorusu, her bir oyuncuya sorulmuştur. Yarı yapılandırılmış olan sorular, görüşme içerisinde duruma göre esnetilerek detaylandırılmıştır. Oyuncuların verdikleri cevaplara göre gidişat sağlanmıştır. Toplam yirmi oyuncu ile görüşülmüştür. Bunların yedi tanesi ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Geriye kalan görüşmeler de oyun içerisindeki sohbet odasında tamamlanmıştır. Böylelikle gerek doğrudan gerekse dolaylı yoldan birçok veri sağlanmıştır. Özellikle sanal ortamda gerçekleştirilen görüşmelerde, farklı şehirlerde olan oyuncuların seçilmesi önemsenmiştir. Böylelikle farklı coğrafyalardaki görüşler de konu çerçevesine eklenmiştir.

Görüşmeler, kişilerin sözlü ve yazılı rızası alınarak yapılmıştır. Oyuncuların istedikleri zaman dilimi burada göz önünde bulundurulmuştur. Yine yüz yüze görüşmelerde de mekân seçimi, oyuncuların mümkün olduğunca rahat olabileceği yerlere göre belirlenmiştir. Görüşmeler, oyuncuların da onayı ile ses kaydına alınmıştır.

Oyuncuların özelliklerine, konuşma hızlarına ve düşünme biçimlerine göre, görüşmelerin süresi de değişmiştir. Ortalama olarak görüşmeler, yirmi dakikaya yakın sürmüştür. En kısa görüşme on iki dakika, en uzun görüşme ise yirmi iki dakika almıştır. Sağlıklı verilerin elde edilebilmesi için bir gün içerisinde, mümkün olduğunca tek oyuncunun verileri kayıt altına alınmıştır. Her bir oyuncu için ayrı bir günün ayarlanması önemsenmiştir. Öte yandan güvenlik ve gizlilik esaslarına uygun olarak tüm oyunculara, farklı kodlar verilmiştir.

2.5. Verilerin Analizi

Verilerin analiz sürecine deşifre çalışmaları ile başlanmıştır. Kayıt altına alınan seslerin, deşifrelerinin tamamlanması ve düzenlenmesi önceliği oluşturmuştur. Böylelikle görüşülen oyunculardan edinilen veriler, doküman haline getirilmiştir. Veriler, betimsel analiz çerçevesinde ele alınmıştır. Betimsel analizde elde edilen veriler, önceden belirlenen temalar altında kısaca anlatılmaktadır ve daha sonra buraya araştırmacının yorumu da dâhil olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Bu yüzden görüşülen kişilerin aktardıklarına doğrudan yer vermek önemlidir. Böylelikle elde edilenler, okuyucular için özetlenmiş ve yorumlanmış olarak sunulmaktadır.

Çalışmadaki veriler de temel olarak, betimsel analiz ile analiz edilmiştir. Analiz, iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak oyunlar üzerine tematik bir analiz yapılmıştır. Oyuncuların, oyunlar ile aralarında kurmuş oldukları bağlar, belirli kategoriler altında gösterilmiştir. Hemen ardından da oyuncularla görüşmeler yapılmış ve buradan elde edilen veriler, bu kategoriler ekseninde anlamlandırılmıştır. Dolayısıyla oyuncuların yorumlarının gerekli eksende ele alınabilmesi için öncelikli olarak, oyunlar analize tabi tutulmuştur. Böylelikle oyuncuların dile getirmiş oldukları deneyimler, oyun analizi kapsamında anlamlandırılabilmiştir. Analizin ilk aşaması olan oyunların analizi, daha çok tüketim davranışları anlayışı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

Tüketicilerin, yaşam içerisinde genel olarak hangi bağlamlar çerçevesinde tüketim davranışlarında bulundukları, burada önemli olmuştur. Böylelikle çevrimiçi oyunlar içerisinde gerçekleştirilen tüketim davranışları, ekonomik açıdan değerlendirilmiştir. Altı ayrı bölümde gösterilen bu kategorilerin bu şekilde ortaya çıkmasında ise gerek araştırmacının uzun yıllar boyunca edindiği gözlemleri, gerekse oyunların gelir kalemleri etkili olmuştur.

Analizin ikinci kısmında ise genel olarak ana başlıklar ve bazı alt başlıklar belirlenmiş, bu kapsamda oyuncuların görüşlerine yer verilmiştir. Alıntılar farklı açılardan, temalar altında yorumlanmıştır. Böylelikle farklı oyuncuların, farklı ya da benzer görüşleri, gerekli temalar altında değerlendirilmiştir. Temalar ise araştırma sorusu, görüşme soruları ve literatür verileri nihayetinde belirlenmiştir. Böylelikle önceki çalışmalar ile bağlantılar koparılmadan eksiklikler giderilmeye çalışılmış ve daha önce değinilmeyen bir alana değinilmek istenmiştir. En nihayetinde de eldeki bulgular düzenli bir çerçeveye sokulup yorumlanmış ve okuyucuya hazır hale getirilmiştir.

III. BÖLÜM

ÇEVRİMİÇİ OYUN OYNAYAN OYUNCULARIN OYUNLARLA İLİŞKİ BİÇİMLERİ: TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE OYUN İÇİ HARCAMALAR

Bu bölümde temel olarak, derinlemesine görüşme tekniği ile elde edilen bulgular daha önceden belirlenen temalar altında sunulmuş ve bu bulgular yorumlanmıştır. Ayrıca oyuncuların, oyun karakterleriyle aralarında kurmuş oldukları bağlar da kategorik olarak incelenmiştir. Temalar genel olarak üç başlık altında belirlenmiş ve bu belirlenen başlıkların bazıları kendi aralarında alt başlıklara ayrılmıştır. Genel ve alt başlıklar ise şu şekildedir:

1- Oyunların oynanmasında etkili olan unsurlar
2- Oyunlar ve gündelik yaşam arasındaki çok yönlü ilişkiler
    a- Oyun karakterleri ve oyuncular arasındaki etkileşimler
    b- Oyuncuların oyunlar içerisinde topluluk oluşturabilmesi ve oyun oynama motivasyonu
    c- Oyunlar içerisindeki ortamın oyunculara ve gerçek yaşama etkileri
3- Oyuncuların gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıklarının, *Metin2* ve *LoL*'deki tüketim alışkanlıklarıyla ilişkisi
    a- Çevrimiçi oyunlara para yatırma ve buralardaki ticari işlemler
    b- Özel günler ve indirimlerin çevrimiçi oyunlardaki önemi ve bu durumun oyun içi tüketici davranışlarına yansıması
    c- Oyun karakterlerinin oyuncuların isteğine göre oluşması ve karakterlerin gelişim süreci

Temalar belirlenirken temel olarak araştırma sorusu esas alınmış ve bu çerçevede görüşme sorularından da destek sağlanmıştır. Bunun sebebi ise tüketim

alışkanlığının hem gerçek hayatta hem de oyun içerisinde nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu anlayabilmek için diğer destekleyici durumların da anlaşılması gerekliliğinden gelmektedir. Öte yandan literatür taraması neticesinde konumuz dâhilinde ortaya çıkan bulgulardan da ayrıca yararlanılmıştır. Böylelikle literatür taraması sonuçları, araştırma ve görüşme soruları, ufuk açıcı diğer kaynaklarla birlikte derlenerek kategorileri oluşturmuştur. "Görüşme Soruları" Ek-1'de gösterilmiştir.

Derinlemesine görüşmeler çerçevesinde toplam yirmi kişi ile iletişime geçilmiş ve çalışma gerçekleştirilmiştir. On dört erkek katılımcı ve altı kadın katılımcı ile şekillenen çalışmada, kayıt edilen görüşmeler deşifre edilmiş ve yetmiş altı sayfa ham veri elde edilmiştir. Toplamda yedi oyuncu ile yüz yüze, on üç oyuncu ile de *LoL*'ün sağlamış olduğu sesli sohbet odalarında gerekli görüşmeler tamamlanmıştır.

Çalışmada derinlemesine görüşme yapılmasının temel sebebi, yıllar boyunca oyunlar vasıtası ile deneyim kazanan oyuncuların, tüketim alışkanlıklarını bu çerçevede detaylı bir şekilde ortaya çıkarma isteğinden gelmektedir. Sahada yapılan ya da çevrimiçi ortamda gerçekleştirilen çalışmalar, temel olarak oyuncuların gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıklarının, *Metin2* ve *LoL* gibi örnek iki oyunda gerçekleştirilen sanal tüketim alışkanlıklarıyla nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymaya çalışmıştır. En nihayetinde toplanan veriler de birçok alt ve destek bileşenlerle birlikte temel olarak bu perspektifte ele alınmıştır.

"Demografik Bilgi Formu" çerçevesinde elde edilen demografik veriler ekte belirtilmiş ve form Ek-2'de gösterilmiştir.

Katılımcıların yedi tanesi ile yüz yüze, on üç tanesi ile de *LoL*'ün sesli sohbet ortamında görüşmeler sağlanmıştır. Toplam yirmi oyuncu ile derinlemesine görüşülmüş ve bunların on dört tanesini erkek oyuncular, altı tanesini de kadın oyuncular oluşturmuştur. On üç farklı şehirden birçok katılım sağlanmıştır. Birbirinden farklı

meslek grubuna sahip olan oyuncular yine çalışmada kendilerine yer bulabilmiştir. Görüşmeler çerçevesinde en küçük yaş on beş, en büyük yaş da kırk olarak belirlenmiştir. Ayrıca eğitim durumu kapsamında da oyuncular arasında bazı farklılıklar yine çeşitlilik açısından önemli olmuştur.

Çalışmada, erkek oyuncuların oranı kadın oyuncuların oranına göre daha fazla çıkmıştır. Görüşme şartları içerisinde bazı sınırlılıklar ve imkânlar doğrultusunda erkek oyuncular baskın görünmüştür. Ayrıca bu durum, çalışma örneklemini oluşturan kişilerin araştırmaya katılma isteklerine göre ortaya çıkmıştır.

Araştırmada, yüz yüze görüşmelerin yanı sıra sanal görüşmelerden de yararlanılmıştır. Oyun içerisindeki etkileşimin daha iyi gösterilebilmesi ve farklı şehirlerin mesafeleri dolayısıyla maddi kaynakların daha iyi kullanılabilmesi için büyük oranda sanal görüşmeler tercih edilmiştir.

Altı ayrı meslek grubu olarak görebileceğimiz çerçevede toplam yirmi oyuncu değerlendirmeye alınmıştır. Burada öğrencilerin, baskın bir şekilde oyuncular arasında ön plana çıkması da dikkatleri buraya toplamıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda, oyuncuların büyük bir çoğunluğu Ankara'da ikamet etmektedir. Ayrıca, Türkiye'nin birçok yerinden katılımın sağlanması yine oyunların ne kadar büyük bir kitleye hitap ettiğini gösterir niteliktedir.

Oyunları oynayan oyuncuların eğitim seviyeleri incelendiğinde, genel olarak lise seviyesi diğerlerine göre öne çıkmaktadır. Hemen ardından ise lisans seviyesi gelmekte ve diğerlerinden farklı olarak bir kişi ise yüksek lisans düzeyinde bulunmaktadır.

Demografik özelliklere ilişkin verilerin görsel halleri, detaylı bir şekilde ekte yer almaktadır.

Ayrıca çalışmada oyuncuların gerçek isimleri yerine takma isimlerin kullanıldığını da belirtmek önemlidir.

3.1. Çevrimiçi Oyun Oynayan Kişilerin Oyun Karakterleriyle Arasındaki Bağ

Çevrimiçi oyun oynayan oyuncular, birçok açıdan oyunlarla bağ kurabilmektedirler. Bu bağlar çeşitli türlerde ortaya çıkabilmektedir. Bunlar: Toplumsal ve sosyal etkileşimsel açıdan, dini açıdan, psikolojik açıdan, ekonomik açıdan, evlilik bağlantısı açısından ya da gösterişsel anlayışlar açısından bağlar olarak sıralanabilmektedir. O yüzden her bir alanı dikkatlice ele almak önem taşır. Çünkü bu bağlar, birçok yönden tüketim davranışlarını da olaya dâhil edebilmektedir. En başından beri anlatılagelen, pazarlama anlayışı ve oyun kavramı, son noktada burada bir araya gelebilmektedir. Bunlar da oyuncuların tüketim alışkanlıklarını değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır. Çünkü oyuncuların gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıkları ve oyunlardaki tüketim alışkanlıkları arasındaki ilişki ancak bu bağlar görülürse daha iyi anlaşılabilecektir.

3.1.1. Toplumsal ve Sosyal Etkileşimsel Bağ

Oyuncular, günlük hayatlarında nasıl birçok yönden birçok kişi ile bir araya gelebiliyorlarsa, burada da aynı ortamı sürdürmek isteyebilmektedirler. Dolayısıyla oyunlar, sosyalleşme ve toplumla bir araya gelme yerleri olarak da işlev yüklenebilmektedirler. Bu noktada oyuncular ve oyun karakterleri birlikte değerlendirilebilmektedir. Hatta doğrudan duygusal bir etkileşim ile özdeşleşmenin gerçekleşebileceği bile aktarılmıştır (Yiğitoğlu, 2018). Böylelikle duygusal aktarım sosyalleşmeyi de gerekli kılmaktadır. Kişiler, oyun içerisinde birçok yeni oyuncu ile dolayısıyla birçok yeni insan ile tanışmaktadırlar. Bu durum gerek oyun içerisinde gerekse oyun dışarısında sürdürülebilmektedir (Kim, Oh ve Lee, 2005: 76-91).

Normal hayatımızda, sosyalleşme ve toplumla bir araya gelme için bayramlar önemli görünmektedir. Örnek iki oyunumuz açısından da bu özel günler ciddi anlamda değer taşımaktadır. Nasıl ki normal şartlarda oyuncular, gerçek hayatlarında böyle günlerde daha sosyallerse, oyunlar içerisinde de aynı davranışı gösterebilmektedirler. Hatta *Metin2*'de farklı ek özellikler ile özel günler daha da renkli hale gelebilmektedir. Farklı oyun eşyalarının satışa sunulduğu ya da farklı *item*lerin o güne özel "s*lot*"lar (oyun içerisindeki canavar grupları) yolu ile elde edildiği mümkündür. Bütün bunlar da oyuncular ve oyunlar arasında toplumsal açıdan bağların kurulmasına yardım edebilmektedir.

Oyuncular, oyun oynama sebeplerinde belirttikleri gibi bu oyunları, yeni arkadaşlıklar kurma amacıyla da oynayabilmektedirler. Böylelikle sosyal etkileşimsel açıdan da bağlar oluşabilmektedir. Gerçek hayatında çok daha çekingen ya da çok daha sakin olan kişilerin buralarda, diğer insanlarla kolayca iletişim kurabilmesi de mümkündür. Çünkü örnek oyunlardan olan *Metin2*'de sesli ya da görüntülü sistem mevcut değildir. Bu da kişilerin kendilerini ifade etmelerinde artı değer olarak görülebilmektedir. Öte yandan gerçek hayatta arkadaş olan kişilerin oyun içerisinde de birlikte hareket etmesi olasıdır. Böylelikle sosyal bağlar oyun içerisinde de devam edebilmektedir. Ayrıca kişiler, yine oyun yöneticilerine ya da oyundaki yetkili kişilere farklı türlerden istekler sunarak oyun ve gerçek yaşam arasındaki bağın kuvvetlendirilmesini de talep edebilmektedirler. Çünkü birçok oyun yapımcısının artık yeni oyunları, gerçek hayata olabildiğince yakınlaştırarak piyasaya sürmesi bu şekilde açıklanabilmektedir. Öte yandan *Metin2*'ye nazaran *LoL*'de sesli sistemin bulunuyor olması da farklı açılardan yorumlanabilmektedir. Burada kişiler oyun odalarında sesli iletişim kurabilmektedirler. Böylelikle kendisini, yazı yolu ile ifade edemeyen birçok kişi, sesli iletişim ile daha rahat ifade edebilecektir. Tüm bunlar da nihayetinde yine

oyun ve oyuncu arasında sosyal etkileşimsel açıdan bağların oluşmasına katkı sağlayabilecektir.

Toplumsal ve sosyal etkileşimsel bağlara, yarışmaları da eklemek önem taşır. Oyunlar içerisindeki yarışlar ve özel turnuvalar, oyuncular ve oyun karakterleri arasında bağın oluşmasında etkili olabilmektedir. Çünkü kişiler, oyunlar içerisinde gerçekten başarılı olabilmek için kendi yapılarını da buraya dâhil etmektedirler. Dolayısıyla oyuncuların gerçek hayattaki düşünce tarzları oyuna da yansıyabilmektedir. Bu da yine diğer kişilerle toplumsal açıdan bir araya gelmede ve sosyal anlamda etkileşim kurmada önemli olabilmektedir.

Ekip ruhu ve bir arada olma, burada değerlendirilmesi gereken diğer bir noktadır. Oyuncular, aynı gerçek yaşamlarında olduğu gibi oyun içerisinde de çoğu zaman ekiple birlikte hareket etmek zorundadır. Özellikle bu durum *LoL*'de doğrudan geçerlidir. Yine *Metin2*'de de daha iyi neticeler alabilmek için loncalara katılmak gereklidir. Bu perspektif bize şunu sunmaktadır, oyuncular, oyunlarda aynı gerçek yaşamda olduğu gibi bir araya gelerek topluluklar oluşturabilmektedir.

Nihayetinde tüm bu anlatılanları tek bir yere toplamamız mümkün görünmektedir. O nokta ise "tüketim alışkanlıkları" noktasıdır. Oluşan bağlar, doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim perspektifine eklemlenebilmektedir. Çünkü kişiler, aynı gerçek hayatlarında oldukları gibi oyun içinde de daha iyi sonuçlara ulaşmayı isteyebilmektedirler. Bu durum da gerçek maddi değerler ile çoğu zaman sağlanabilmektedir. Oyunlardaki yazılı ya da sesli sistem herhangi bir ücrete tabi değildir ancak bunların getirisiyle oluşan bağlar, daha sonraları maddi yatırımlara dönüşebilmektedir. Çünkü oyun içerisindeki ekstra özellikler gerçek parayla çoğu zaman elde edilmektedir. Sesli sohbette konuşmak ücretsizken, bunun çok iyi olabilmesi için bilgisayarın ya da internet bağlantısının kaliteli olması, ekonomik güçle belirlenmektedir. Sonuçta kişiler bu mal ve hizmetler için ceplerinden para ödemek

zorundadırlar. Yine *Metin2*'de yazışmak ücretsiz iken, oyunda dans ile kendini ifade edebilmek ve duyguları yansıtmak oyun içi ekstra *iteme* yani ücrete dâhildir. Aynı durum gerçek hayatta da geçerlidir. Büyük bir arkadaş grubu içerisinde herhangi bir kişi, diğerlerine uymak için zorla da olsa pahalı bir mekâna gidebilmektedir. Arkadaşlardan ve toplumdan ayrı kalmamak için böyle bir davranış sergilemek mümkündür. Bu durum sanal ortama da yansıyabilmektedir. Böylelikle şu sonuca ulaşmamız mümkündür. Oyuncular, oyunlar içerisinde toplumsal ve sosyal etkileşimsel açıdan birçok bağ ile birlikte olabilmektedirler. Bu durum da yer yer doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim ilişkilerine yansıyabilmektedir. Böylelikle oyunlar içerisindeki tüketim alışkanlıkları ve gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları birçok açıdan benzer özellikler taşıyabilmektedir. Oyunlarla ilgili görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 13. *Metin2*'de OX Yarışması



(Turkmmo, 2016).

Görsel 14. *Metin2* Olay Yardımcısı Bayram Etkinliği



(Fixmt2, 2012).

3.1.2. Dini Bağ

Toplumu bir arada tutan en büyük etkenlerden biri, dini bağlardır. Ülkemizde inançları birbirinden farklı olan milyonlarca insan bulunmaktadır (Vikipedi, 2020). Her ne kadar değişik türden inançlar olsa da neredeyse bütün öğretiler, temel olarak iyilik, bir ve beraber olma ve yardımlaşma üzerinedir. Bu yüzden çeşitlilikler ne kadar fazla olsa da ortak noktaları bir araya getirmek olasıdır. İşte toplum da bu kapsamda ele alınabilmektedir. Milyonlarca insan, dini özel günlerde gerekli ritüelleri yerine getirerek, inançlarının gereğini yapabilmektedir. Yalnız bu durum artık sadece gerçek hayatla da sınırlı kalmamaktadır. Artık çevrimiçi oyunlar içerisinde de aynı gerçek yaşamdaki gibi ritüeller yerine getirilebilmektedir.

Metin2 uzun yıllardır oynanan en önemli çevrimiçi oyunlardan sayılmaktadır. Dolayısıyla oyun yapımcılarının, toplumların kültürlerinden etkilenmemesi mümkün değildir. Bu yüzden ülkemizdeki dini hassasiyet de oyun içerisine taşınabilmiştir. Çoğu zaman yıllar boyunca Ramazan Ayı'nda bu duruma özel etkinlikler düzenlenmiştir. Burada dini bağların oyun içerisinde ciddi anlamda oluştuğunu görmek de mümkündür. Çünkü gerçek hayatta dini hassasiyetleri fazla olan oyuncuların, oyun içerisinde de bu davranışı sergilemeleri olasıdır. Bu yüzden doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim alışkanlıklarını burada incelemek de kaçılmazdır. Çünkü dini öğretilerin bazıları, yardımlaşmayı doğrudan işaret etmektedir. Yardımlaşma da çoğu zaman maddi açıdan mümkün olabilmektedir. Yine herhangi bir şeye muhtaç olan bir insana yardım etmek de bu kapsamda değerlendirilebilmektedir. Ve yine bu muhtaçlığın (açlık, barınma, giyecek vs.) ortadan kaldırılması, maddi imkânlarla sağlanabilmektedir. Bu yüzden maddi olanaklar ciddi anlamda önemlidir. Aynı durum *Metin2* içerisinde de geçerli olabilmektedir. Dini vazifelerin bazıları bu noktada görüldüğü gibi maddiyatla eşitlenebilmektedir. Dolayısıyla oyun içerisindeki durumu da böyle kavramak anlamlıdır. Özellikle Ramazan için geçerli olan bu etkinlik, temelde "Niyetli Vatandaş"

üzerinden yürütülmektedir. Niyetli Vatandaş, adından da belli olduğu gibi dini görevini yerine getirmeye çalışmaktadır. Etkinliğin yerine getirilmesi için çeşitli canavarlardan simitlerin toplanması önem taşır. Bu simitler de iki çeşitte değerlendirilebilmektedir (*Metin2* Wiki, 2017). Ya düşürülen simitler oyundan herhangi bir ekstra özellik alınmadan düşük düzeyde değerlendirilmektedir, ya da bu simitler oyun içerisinde gerçek para karşılığı alınan oyun eşyalarıyla daha da değerli hale getirilebilmektedir. "İftar Tabağı" denilen oyundaki bu ekstra özellik, simitlerin daha değerli hale gelmesine yardımcı olmaktadır. Böylelikle Niyetli Vatandaş'a İftar Tabağı verilerek hem oyun içerisinde dini öğreti yerine getirilmektedir, hem de bunun sonucunda Niyetli Vatandaş tarafından sağlanan birçok ödüle ulaşılmaktadır. Bu durumu tüketici davranışları açısından ciddi anlamda incelemek önem taşır. Çünkü aynı gerçek hayatta olduğu gibi burada da belirli bir örgü söz konusudur. Normal yaşamda yardıma muhtaç birine yardım etmek, özellikle de bunu Ramazan'da yapmak ayrı bir görev sayılmaktadır. Bunun sonucunda da yardımı alan kişinin çok büyük ihtimalle hayır duasını kazanmak olasıdır. Bu durum aynen oyun içerisinde de geçerlidir. Yine oyuncular, gerçek maddi yatırımlar yolu ile yardıma muhtaç birine yardım edebilmektedirler. Bunun sonucunda da hayır duası yerine, oyun içi ödüle sahip olabilmektedirler.

Temel olarak burada yine oyun şirketinin farklı açılardan kâr elde etme isteğini görebilmekteyiz. Ama bu durum özünde, dini değerlere göre öyle bir işlenmiş ve örüntüye sokulmuştur ki oyun, aynı gerçek yaşamla birebir sayılmaktadır. Dolayısıyla en başında belirttiğimiz gibi tüketim alışkanlıklarının gerçek yaşamda olduğu gibi oyun içerisinde de dini bağlar etrafında şekillenebileceğini söylememiz mümkündür. Çünkü ciddi anlamda dini değerleri yüksek olan kişilerin bu gibi etkinliklere odaklanma olasılıkları yüksektir. Bu durum da yine gerçek yaşam ve oyunda tüketim alışkanlıklarının dini bağlarla da benzeyebileceğini gösterir niteliktedir. Dini bağ ile ilgili görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 15. *Metin2* Ramazan Etkinliği



(Oyunmaxs, 2014).

Görsel 16. Niyetli Vatandaş



(Sosyogazi, 2013).

3.1.3. Psikolojik Bağ

Oyuncular, oyun karakterleri ile birçok noktadan özdeşleşebilmektedirler ve burada psikoloji de önemli olabilmektedir (Yıldırım, 2019). İnsanlar, yaşadıkları ortamlarda, birçok farklı sebepten ötürü psikolojik anlamda zorluklar çekebilmektedirler. Bu durum çoğu zaman aşılması gerekilen bir olgu olarak da ortaya çıkabilmektedir. O yüzden çevrimiçi oyunların buradaki rolünü tekrar belirtmemiz anlamlıdır. Çünkü bu oyunlar, psikolojik sebeplerden ötürü de doğrudan tercih edilebilmektedir (Alan, Kabadayı ve Cavdar, 2017: 2260-2280). Gerek ortamlardaki psikolojik zorluklardan kaçma, gerekse psikolojik ihtiyaçları karşılama burada önemli görünmektedir. Dolayısıyla oyuncular, bu zorlukları atlatmak için oyunlara yönelebilmektedirler. Bu durum da kişilerin, oyun karakterleri ile arasında bir bağın oluşmasına yardımcı olabilmektedir. Yine aynı şekilde psikolojik ihtiyaçları karşılama da burada önemli görünmektedir. Gerçek yaşam içerisinde, yapılamayan ya da birçok sebepten ötürü engellenen sayısız şeyler, ortaya sorun olarak çıkabilmektedir. Lakin bu durum, oyunlar içerisinde belirli noktalara kadar tatmin edilebilmektedir. Örneğin popüler olmak, gerçek yaşam içerisinde birçok kişi tarafından istenen bir durum olarak değerlendirilebilmektedir. Ama hemen herkesin popüler olması imkânsızdır. Bu yüzden bu durumu ciddi anlamda kafaya takan kişilerin üst düzey zorluk çekmeleri de olasıdır. İşte tam da bu noktada oyunlar devreye girebilmektedir. Oyunlar içerisinde popüler olma, çoğu zaman gerçek yaşamda popüler olmadan daha kolaydır. Bu yüzden bu durumu kafaya takan ve psikolojik açıdan zorluklar yaşayan kimseler, bu eksikliklerini oyunlar içerisinde giderebilmektedirler. Bu da oyunların oynanmasında ve oyuncuların oyun karakterleri ile arasında bağın oluşmasında etkili olabilmektedir.

Oyuncuların psikolojik açıdan oyun karakterleri ile aralarında kurdukları bağa, kimlik olgusu da eklenebilmektedir. Çünkü oyuncuların kendi kimlikleri ve oyunlarda sergiledikleri kimlikleri arasında birçok yönden bağlantılı ilişkiler de olabilmektedir

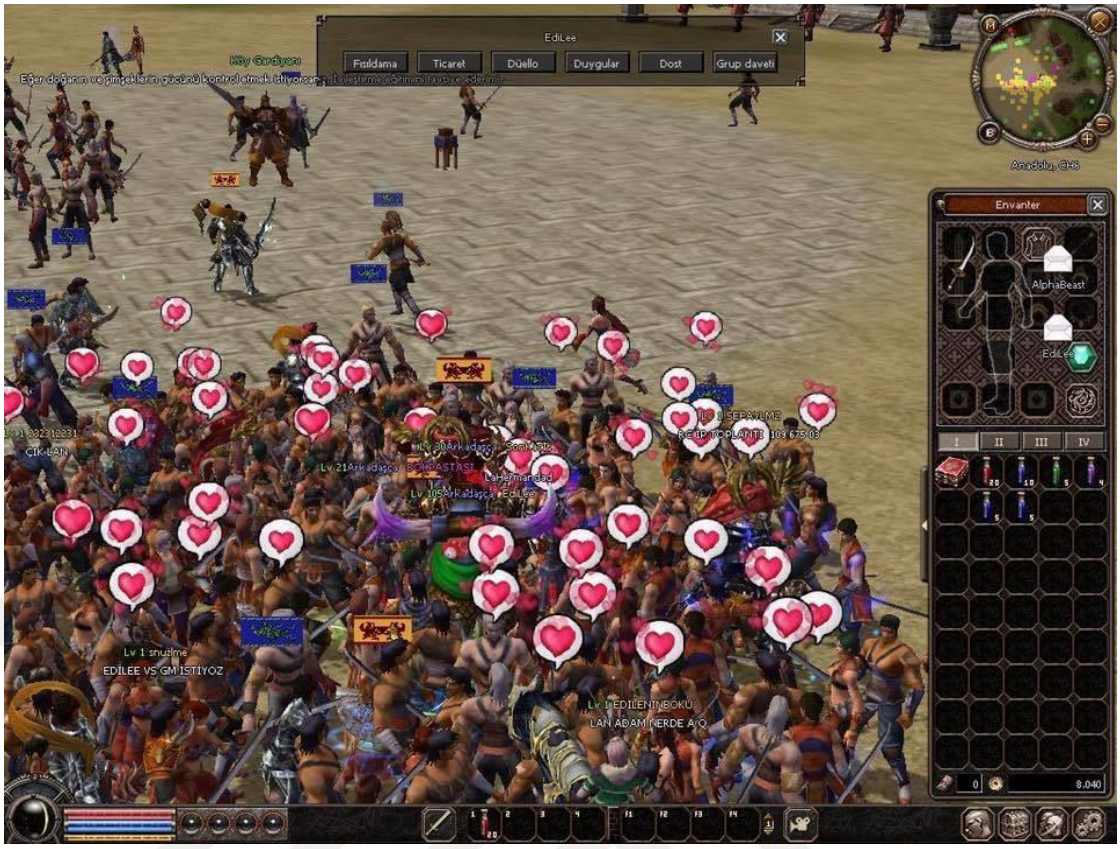
(O'Connor vd., 2014: 459-473). Oyuncular, gerçek yaşamlarında sahip oldukları kimliklerini oyunlar içerisinde de bu yüzden belirtmek isteyebilmektedirler. Böylelikle oyuncuların gerek saç stilleri, gerek dış görünüşleri, gerekse kullandıkları aksesuarlar gerçeğe en yakın biçimiyle oyunlar içerisinde de temsil edilmek istenebilmektedir. Bu noktada da yine tüketim alışkanlıklarını devreye sokmak önemlidir. Çünkü kişiler, bu gibi sebeplerden ötürü gerçek yaşamlarında tüketim davranışları gerçekleştirebilmektedirler. Daha iyi görünmek, daha farklı görünmek, ya da kendini daha iyi ifade edebilmek bu noktada önemlidir. O yüzden aynı durumun oyunlar içerisinde de gerçekleştirilmeye çalışılıyor olması benzer tüketim alışkanlıklarının varlığına da kanıt değeri taşımaktadır. Yine üst kimlik anlayışı da kişisel kimlik kadar önemli olabilmektedir. Dolayısıyla oyuncular, bu hassas noktaya dikkat ederek oyun için davranışlarını şekillendirebilmektedirler (Binark, Bayraktutan-Sütcü ve Fidaner, 2009). Örneğin Türk üst kimliğinin yerli ve yabancı birçok arenada temsil edilmesi, oyun karakterleri ile oyuncuların arasında böyle bir birlikteliğin olması, psikolojik bağın varlığını doğrudan gösterir niteliktedir. Bozkurt sembolünün de yine aynı şekilde oyun içerisinde o topluluğu temsil edecek şekilde kullanılıyor olması, bütün bunlara örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu da psikolojik açıdan birçok bağın olduğuna kanıt sayılabilmektedir.

Öte yandan oyuncular, oyunlarla psikolojik açıdan farklı türlerde de bağlar kurabilmektedirler. İnsanlar, rahatlamak için nasıl ki güzel manzaralı yerleri tercih etmektedirler, oyunlar için de bu durum geçerli olabilmektedir. Özellikle oyun içerisinde birçok kişinin, sohbet ortamını manzaralı yerlere doğru yaptığını görmemiz mümkündür. Hele hele bu durum *Metin2*'de çok daha fazla önemlidir. Yine *LoL*'de de bazı haritaların, gerçeğe yakın şekilde manzaralı olarak tasarlanıyor olması bunlara dâhildir. Diğer yandan tekrar psikolojik bağa örnek olarak, oyuncuların doğrudan oyun içine neden para yatırdıklarını bilmek önemlidir. Burada kimliğin yansıtılabilmesi için

bile oyuna para yatırılabileceğini tekrar söylemek mümkündür (Mäntymäki ve Salo, 2015: 124-134). Oyunlara para yatırmadaki en büyük etkenlerden biri olarak gösterilebilen bu durum, doğrudan psikolojik bağların varlığına da işaret etmektedir. Çünkü bireyler gerçek hayatlarında oldukları gibi oyunlarda da kendilerini göstermek istemektedirler. Bu da sanal ve gerçek arasındaki bağlantıyı gözler önüne sunmaktadır.

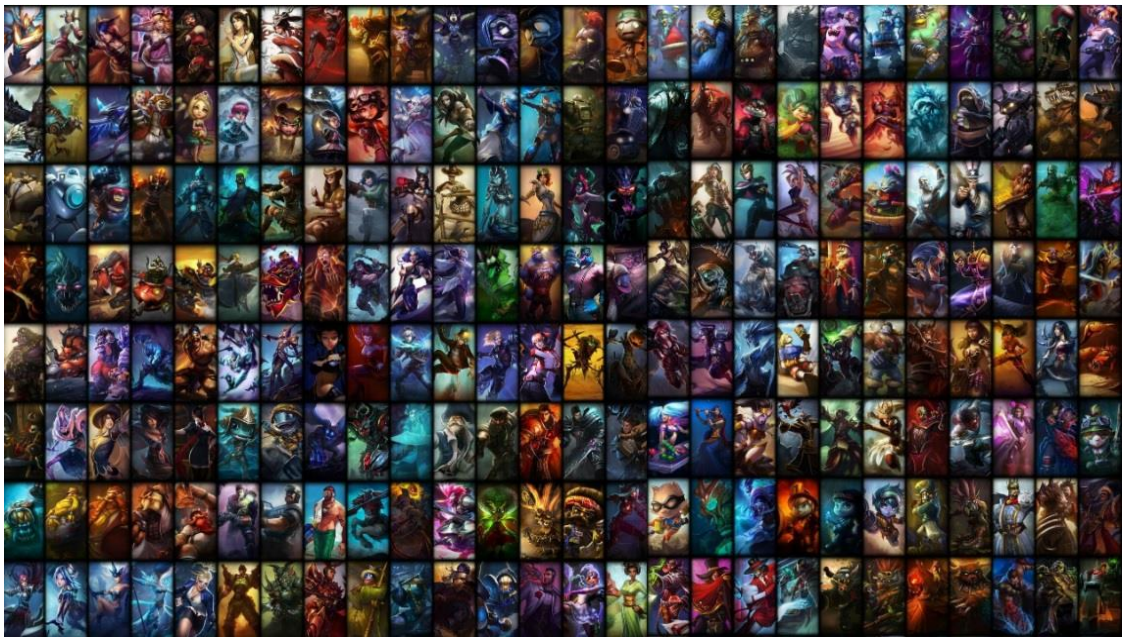
Tüm bunlar en nihayetinde, gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları ile sanal ortamdaki tüketim alışkanları arasındaki bağı ele almada yardımcı olur niteliktedir. Böylelikle birçok örnekten de anlaşıldığı gibi oyuncular, psikolojik açıdan oyunlarla bağ kurabilmektedirler. Bu durum gerek kimlik çatısı altında gerekse birçok farklı açıdan değerlendirilebilmektedir. Bu da bizler için şöyle bir tabloyu ortaya çıkarmıştır. Kişiler gerçek yaşamlarında daha iyi görünebilmek ya da kimliklerini yansıtabilmek amacıyla farklı harcamalar yapabilmektedirler. Bu durum aynı şekilde oyun içerisinde de geçerli olabilmektedir. Diğer yandan psikolojik olarak daha iyi olabilmek için manzaralı yerlere gidilip oralarda kalınması uygun bulunmaktadır. Bu durum da yine oyun içerisinde mümkün olabilmektedir. Ayrıca popüler olmak ya da daha çok tanınmak da gerçek hayatta istenebilecek şeyler arasında görülebilmektedir. Bu da aynı şekilde oyuna yansıyabilmektedir. Ve tüm bunlar en sonunda tüketim alışkanlıklarında bir araya gelebilmektedir. Çünkü aynı gerçek yaşamda olduğu gibi oyunlarda da daha iyi görünmek için kimliklerin yansıtılabilmesi için popüler olabilmek için birçok harcama yapılabilmektedir. Böylelikle gerçek yaşam ve oyunlar arasında psikolojik bağın yakalanması mümkündür. Ve bu durum da birçok noktada tüketim alışkanlıkları ile açıklanabilmektedir. Böylelikle gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları ile sanal oyunlardaki tüketim alışkanlıkları arasındaki benzer ilişkiler daha net anlaşılabilmektedir. Psikolojik bağ ile ilgili görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 17. *Metin2*'de Popüler Olmak



(İnci Sözlük, 2017).

Görsel 18. *LoL* Bazı Şampiyonların Ücretli Kostümleri



(Donanım Haber, 2014).

Görsel 19. *Metin2* Çölden Manzara



(Mmorpg24, 2010).

3.1.4. Ekonomik ve Emeksel Bağ

Oyuncuların, oyunlar ile kurmuş oldukları bağlardan bir diğeri de ekonomik ve emeksel bağ olarak ortaya çıkabilmektedir. Burada durumu daha çok maddi açıdan ele almak önemlidir. Oyuncular, oyunlara ciddi anlamda para yatırabilmektedirler (Ho ve Wu, 2012: 204-212). Bu yüzden buradaki durumu doğrudan maddiyat ile de değerlendirmek anlamlıdır. Çünkü oyun içerisine yatırılan paralar, farklı türden bir bağın ortaya çıkmasına da yardımcı olabilmektedir. Ekonomik durumu iki ayrı açıdan değerlendirmek önem taşır. İlk olarak, oyuna yatırılan paraların etkisi ile ortaya çıkan bağa değinmek anlamlıdır. Çünkü oyuncular, birçok farklı sebep ile oyuna para yatırabilecekleri için bu durum ileride bağın oluşmasına da yardımcı olmaktadır. Kişiler, belirli aralıklarla yatırdıkları paralar yüzünden bu oyunlara daha değerli bir şeymiş gibi de bakabilmektedirler. Böylelikle oyun karakterleri ve oyuncular arasında ekonomik bir bağ oluşabilmektedir. Öte yandan oyunlardan para kazanmak da

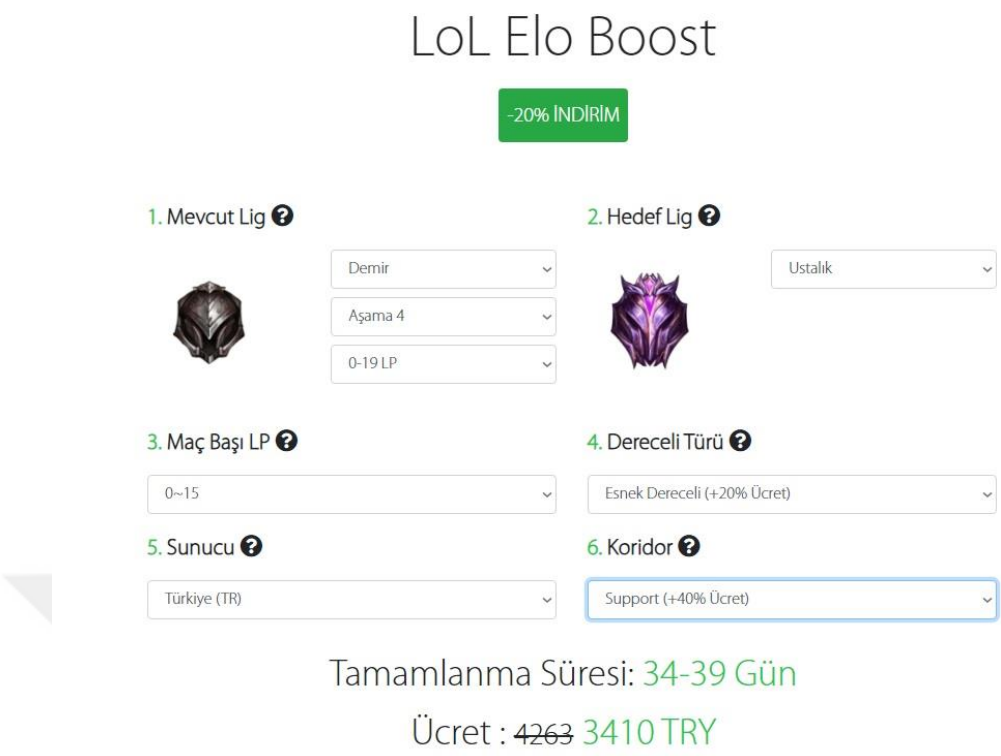
mümkündür. Oyuncular gerek oyun eşyası satarak, gerekse doğrudan oyun hesaplarını satarak belirli türden gelirler elde edebilmektedirler (Gamermarkt, 2020). Yine bu durum da oyuncu ve oyun arasında maddi bağların oluşmasına katkı sağlayabilmektedir. Çünkü bazı oyuncular için bu durum ciddi anlamda önemli sayılmaktadır. Özellikle küçük oyuncular, oturdukları yerden para kazandıklarını düşünerek sürekli olarak oyunlarla bu türden bağlar kurabilmektedirler.

Oyuncuların oyunlarla bu bağlamda kurmuş oldukları diğer bir bağ da emeksel bağdır. Kişiler gerek saatlerini, gerek günlerini, gerek aylarını, gerekse yıllarını vererek bu oyunlara ciddi anlamda emek harcayabilmektedir (Apaydın, 2011). Bu yüzden emek çerçevesi altında da bağların oluşması mümkün görünmektedir. Oyuncular kendi hayatlarındaki zamanı oyuna vererek, farklı bir ilişkiye girebilmektedirler. Bu durum da doğrudan ya da dolaylı olarak farklı anlayışların doğmasına katkı sağlayabilmektedir. Çünkü oyuncular, çoğu zaman doğrudan kendi parçaları olarak gördükleri oyun hesaplarına, birçok açıdan anlamlar da yükleyebilmektedirler.

Oyuncular gerek oyun içerisinde gerekse oyun dışarısında hesap alım-satım işlemlerine girişebilmektedirler. Böylelikle maddi açıdan kazanç sağlama kapısı da her zaman açık kalabilmektedir. Diğer yandan kişiler, birçok sebepten ötürü oyuna para yatırarak, oyun içerisinde bu zamana kadar elde ettikleri değerleri kaybetmek de istememektedirler. Git gide daha iyi konuma gelen oyun hesapları, oyuncular için göz nuru olarak yorumlanabilmektedir. Böylelikle de bu durum önem kazandıkça daha da ayrı bir konumda ele alınmaktadır. En nihayetinde anlaşılmaktadır ki gerek oyuna para yatırma, gerekse oyundan para kazanma olarak değerlendirilen ekonomik hamleler, oyuncular ve oyunlar arasında bağın oluşmasına katkı sağlayabilmektedir. Yine aynı şekilde emek verme süreci de ekonomik hamleler kadar değerli görünmektedir. Burada da oyuncular kendi hayatlarından harcayarak oyunlar içerisinde inşalar oluşturmaktadır. Bu da oyuncular ve oyunlar arasında bağın oluşmasına katkı sağlayabilmektedir.

Ekonomik ve emeksel bağlar da diğer bağlar gibi tüketim alışkanlıkları perspektifinden incelenmek zorundadır. Çünkü ortaya çıkan bu bağlar, doğrudan ya da dolaylı olarak, oyuncuların ekonomik gücüyle iç içedir. Öncelikle verilen emek, ilk olarak zaman açısından önemli görünmektedir. Lakin oyun hesaplarının ciddi anlamda değerlenmesi için ekstra özelliklerin para karşılığı ile alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu ekstra özelliklere de gerçek parayla sahip olunabilmektedir. Gerçek hayattakine benzer şekilde çevrimiçi oyunlarda da daha "değerli" olduğu varsayılan ürünler için daha fazla harcama yapılabilmektedir. Örneğin, herhangi güzel bir eve son kalite ses sistemi döşetmek isteyen biri, cebinden nasıl ki önemli meblağlar ayırabiliyorsa, bu durum aynen oyunlar içerisinde de geçerli olabilmektedir. Uzun zamanlar sonucu ortaya çıkan üst seviye karakterlerin, daha düşük seviye karakterlerden farklı olması için çoğu zaman gerçek parayla *item* alınması lazım gelmektedir. Bu da manevi emeği, maddi emekle birleştirmektedir. Öte yandan oyun içerisine doğrudan para yatırma da ekonomik olarak ele alınmaktadır. Çok daha güçlü olmak ya da daha farklı görünmek için buralara ödemeler yapılabilmektedir. Bu da yine gerçek hayatla oyunların benzerliğini gözler önüne sunmaktadır. İnsanlar genellikle, normal hayatlarında da hoşlarına giden şeyleri satın almaktadırlar. Aynı şekilde daha güçlü olmak için simgesel vb. yatırımlar da yapılabilmektedir. Yine aynı durumu oyun içerisinde görmemiz mümkündür. Bunlarla birlikte oyunlardan para kazanmak da olasıdır. Bu da yine aynı gerçek yaşamdaki olayları görmemize yardımcı olur cinstedir. Ayrıca, borsa ya da benzeri yerlerde de belirli yatırımlar sonucu daha fazlası elde edilmektedir. Daha fazla kazanıldıkça, çok daha fazla yatırımın yapılması da olasıdır. Bu durum yine oyun hesapları için al-sat yapmada önemli görünmektedir. Sonuç olarak, tüketim alışkanlıklarının yine gerçek hayat ve oyunlar arasında birçok açıdan benzediğini, ekonomik ve emeksel bağlar açısından da görmemiz mümkündür. Ekonomik ve emeksel bağlar ile ilgili görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 20. *LoL* Hesap Alım-Satım



(Anka Elo Boost, 2014).

Görsel 21. *Metin2*'de Emek Vermek



(Buyukweb, 2020).

3.1.5. Evlilik Bağı

Toplumu bir arada tutan en önemli bağlardan biri de evliliktir. Evlilik kısaca, iki farklı insanın yeni bir hayat kurması olarak değerlendirilebilir. Burada birçok farklı etken de bulunmaktadır. İki ayrı insan, farklı coğrafyalarda doğmuş ve büyümüş olabilir. Dolayısıyla kişilerin aileleri de farklı kültürleri bir araya getirmede önemli olmaktadır. Bu yüzden evlilik; gerek psikolojik, gerek kültürel, gerek coğrafi, gerekse maddi yönden birçok bileşeni içerebilmektedir (Dedei, 2019).

Çevrimiçi oyunlar içerisinde de evlilik bağını görmemiz mümkündür. Özellikle bu konuyu *Metin2* çatısı altında incelememiz önemlidir. Nasıl ki gerçek hayatta evlilik bağı temel olarak sevgi, saygı ve belirli yerleriyle de ekonomi üzerine inşa edilmektedir, bu durum aynen oyunlar içerisinde de geçerli olmaktadır. Yine aynı şekilde durumun tüketici alışkanlıkları açısından da önemli olabileceğini şimdiden belirtmemiz anlamlıdır.

Gerçek yaşam içerisinde evlilik, bazı durumlarda doğrudan maddiyat ile eşitlenebilmektedir. Çünkü kişilerin, en azından hayatlarını sürdürebilmeleri için belirli miktarda maddi güçleri olması gereklidir. Ya da öte yandan, maddi açıdan çok daha güçlü temellere oturan evlilikleri de görmemiz mümkündür. Dolayısıyla evlilik için tüketim alışkanlıklarının olması kaçınılmazdır. Bu anlayış doğrudan *Metin2* içerisinde de geçerli olmaktadır. Oyunda, iki farklı karakter evlenebilmektedir. Hatta evlilik anlayışı kapsamındaki birçok gerçek şey, oyun içerisinde doğrudan kendini gösterebilmektedir (*Metin2* Bilgisi, 2016). Gerçek hayatta çiçek, smokin, gelinlik, düğün salonu vb. gibi bazı detaylar, evlilik açısından birçoklarınca önemsenebilmektedir. Aynı şekilde oyun içerisinde de bütün bu yapıları görmemiz mümkündür. İki ayrı karakterin evlenebilmesi için gerçek hayatta olduğu gibi oyun içerisinde de evlilik çiçeği, smokin, gelinlik, düğün salonu, belirli bir miktar para vs. olmak zorundadır. Lakin hepsinden daha önemli olan nokta ise iki karakterin arasındaki

sevgidir. Aynı gerçek hayatta olduğu gibi oyun içerisinde de sevgi en önemli etkenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyun içerisinde bu durum "Aşk Puanı" olarak derecelendirilmektedir. Ne yazık ki gerçek hayatımızda, karşımızdaki kişinin bizi ne kadar sevdiğini net bir şekilde görmemiz mümkün değildir. Ama oyun içerisinde bu durum mümkündür. İki karakterin birbirine olan aşkı ve sevgisi belirli ikonlar içerisinde görünebilmektedir. Burada tüketim alışkanlıkları açısından önemli noktalar bizler için ayrı bir değere sahiptir. Gerçek hayatta evlilik için yapılan masraflar, günümüz şartlarında malumdur. Binlerce belki de şartlara göre yüz binlerce lira bu durum için ayrılabilmektedir. Oyun içerisinde de yine oyun parası lazım olmaktadır. Yine gerçek hayatta eşlerin birbirlerine aldıkları pahalı hediyeler bulunabilmektedir. Bu durum oyun içerisinde de aynı şekilde geçerlidir. Ama burada bir fark da vardır. Aşk Puanı belirli seviyelerde bulunmaktadır. Bunun artması için gerçek parayla satılan oyun içi *item*ler de alınabilmektedir. Bu durum doğrudan tüketim alışkanlıklarını ilgilendirmektedir. Gerçek hayatta kadınlar, özellikle de ülkemizdeki kadınlar, erkeklere göre aksesuarlara daha fazla önem vermektedirler. Burada kadınlar açısından kolye, küpe ya da bileziği örnek göstermemiz mümkündür. Oyun içerisinde de bu gibi aksesuarlar bulunmaktadır. "Nesne Market" olarak adlandırılan *Metin2* mağazası, gerçek para karşılığında oyun eşyaları satmaktadır. Burada evlilik için; "Sevgi Bileziği", "Uyum Bileziği", "Sevgi Kolyesi", "Uyum Kolyesi", "Sevgi Küpesi", "Uyum Küpesi" gibi *item*ler çok önemlidir (*Metin2* Wiki, 2016). Buradaki önem, gerçek para karşılığı satılan bu ürünlerin, evlilik için ekstra puan sağlamasının yanı sıra, oyun karakterlerine ekstra güç vermesinden de gelmektedir. Böylelikle oyun karakterleri birçok açıdan da güçlü olabilmektedir. Gücün artmasının yanında alınan zararlar da azalmaktadır. Yani her açıdan olumlu getiriler görünmektedir. Bütün bunlar da gerçek para karşılığında elde edilebilmektedir.

Nihayetinde anlaşılmaktadır ki tüketim alışkanlıkları, gerçek yaşamda ve oyunlarda benzer şekilde seyir gösterebilmektedir. Örneklerde olduğu gibi, aynı gerçek

hayattaki gibi evli çiftler, birbirlerine hediye alabilmektedir. Bu da ekonomik gücü etkin kılmaktadır. Yine oyun içerisindeki ekstra özellikler de para karşılığında elde edilmektedir. Bu da ekonomik gücü olaya dâhil etmektedir. Tüketim alışkanlıkları da bu yüzden burada önemlidir. Gerçek hayatta evlilikler için özel günler, ciddi anlamda önem taşımaktadır. Bu önem, çoğu zaman maddiyatla da eşit sayılabilmektedir. Eşler, birbirlerine pahalı hediyeler alarak sevgilerini aynileştirmek isteyebilmektedirler. Bu da gerçek hayattaki tüketim alışkanlıklarının, evlilik bağı ile de şekillenebileceğini göstermektedir. Öte yandan oyunlar içerisinde de evlilikler için özel günler, önem taşımaktadır. Yine buradaki önem, maddiyatla birebir eşitlenebilmektedir. Pahalı hediyeler burada oyun eşyaları olarak kendini gösterebilmektedir. Çünkü böyle özel günlerde oyunlarda, kampanyalar da yapılmaktadır. Böylelikle sevgiler, bu şekilde ifade edilebilmektedir. Bu da oyunlardaki tüketim alışkanlıklarının, evlilik bağı ile şekillenebileceğini göstermektedir. Aynı gerçek hayatta olduğu gibi burada da özel günler, pahalı hediyelerle kutlanabilmektedir. Bu da nihayetinde tüketim alışkanlıklarının, oyunlarda ve gerçek yaşam içerisinde benzer olabileceğini, evlilik bağı içerisinde ortaya koymaktadır. Evlilik bağı ile ilgili görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 22. *Metin2*'de Evli Çiftler İçin *İtem*ler

Düğün ve Evlilik

Görüntü	İsmi	Bilgi	Ticarete açık mı?	Fiyatı
	Sevgi Bileziği	Eşlerden birinin takmasıyla ikisine de savaşta 3 saat boyunca maksimum %20 daha fazla tecrübe puanı kazandırır.	Hayır	21 EP
	Uyum Bileziği	Eşlerden biri taktığında 3 saat boyunca düşman canavarların eşlere yönelik saldırı gücünü maksimum %15 azaltır.	Hayır	21 EP
	Sevgi Kolyesi	Eşlerden birinin takmasıyla ikisinin de saldırı gücünü savaşta 3 saat boyunca maksimum 40 artırır	Hayır	21 EP
	Uyum Kolyesi	Eşlerden biri taktığında savaşta 3 boyunca ikisinin de savunmasını maksimum 30 artırır.	Hayır	21 EP
	Sevgi Küpesi	Eşlerin biri taktığında, savaşta 3 saat boyunca her ikisinin de kritik vuruş şansını maksimum %8 artırır.	Hayır	21 EP
	Uyum Küpesi	Eşlerden biri taktığında, savaşırken 3 saat boyunca her iki oyuncunun delici isabet şansını maksimum %8 artırır.	Hayır	21 EP

(*Metin2* Wiki, 2016).

Görsel 23. *Metin2*'de Düğün



(Tramontano, 2012).

3.1.6. Gösterişsel Bağ

Gösteri yapmak ya da bir şeyleri diğer insanlara göstermek, çağımızın en büyük özelliklerinden biri olarak görülebilmektedir. İnsanlar, özellikle sosyal medyanın da etkisiyle birlikte maddi varlıklarını ya da sahip olduklarını, sürekli olarak sunma peşindedirler. Böylelikle bu çerçevede yapılan birçok hareket de gösteriyi ortaya çıkarmaktadır. Çünkü gösteri, neredeyse her yerde var olmaktadır (Debord, 2016). Gösteri ise burada, çok geniş anlamlar içerebilmektedir. Gerek medya, gerek üretim ilişkileri, gerekse görselin öne çıkması bu noktada ele alınabilmektedir.

İnsanlar, büyük ekonomik dönüşümlerle birlikte, yaşamlarında da dönüşümler yaşamıştır. Bu yüzden düşünsel sistemin de buradan etkilenmemesi mümkün değildir. Özellikle iletişim teknolojileri ile birlikte gelen *stalklamak*, yani birçok kişinin neler yaptığını gizliden gizliye adım adım takip etmek, toplumda yaygın bir hal almıştır. Bunun farkında olan birçok kişi de "maddi gösteri" olarak değerlendirebileceğimiz

anlayışı, bilinçli bir şekilde uygulamaya başlamıştır. Dolayısıyla özellikle doğrudan para yolu ile yapılan gösteri, git gide yaygın bir hal almıştır.

Gerçek yaşam içerisinde görebildiğimiz ve kökenini farklı şekillerde uzun zaman önce alan gösteri, oyunlar içerisinde de var olabilmektedir. Bugün birçok oyuncu, oyun içerisinde doğrudan etkili olmasa bile sadece görünüşünden dolayı birçok *item*i almayı uygun görebilmektedir. Burada da gösterinin, gösteriş yapmanın etkisi çok büyüktür. Dolayısıyla oyunlarla gösterişsel açıdan bağ kurmak da mümkün görünmektedir. Birçok kişi gerçek yaşamlarında, gösteriş amaçlı olarak, doğrudan tüketim davranışları gerçekleştirebilmektedir (Efendioğlu, 2019: 1). Bu da bizlere gösteri yapmanın ve gösterişin ne kadar da önemli olabileceğini göstermektedir. Çünkü bu alanda sosyal medya da önemli olmaktadır. Ve günümüzde neredeyse hemen herkes sosyal medya kullanıcısıdır. Böylelikle gösterişten kaçmak da zor bir hal almaktadır. Öte yandan radyo ya da televizyon gibi farklı iletişim araçları da bu noktada ayrıca değerlendirilebilmektedir. Çünkü farklı yaş aralıklarına göre farklı iletişim araçlarını kullanmak olasıdır. Nihayetinde de gösteri ve gösteriş bu yüzden hemen her yerde olabilmektedir.

Oyuncular, *LoL* ve *Metin2*'de de gösteri ve gösteriş bakımından bağ ile birlikte olabilmektedirler. Çünkü *LoL*'de alınan birçok kostüm, sadece gösteri ve diğerlerinden farklı olmada önemli olabilmektedir. Yine *Metin2*'de de bazı *item*ler, sadece farklılaşma açısından satın alınabilmektedir. Bütün bu oyun içi eşyalar doğrudan gerçek maddi durumlarla desteklenmektedir. Gerçek yaşam içerisinde kişiler, gereksinimleri olmamasına karşın, gösteriş yapma amacı ile harcamalar yapmaktadırlar. Bu durum tüketim alışkanlıklarının gösteri ile birlikte olabileceğine de kanıttır. Çünkü tüketim davranışının sebebi olarak, gösteri ve gösteriş temelde bulunabilmektedir ve bu durum, toplumumuzda ayrıca bir yere de sahiptir (Bahar, 2014). Dolayısıyla şöyle bir çerçeve sunmak da mümkündür: Tüketim alışkanlıkları, gerçek yaşamda ve oyunlarda benzerlik

gösterebilmektedir. Ve bu durum, gösteri ya da gösteriş perspektifinden de mümkündür. Çünkü insanların gerçek yaşamlarında gerçekleştirdikleri tüketim davranışları, gösteriş temelli olabilmektedir. Aynı durum, birçok zaman oyunlar içerisinde de geçerlidir.

Gösteriş çılgınlığı yemekleri de etkileyebilmektedir (Çınar, 2019). Altın tozuna bulandırılmış birbirinden farklı yiyecek, sadece maddi varlığın gösterisi olarak tüketilebilmektedir. Benzer düşünce yapısı doğrudan *LoL* içerisinde de gösterilebilmektedir (İlbay, 2017). Çok nadir bulunabilen ya da artık satımı durdurulan birçok kostüm için inanılmaz fiyatlar ya da bedeller ödemek mümkün görünmektedir. Bu tüketim davranışlarının da altında yine farklı olma çabası yatmaktadır. Çünkü birçok kostüm bugün değerli olsa da çok önceleri piyasada umursanmamıştır. Bugün farklı olmak ve gösteri yapmak amaçlı olarak bu kostümler tercih edilebilmektedir. Öte yandan altın tozuna bulandırılmış yiyecekler de aynı kategoride ele alınmaktadır. Altın, burada doğrudan maddi gösterişe işaret etmektedir. Dolayısıyla gösteri ve gösteriş tüketimde önemli sayılmaktadır. En nihayetinde de tekrar anlaşılmaktadır ki oyun içerisindeki tüketim alışkanlıkları ya da gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları, gösterişsel açıdan da benzeyebilmektedir. Gösterişsel bağ ile ilgili görseller aşağıdaki gibidir:

Görsel 24. *Metin2*'de Gösteriş



(Turkmmo, 2016).

Görsel 25. *LoL*'deki En Havalı Kostümlerden Biri



(MobaTr, 2017).

3.2. Çevrimiçi Oyunlarla Etkileşim ve Oyun İçerisinde Harcamalar

3.2.1. Oyunların Oynanmasında Etkili Olan Unsurlar

Bu kısımda oyuncuların, *Metin2* ve *LoL*'ü hangi amaçlarla ve nedenlerle oynadıkları oyuncuların kendi görüşleriyle birlikte aktarılmıştır. Bununla birlikte bütün bu görüşler, araştırma sorusu çerçevesinde yorumlanmış ve genel temaya açıklayıcı olacak nitelikte değerlendirilmiştir. Tüketim davranışlarının gerçek hayatta ve oyun içerisindeki ilişkisini anlayabilmek için kişilerin bu oyunları neden oynadıklarını bilmek önemlidir. Bu nedenle ki oyunlara verilen değer, kişilerle oyunlar arasında belirli köprüleri kurmaya yardımcı nitelik oluşturabilmektedir.

Oyuncular bu oyunları genel olarak stres atma, zevk alma, ticari işlemler gerçekleştirme, güzel ve iyi zaman geçirerek zamanı değerlendirme gibi sebeplerle oynadıklarını söylemektedirler. Dolayısıyla kişiler, bu oyunları oynayarak aslında tamamen boş durmamaktadırlar. Oyunları oynayanlar ya içinde bulundukları istenmeyen durumlardan uzaklaşma ya da var olan durumu daha kaliteli hale getirme amacıyla oyunlara yönelmektedirler. Ayrıca ortaya çıkan bu durumla birlikte Bae, Koo ve Mattila (2016) tarafından ele alınan çalışmanın benzer sonuçlarına ulaşıldığını da belirtmek mümkündür. Aynı şekilde araştırmacılar, stres atmak ve zevk almanın oyun oynamada önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bu doğrultuda literatürle benzer noktaların yakalandığını söylemek de olasıdır.

> Gerçek dünya dışındaki bir dünyaya geçtikleri için, yani sanal âlemde kendilerini mutlu hissettikleri için, o âlemde sıkıntılarını, dertlerini unuttukları için, o karakterlerle kendilerini bağdaştırdıkları için ve maddi açıdan iyi bir noktaya gelmek için, para kazanmak için bu oyunları oynarlar. Ve bu âlemde farklı insanlarla tanışmak gibi bir amaçları vardır insanların bu oyunları oynamakta. Yani kendilerini geliştirirler, başka insanlarla tanışırlar, oradaki karakterler hayal ürünü olduğu için dünyada yapamadıkları şeyleri sanal âlemde yapabildikleri için bu oyunlara bağlanırlar. Ve diğer yandan, diğer yandan insanlardan tamamen uzaklaşmak için… (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi şahsi açıdan *Metin2* ve *LoL*'ü şu şekilde oynuyorum. Hani bana zevk verdiği için oynuyorum hani oynadığımda, oyundan hani hissiyat gibi şey oluyor ne derler böyle, oyun oynadığımda bir yere çıkmak için çabaladığım zaman bu benim hoşuma gidiyor. Hani bir hedefim var. O hedefe ulaşmak benim için çok önemli mesela. Hani bu rank (lig, derece) sistemi var *LoL*'de ve bunlara çıkmak benim için bir başarı. O yüzden oynuyorum yani. Amaç olarak böyle diyebiliriz, amacım o yani yükselmek oyunda olabildiğince. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Genellikle boş zamanlarını değerlendirmek için oynuyoruz. Güzel vakit geçirebilmek için, tabii bir süre sonra da alışkanlık haline dönüyor. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

> Okul stresi vardı ilk başladığım sıralarda. Okulda çok vakit geçiriyordum ve okul sıkıcı geliyordu. Eve gitmeyi iple çekiyordum. *Metin2* ve *LoL*'e başlamamın daha doğrusu ben daha çok *Metin2* oynadım *LoL* de oynadım da *LoL* o kadar uzun süre değil. Arkadaşlarımızla giriyorduk grup, loncamız vardı o zamanlar. Lonca savaşları falan yapıyorduk çok güzel zaman geçiriyordum ve stres atıyordum. Girme amacım buydu. Ayrıca al-sat ve ticari sebeplerden dolayı oynayan arkadaşlarım da vardı. Hesap kasıyorlardı ya da *item* dizip satıyorlardı. Gerçek hayatta hani sanal para değil de gerçek parayla. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

> Evet, ben bunun en çok insanların boş zamanlarını değerlendirmede, canlarının sıkıldığı zamanları oynayarak geçirdiklerini düşünüyorum. Ben şahsen kendi adıma boş zamanlarımda, çoğunlukla bilgisayarda vakit geçirdiğim zamanlarda bu tarz oyunlarla vakit geçirmekteyim. İnsanlar açısından bakacak olursak insanlar çok fazla yapacak şeyler bulamadıklarında, genelde evde olan insanlardan bahsedelim, onların adına, bu tarz oyunlarla vakit öldürüyorlar. Benim eğlence anlayışım bu. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular ayrıca yeni kişilerle tanışarak, arkadaş edinme açısından da bu oyunları oynadıklarını dile getirmektedirler. Ayrıca aile ortamı ya da kişilerin bir araya gelmesinin önemli olduğu da bildirilmiştir. Böylelikle oyuncular bu tarz farklı sebeplerle de oyunları tercih etmişlerdir. Taydaş ve Karakoç (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da oyuncuların sosyalleşme istekleri ön planda çıkmıştır. Dolayısıyla oyuncuların doğrudan ifade ettikleri veriler, literatürdekilerle bu noktada örtüşebilmektedir. Oyun oynamadaki en önemli noktalardan biri bu yüzden sosyalleşme ve arkadaşlıklar kurma üzerinedir.

> *Metin2* ve *LoL*'ü oynama sebebim genellikle vakit harcamak veya rahatlamak amacıyla. Çünkü okul hayatı, özellikle Türkiye açısından okul hayatı, bazen yorabiliyor veya bir şeyden canın sıkkın olabiliyor. Onlardan

dolayı oyunlara yani *LoL* ve *Metin2*'yi oynamak diyeyim. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

İnsanlar genellikle hayatın stresinden uzaklaşmak için ve kendi hayatındaki çoğu zorluğu atlatamayıp daha doğrusu atlatmaya çalışıp bunun yüzünden stres altında kaldığı için stres atmak amaçlı oynuyorlar. Ayrıyeten bu oyunları oynarken de tam olarak bu istenmese de istenilen olmasa da stres atmak yerine arkadaş edinme ya da çevreyi genişletme gibi şeyler de. İnsanların çoğu genel itibarıyla oyun oynarken kendilerine arkadaş bulma açısından kendi hayatlarında, yanlarında da kendi streslerini azaltabileceği insanlar arıyorlar. Bu yüzden çoğu insan *Metin2* ve *LoL*'ü oynarken arkadaş edinme, hayatın stresinden bir nevi kurtulma amaçlı oynuyor. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Şu anda genel olarak oynanan oyun *Metin2* ve *LoL*, *Metin2*'ye göre daha çok oynanıyor, sen de biliyorsundur bunu. Eskiden *Metin2*'de bir aile ortamı vardı hala var *LoL*'de de var şu anda. İnsanlar gruplaşarak oynuyor, şey yaparak oynuyor. Nasıl hayatımızda kıyafet alıyorsak falan bir mutlu oluyoruz bir şey olduğunda hediye alınca falan mutlu oluyoruz. Bunda da atıyorum, ne diyeyim hediye kutu açtığımızda falan önemli bir şey çıkıyor atıyorum onda da mutlu oluyoruz. Bu da hayatımızda bir yer ediniyor. Bence bu oyun farklı bir şey. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

Şimdi *Metin2*'yi oynuyorum. Ama *LoL*'ü de oynuyorum ki *LoL*'den daha fazla zevk alıyorum. Şimdi okuldaki dersler, yoğunluğu ve can sıkıntısı arkadaşlarınızla sıkıntınızı atabileceğiniz bir platform olduğunu düşünüyorum. Level atladıkça oyun daha çok zevk vermeye başlıyor ve canınızın sıkıntılığını götürüyor. Benim açımdan bu sebepten dolayı oyun oynuyorum, başka sebeplerden oynayanlar da var mesela e-sporcular mesela hani kariyer olarak oynayanlar da var. Ve zevk almak için oynayanlar da var böyle düşünüyorum. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular *Metin2* olsun ben kendi açımdan ya da *LoL* oyununu amaçlarından en büyüğü vakit geçirmektir. Bir de güzel vakit geçirmektir yani o oyunu oynadığım zaman dış dünya ile bağlantıyı kesiyorum, çok güzel bir vakit geçiriyorum. Ben kendi açımdan bu yorumu yapabilirim. Diğer oyuncuların da öyle olduğunu düşünüyorum. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular ifade ettikleri şekilde ağırlıklı olarak stresten kurtulma ve yeni kişilerle tanışıp, güzel vakit geçirme amaçlı olarak bu oyunlara yönelmektedir. Öte yandan oyunlardan elde edilen bu durumun kişileri rahatlattığı ya da birçok yönden olumlu sonuçlar verdiği de kişilerin görüşlerinden anlaşılmaktadır.

Yani günlük hayatta yaşadığı sıkıntı, stresi atmak için bu oyuna giriyorlar. Hani arkadaşlarıyla iyi vakit geçirmek için girebilirler mesela ben günlük hayatımda yaşadığım sorunları atlatmak için bu oyunu oynamayı tercih

ediyorum. Benim için nasıl diyeyim eğlenme amaçlı yani, eğlenme noktası gibi bir şey. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Öncelikle *Metin2*'den başlayayım. *Metin2* bir MMORPG çok oyunculu bir rol yapma oyunu. Genellikle online kişilerle oynanan bir oyun, büyük bir toplum kitlesi var. Ben de bir eski bir oyuncusu olduğumdan dolayı biliyorum. Genellikle iki farklı bunun türü var zaten normal ve RPG olarak biri "rol play game" diğeri "massively multiplayer" multiplayer zaten bildiğimiz gibi çok oyunculu çevrimiçi oyunlar. Rol play ise rol yapma olarak anlamlandırılmaktadır. *LoL* ise genellikle çoğu kişinin vakti boş olduğunda eğlencesine oynamak için oynanan bir oyun. İster tek başına ister botlara karşı savaşma yapabilen bir oyun. Dereceli sistemi de var tek başına oynamalı bir sistem de var. Ya hikâyeye dayalı bir oyun kendisi *LoL*. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Şimdi ben kendi açımdan bakarsam ya bu oyuna para yatırıyoruz sonuçta. Belli bir miktar para karşılığında bazı insanlarla tanışıp hani arkadaşlık kurup onlara satabiliriz. Oradan belli bir miktar para kazanabiliriz. Bu oyunu bu şekilde oynayanlar da var, zaman geçirmek için oynayanlar da oluyor. Ya mesela günlerini harcıyorlar, saatlerini harcıyorlar. Bu oyunda belli bir seviyeye gelmek için oynuyorlar. Ben maddi, manevi açıdan yani birçok teklif geliyor oyunlar için. O şekilde oynayanlardanım ben ya para karşılığı birkaç bir şey yatırıp hani belli bir miktar para yatırıp belli bir miktar karşılığında da oyunları satabiliyorum. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Ben buna şu şekilde cevap verebilirim, bence insanların psikolojik olarak sıkıntıları olduğundan dolayı oynuyor olabilirler. Vakit geçirmek amaçlı olduğunu düşünüyorum ve yani öyle söyleyebilirim. Ya insanlar sıkılıyor yani gündelik hayatlarında yapamadıklarını oyun içinde yapmaya çalışıyorlar. Mesela bu duygular falan da bence etkiliyor bunu çünkü ben kendimden örnek vereyim, okul zamanında birilerine sinir olduğum zaman falan burada oyundan çıkartmaya çalışıyorum, eğlenmeye çalışıyorum, kafa dağıtmaya çalışıyorum ve yani şöyle söyleyeyim yararı oluyor. Bence diğer insanlar da bu bundan dolayı oynuyor olabilirler. Ben bu şekilde düşünüyorum. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Öncelikle ben *Metin2* ve *LoL*'e evde vakit geçirmek amacıyla biraz da sağda solda gördüğüm reklamların merakı ile başlamıştım. Yani evde çok fazla vakit geçirme şansı bulduğum zaman daha doğrusu hani dışarıya çıkmak istemediğim zaman ya da evde keyifli vakit geçirmek istediğim zaman bu oyunlara yönelmiştim. Sonrasında oyunlarda keyifli vakit geçirdiğimi fark ettim. *Metin2*'de olsun aynı şekilde *LoL*'de de olsun. Bir süre sonra sadece oyun olarak görmedim onları bir şeyler için mücadele ettim iyi bir yerlere gelmek için oyunlarda aynı şekilde çaba gösterdim. Bunun zaman zaman karşılığını almak beni daha çok oyunlara bağladı. Özellikle oyun içinde ticaretin yapılması gerçek günlük hayatımda örnek verecek olursam ben çok ticaretten anlayan bir insan değilim. Ama oyun içerisinde ticareti geliştirmeye başlamakla, insanlarla diyalog kurmaya çalıştıkça ya da işte ürünlerin fiyat bilgisini vesaire takip etmeye başladıkça bunların bana etkisi olduğunu gördüm. Yine aynı şekilde arkadaş çevremle birlikte dışarıya

> çıkmak için paramız ya da vaktimiz olmadığında yine oyunda birlikte vakit geçirmek... Bunlarla bir şeyler paylaşmak güzel olduğu için oyunlara devam ettim. Oynamaya başladım hala da oynuyorum. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Görüşlerini bildiren oyuncular yine baskın olarak sosyalleşme, yeni arkadaşlıklar kurma, stres atma ve zevk alma üzerine yoğunlaşmış bulunmaktadırlar. Bu da birçok açıdan daha önce ortaya çıkan bulguları destekler niteliktedir.

> Şöyle diyeyim. *Metin2* ve *LoL* oynandığında, ya bence zevk almak, ya arkadaşlıklar, yeni arkadaşlıklar kurmak, stres atmak, biraz hayatın sıkıntısından diyeyim uzaklaşmak bence. O anlamda diye düşünüyorum. İnsan biraz gerçekten rahatlıyor oyunda mesela şöyle bir şey anlatmak istiyorum, bir kızgınsınız bir şeye moraliniz bozuktur. Ama oynadığınız zaman o kafanız dağılıyor onu düşünmüyorsunuz o anda o stres o sıkıntı gidiyor. Kendinizi oyuna veriyorsunuz. Arkadaşlarınızla sohbet ediyorsunuz, güzel bir şey. Ya bu oyun gerçekten de insanları biraz, gerçek hayattan gerçek şeylerden koparıyor, sizi daha güzel yerlere götürüyor. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

> Birincisi ben de *LoL* oynuyorum. Şahsen arkadaş edinmek için başlamıştım bu oyuna. Aynı zamanda boş vaktimizi eğlenerek geçirmek istiyoruz bu yüzden oynuyoruz. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Bence genel olarak insanların bunu oynama sebepleri daha çok vakit geçirmek, zaman öldürmek ve yeni insanlarla iletişim kurmak olabilir. Toplumun ya da kişilerin genel olarak oynama sebepleri bu olsa da benim açımdan soracak olursanız ben de daha çok diğer insanlar gibi zaman geçirmek, zaman öldürmek, yeni insanlarla tanışıp, çevremi genişletmek amaçlı oynuyorum diyebiliriz. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

> Günün stresini zaten yaşam tarzımız ve hayatımız gayet yorucu ve meşgul edici. Günün stres ve yorgunluğunu atmak için. Günün yorgunluğunu ve stresini atmak için ayrıca da oyun oynamak keyif verdiği için. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

> Bence en önemli amaç günlük hayatımızda bu kadar kolay sosyalleşemeyebiliyoruz oyundaki kadar. Ama oyunda kendimiz gibi görünmüyoruz. Seçtiğimiz karakterler, özelleştirdiğimiz karakterler var hem görünüşünü hem özelliklerini. O yüzden bence oyun, bu tip oyunlar bu sebeple insanları kendilerine çekiyor ve insanlar günlük hayatlarında sosyalleşemiyorlar oyunda sosyalleşmek istiyorlar. Ben de öyle hem yeni bir ortam, yeni bir çevre edinmek için giriyordum hem de o oyunu oynamak, boş vaktimi iyi değerlendirmemi sağlıyordu. O yüzden bu tip oyunları oynuyordum. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

Birçok oyuncunun kendi ifadelerinden de anlaşıldığı üzere *Metin2* ve *LoL* birbirinden farklı sebeplerle oynanıyor olabilmektedir. Böylelikle kişiler, oyunların oynama sebepleri ile birlikte yine birçok farklı perspektiften oyunlarla bir araya gelebilmektedir. Araştırma sorusunda temel olarak merak edilen kısım olan, gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları ve oyunlardaki tüketim alışkanlıkları arasındaki ilişki de bu temeller üzerine dayandırılabilmektedir. Çünkü oyuncular, gerçek yaşamlarındaki olayları bu oyunlar içerisinde farklı yönlere çekebilmekte ya da tamamen farklı bir noktaya evirebilmektedir. Böylelikle de oyunların oynanma sebepleri ve amaçları, temel olarak doğrudan ya da dolaylı bir şekilde oyuncuların hayatları ile özdeşleşebilmekte ve bu durum da tüketim alışkanlıkları kategorisinde değerlendirilebilmektedir. Çünkü stres atmak, daha iyi bir eğlence ortamına kavuşmak ya da oyunlardaki ekstra özellikleri elde etmek belirli ücretler karşılığında olabilmektedir.

Bütün bu cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde ise bazı başlıkları sıralamamız mümkündür. Oyuncular genel olarak *Metin2* ve *LoL*'ü şu sebeplerle oynamaktadırlar:

- ✓ Boş Zamanı Değerlendirmek
- ✓ Stres ve Sıkıntıdan Kurtulmak
- ✓ Daha İyi Zaman Geçirmek ve Eğlenmek
- ✓ Para Kazanmak ve Ticaret Yapmak
- ✓ Yeni Kişilerle Tanışmak ve Sosyalleşmek
- ✓ Normal Hayatta Yapılamayan Şeylerin Oyunlarda Yapılma İsteği

Şekil 1. Oyuncuların *Metin2* ve *LoL*'ü Oynama Sebepleri



3.2.2. Oyunlar ve Gündelik Yaşam Arasındaki Çok Yönlü İlişkiler

Bu kısımda oyunların, gerçek yaşam ile hangi açılardan birlikte olabileceği değerlendirilmektedir. Oyuncuların kendi görüşleri ile birlikte gerekli değerlendirmeler, araştırma sorusu çerçevesinde yapılmış, bunun zeminini de yine görüşmedeki sorular hazırlamıştır. Araştırma sorusunun temel aldığı gerçek ve sanal tüketim ilişkilerinin çevrimiçi oyunlardaki tezahürünü daha iyi anlayabilmek için, kişilerin, bu oyunlarla arasındaki ilişkiyi bilmemiz önem taşımaktadır. Birçok farklı şekilde ortaya çıkan bağ durumunun, temel olarak, kişileri oyunlara daha da yakınlaştırmış olduğu ve bunun da doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim alışkanlıklarına yansımış olduğu belirtilebilmektedir. Genel olarak üç alt başlıkta incelenen bu bölüm; oyun karakterleri ve kişilerin bağına, oyuncuların oyun içi ve yer yer oyun dışı kurdukları ilişkiler neticesinde ortaya çıkan bağa ve oyun ortamının doğrudan yaşama dair etkisinin sonucunda ortaya çıkan bağa değinmiştir. En nihayetinde gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıklarının, çevrimiçi oyunlardaki tüketim alışkanlıklarıyla nasıl bir ilişki içerisinde olduğu gözler önüne serilmek istenmiştir.

3.2.2.1. Oyun Karakterleri ve Oyuncular Arasındaki Etkileşimler

Oyuncular, *Metin2* ya da *LoL* karakterleri ile birçok açıdan bağ kurabilmektedirler. Gerek psikolojik olarak, gerek eğlenme amaçlı olarak, gerekse ticari sebeplerden ötürü olarak bu durum gerçekleşebilmektedir. Böylelikle oyuncuların, oyun karakterleri ile arasında birçok sebeple de olsa farklı açılardan köprüler kurulabilmektedir. Tüm bunlar, oyuncuların gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıklarının, oyunlar içerisinde nasıl bir ilişkiye girdiğini de gösterebilmektedir.

Oyuncular, oyun karakterleriyle kendileri arasında genel olarak yakınlık hissetmektedirler. Literatürde benzer sonuçlara Sabah (2016), yapmış olduğu çalışmayla ulaşabilmiştir. Burada da oyuncuların, oyun karakterleriyle arasındaki bağın ve etkileşimlerin sıkılığına vurgu yapılmıştır. Katılımcıların görüşlerinden de anlaşılacağı gibi bu yakınlık, oyuncuların kendi kişisel yapılarının oyun içerisinde de gösterilme çabasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla genel olarak mutlu olmak ve kendini gerçekten ifade edebilmek için özdeşleşme gerçekleşebilmektedir. Ayrıca oyun içerisinde sanki gerçek hayattaymış gibi birçok şey de yapıldığı için oyuncular, karakterleri doğrudan kendileri olarak anımsayabilmektedirler. Öte yandan temel olarak oyuncuların kişilik yapıları da oyun içerisinde gerçeğe en yakın şekilde temsil edilmek istenmektedir.

> Kişiler *Metin2* ve *LoL* karakterleri ile kendilerini bağdaştırırlar. Ve hani o karakterleri kendileri yönlendirirler. Ve hani şöyle bir şey vardır, sadece *Metin2*, *LoL* için değil diğer oyunlarda da insanlar kendilerini o karakterlere kaptırırlar. Mesela bir strateji veya savaş oyunudur bu. Kişi o silahı eline aldığında veya oyunlarda, savaş oyunlarında o karşısındaki kişi kendi vuruyormuş gibi hisseder. Kendi kontrol ettiği için bundan mutluluk duyar mesela. *Metin2*'de mesela elinize kılıç aldığınızda, o kılıcı kendiniz kullanıyormuşsunuz gibi yani kendi gücünüzü ortaya koyuyormuşsunuz gibi bir etki veriyor ya. O yönden insanlar bu tür oyunları… Dolayısıyla insanlar *Metin2* ve *LoL*'de normal hayatta yapamadıkları şeyi, yapabildikleri için o karakterlerle kendilerini bağdaştırdıkları için oynuyorlar. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Kişisel karakterim olarak hani main (en iyi oynanan) herolarımız var. *Metin2*'de de *LoL*'de de. Hani *Metin2*'de oynarken mesela benim savaşçım vardı. Ben o savaşçıya işte artı dokuz basarım veyahut da silahlarımı güçlendiririm, zırhlarımı güçlendiririm. Hani bunlar bu şekilde devam eder. Kendi açımdan işte *LoL*'de de mesela şey olur, mainlediğimiz herolar olur. O herolarda da ne derler, ya bize hitap eden herolar olur hani ben gerçek yaşamımda da mesela diyelim ben Yasuo'yu mainlediysem Yasuo'yla ilgili mesela çoğu eşyam Yasuo'yla ilgilidir. Hani o şekilde devam eder. Yani hayatıma da katarım yani. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Karakterler de herkes kendi karakterlerine uygun, yapısına uygun olan heroları seçmekte. Yani diyelim bir karakter saklanıp gizlenerekten mesela savaşıyorsa, genelde strateji ve savaş oyunu olduğundan dolayı, kimisi de direkt savaşmayı tercih ediyor. Göğüs göğüse çarpışmak gibi mesela normalde kaçmak için bazı şeyler var. Ben onları mesela kullanmıyorum, normal hayatımda da hiç kaçmam. Hani bunun gibi herkes kendi karakterini bazen oyundaki herolara da yansıtabiliyor. Ya da kendisine uygun heroları seçiyor olabilir. Çünkü yüzlerce karakter varken içinden birkaç tanesini özellikle oynamak istiyor insan. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

> Ben *Metin2*'de suracıydım. Surayı çok seviyordum. Surayı sevmemdeki amaç her türlü isteği karşılıyordu, dört dörtlüktü. Hem kalkanı vardı mükemmel bir savunmaydı hem de saldırı gücü fazlaydı. Saldırı gücü ve savunması fazla olduğu için hani her şeyi dört dörtlük yaptığı için hemen hemen bana hitap ediyordu. Ayrıca sura kullanmamdaki amaç ben bir oyunu oynarken her şeyin en iyisi olmayı yani dört dörtlük olmayı düşünüyordum. Çünkü içimde kalıyordu hani daha iyisini yapabilirim diye. Surada hem savunma ve hem saldırı olduğu için tamamıyla bana göre yapılmış bir karakter gibi hero gibi geliyordu. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

> Evet, bence karakter bir kişinin kendiyle en çok özdeşleştirdiği şeydir, mesela oyunda bir karakter seçiyor birisi seçtiği o karakterde oyunda sürekli tercih ediyordur. Bu onun aslında bir açıdan olmak istediği oyundaki kişiliğini göstermektedir. Ve bundan hoşlanmaktadır yani. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular, kendi karakterleri ile oyun karakterleri arasında psikolojik olarak da birçok açıdan bağ kurabilmektedirler. Oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı gibi, kendilerini gerçek yaşamlarındaki gibi oyun içerisinde ifade etmek istemektedirler. Gerek destekleyici yapılar, gerek saldırgan ve öne çıkan yapılar, gerekse sakin kalan yapılar buralarda kendini göstermektedir. Özellikle duygusal açıdan olumlu ya da olumsuz durumlar, buralarda oyuncular ve karakterler arasındaki bağda kendini gösterebilmektedir. Literatürde ise Yiğitoğlu (2018) ele almış olduğu tez çalışmasında aynı noktaya vurgu yapmıştır. Duygusal olarak oyuncuların, oyun karakterleri ile

etkileşime girebileceği belirtilmiştir. Bu yüzden duygusal bağların önemli olabileceği, önceki çalışmalarla birlikte desteklenebilmektedir.

> Oyuncular arasında bu bana göre değişiklik gösteriyor. Ben de bir ara bakmıştım. Oyuncular *LoL* ve *Metin2* karakterlerinin anlamı değişebiliyor. Bazıları direktman manyaklık derecesinde olabiliyor. *Metin2* kendi karakterini özelleştirdiği için bazen o karaktere öyle bir bağlıyorlar ki kendilerine ne yapacağını tahmin bile edemezsiniz… Düşünüyorum. Şey ifade ettiğim kısım, *Metin2*'de ona laf attığınızda size katı bir şekilde karşı çıkabilir, direktman şey yapar… Kendimden örnek vermem gerekirse, *LoL* karakterlerindeki Neeko benim bağlı olduğum bir karakter. Sebebini kendim de çözemesem de hani *LoL*'ün zaten birçok karakteri şey, kişilik karakterlerinden veya da yazarların oluşturduğu. Bazen ister istemez o karakterler bağ kurabiliyor karakterler veya kişiler. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> İnsanlar genel itibarıyla oyun oynarken firmaların kendi yaptıkları ve daha çok satılmasını sağlayan level sistemleri, insanların daha çok oyuna tutunmasını sağlıyorlar. Yeni skinler olsun, yeni etkinlikler olsun, updateler (oyun içi güncellemeler) olsun insanların daha çok oyuna bağlanmasını ve kendilerince bir manipülasyon oluşturmalarını sağlıyorlar. Çoğu firmanın yaptığı gibi de *Metin2* ve *LoL*'de de skin (karakterlerin farklı kostümleri) oluşturma yeni updateler yeni güncellemeler yeni gelen oyun *item*leri yeni gelen oynayış tarzlarıyla tekrardan insanları kendilerine bağlamayı başarabiliyorlar. Ayrıyeten başkalarına da destekte oynayarak diğer insanlarla birlikte oynamaya pek fazla alışık değilim. Destek oynamak yerine daha çok böyle mid lanede ya da top lanede oynayarak oyunu domine etme amaçlı, oyuna hâkim olma çabası bende daha çok var oluyor. Oyun oynarken de genel itibarıyla kendime özel seçtiğim bazı karakterlerle oynuyorum. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Atıyorum, *LoL*'de beş tane main var. Solo (üst koridor), mid (orta koridor), jungle (orman) ve adc (alt koridor saldırı gücü) ve support (destek) var. Supportta daha çok savunmayı seven insanlar kendi karakterine göre oynayan bir insanlar var. Midde daha çok kill (şampiyon öldürme) almayı seven atak yönü yani kendi karakterine göre bağdaştıran kişiler oynuyor. Soloda da aynı şekilde tank (savunması fazla olan oyun karakterleri) hem savunma hem de atak şeklinde, adcde de menzil savunması yani keskin nişancı gibi bir şeyler oluyor. Bunda da *Metin2*'de de savaşçı, ninja, sura gibi şeyler var. Onlar da kendi karakterine göre alıyor yani… Kesinlikle bence kendi karakterine göre kişiler de oyunlarda ona göre karakterini seçiyor. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi *LoL*'den örnek vereceğim. Mesela oyunda destek karakteri, orta karakteri mesela solo veya adc şimdi her karakterin kendine özgü bir yapması gereken bir görev var. Şimdi sen destek olarak oynadığın zaman adcni yapmak gerekiyor. Yani ona yardımcı olman gerek mesela killleri kendine almaman gerekiyor adam öldürmeleri ona salman gerekiyor. İşte öyle bir şey var. Şimdi oynadığın karakterin repliği de önemli hani oyuna böyle hayat veriyor gibi. Seni mutlu eden bir karakter olması gerekiyor. Veya şimdi Kled mesela örnek vereyim Kled'den. Kled'in replikleri hoşuma

> gidiyor baya. Böyle komik bir karakter ve çılgın bir karakter. Mesela onunla oynamak da zevk veriyor bana… Kendime daha yakın görüyorum şimdi herkesin oynadığı karakterler farklı. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi benim için bu karakteri aldım ben hoşuma giden karakterle oynadığım zaman bazen insan ister istemez kendini onun yerine koyuyor ve iyi bir hareket yaptığında mutluluk, mutluluk verici hissediyor kendini ve oyuna daha çok kaptırıyor kendini. Ben böyle düşünüyorum. Mesela *LoL*'den bir örnek vereyim ben sup oynadığımda, bunu bir kişi orada takım arkadaşımın ölmesini engellediğimde çok mutlu oluyorum. Kendimi o kahramanın yerine koyup ne bileyim kendimi yani bir şey kurtarmış gibi, bir oyunu tamamen kurtarmış gibi hissediyorum. Çok güzel oluyor bu beni motive ediyor, ayrıyeten bir motive ediyor… Evet, aynen bağ kuruyorum yani ben şimdi onu burada klavyenin mesela başındayım ya orada olduğum zaman oyunu kurtardığım zaman orada zaten o bağı kurmuş oluyorsun beyinsel olarak sen osun yani. Orada o karakteri kurtarıp gerçek bir şeyin içindeymiş gibi ben orada sanki gerçekten bir mücadelenin içindeyim ve takım arkadaşıma faydalı olduğum zaman bu beni ayrıyeten bir üst düzeyde motive ediyor… Bir hata yaptığımda da ayrıyeten yani üzülüyorum. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların ifadelerinden tekrar tekrar anlaşıldığı gibi oyun karakterleri, çoğu zaman tesadüfi olarak yapılan seçimler değildir. Oyuncular kendi karakterleriyle aralarında farklı türlerden bir bağ kurmaktadırlar. Bazen de kendi ruh halleri ve o anki durumları gereği oyuna o şekilde kendilerini yansıtmak istemektedirler. Özellikle istek ve hırsların da burada etkili olduğu görülmektedir. Bütün bunların yanı sıra, oyuncuların, kendi fiziksel özellikleri doğrultusunda karakterleri tercih edebildikleri de ortaya çıkmıştır.

> Bu nasıl diyeyim size bu gerçek hayattaki mesela sana biri ismiyle hitap ediyorsa oyunda da öyle. Mesela sen o isimle tanınıyorsun. Bilmem ne bilmem ne durumu mesela, seninle alışveriş yapmak istiyor *item* alacak. Diyor ki mesela Ares, Ares sende bu eşya var mı, sen de diyorsun var veya yok. Yani seni bu isimle tanıdıkları için o isimle geliyorlar sana gerçek hayattaki gibi. Ayrıca ben *Metin2*'de genelde savaşçı seçerim neden çünkü bana güçlü gözüküyor. Ben de güç sevdiğim için savaşçıyı seçiyorum ama eğer taktiksel bir şey isteseydim sura veya ninja seçebilirim. Ama biraz güce düşkün olduğum doğrudur… E tabii ki mesela ben Irelia şampiyonunu çok severim çünkü oynaması kolay ve yani kullanışlı bir şampiyon. Hasarı da çok dediğim gibi gene güce önem veririm ben öyle yani. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> *Metin2*'de toplam olarak dört veya beş tane karakter bulunmakta. Savaşçı, ninja, sura, şaman ve yeni bir çıkan karakter ile lycan yani kurt olmakta. *LoL*'de ise sınırsız bir şekilde herolar var. Master Yi işte Karma, ondan

sonra Talon işte Nautilus gibi şey herolar var. *Metin2*'de bu olağan hero bazından düşünürsek rol olarak *Metin2*'deki savaşçı, ninja belli bir karakterde belli bir hikâyesi olmayan sadece sırf savaşa MMORPG'ye dayalı bir sistem, farma (canavarları kesip kara kazanmak) dayalı. *LoL*'de ise tüm heroların belli başlı bir hikâyeleri var ona göre ilerleyen bir şeyleridir, karakterleridir… Bazen kısmi olarak evet bağ kurabiliyoruz… Genellikle *Metin2*'deki işte karakterler savaşçı, şaman, ninja, sura olsun savaşçı zaten aktarılan ilk olarak zaten direk savaşan bir karakter. Ninja ise gizli korunma gibi Japonlardaki ninja samuraylar gibi düşünebiliriz kısaca. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Metin2 şimdi ben hareketli bir insan olduğum için orada ninjayı seçtim ninja karakteriyle oynadım. Bir miktar para yatırdım oyuna mesela on lira yirmi lira. O şekilde bir para yatırdım. Hesabımı güçlendirdim içindeki karakter güçlendi. Birçok arkadaş çevrem oldu yani hesabımı isteyenler de oldu. Belli bir miktar karşılığında da ben de bu hesabı onlara verdim… Yani ninja haraketli bir karakter. Yani skillleri (karakter becerisi) olsun oradaki savaşma şekli olsun hareketli olduğu için ben ninjayı kullandım bu oyunda. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Yani ben bu soruya şu şekilde cevap verebilirim ben kendimin lideristik özelliğim olduğunu düşünüyorum. O yüzden solo ya da jungle falan oynamayı daha çok seviyorum çünkü jungleda diğer takım arkadaşlarıma yardım ederek bir galibiyet elde ediyoruz. Bu da beni mutlu ediyor. Sonuçta koordinasyonu falan sağladığım için jungle oynuyorum, normalde taşıyacaksam takımımı solo oynamayı tercih ederim. Bu soruya da bu şekilde cevap vermek istiyorum. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Benim için sadece bir karakter değil onlar. Ben oynadığım tüm oyunlardan hani *Metin2* ve *LoL* harici olsun diğer bu iki oyun olsun karakterlerle kendimi hep bağdaşlaştırdım. Mesela günlük hayatımda nasıl biriysem oyun karakterlerimde de onu yansıtmaya çalıştım. Eğer kendimi güçlü bir yapıda hissediyorsam eğer oyunlarda daha çok işte oyuna hâkimiyet kurabileceğim alanlarda midde oynadım. Ya da destek olmak istiyorsam eğer daha çok support dediğimiz destek oyuncu rolüne büründüm. Tamamen ruh halime ve kendimi nerede görmek istediğim ile alakalı olarak değişen bir konu. Yine aynı şekilde *Metin2*'de de öyle. Dört farklı karakter yapısı varken mesela ben büyücü karakterle oynamayı daha çok sevdim. Kendime daha yakın bulduğum için ona yönelmiştim. Ama arkadaşlarımla birlikte oynadıktan sonra onların ihtiyacı olduğunu düşündüğüm yerlerde şaman karakteri ile onlara destek de oldum. Yani tamamen o benim nasıl hissettiğim ya da hangi rolde oynamak istediğim ile alakalı bir şey… Tabii ama benim için karakterden öte şeyler bunlar yani. Kendimle bağdaşlaştırdım. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Birçok oyuncunun tekrar belirttiği gibi oyun karakterleri ve oyuncular arasında sanki gerçekmişçesine bir bağ kurulabilmektedir. Oyuncular, kendi karakter ve yapılarını olabildiğince oyunlara yansıtmaya çalışmakta ve o yönde mücadele

vermektedir. Diğer yandan her ne kadar sanal bir ortam bulunsa da olabildiğince gerçeğe yaklaşmak oyuncular tarafından tercih edilmektedir.

> Ya bir amaç peşinde mesela oynadığımız bu oyunda *LoL*'de *Metin2*'de bir amaç peşinde, kendi karakterlerini yapmak, kendi karakterleriyle mücadele etmek, nasıl anlatabilirim ki… Mesela şöyle söyleyeyim ben, bu oyunumuzda oynadığımız bu oyunda sura karakterimiz var, büyücü olması bakın mesela, bu büyücü olması gerçek hayatta da ben böyle şeylere inanıyorum. Büyü yapılıyor, büyüler bozuluyor vesaire. Bu oyunda da bizim bu karakterimiz var. Bu da daha bir farkındalık yapıyor bu oyunda. Yani gerçek hayatta bu yapılan şeyleri oyunda da görebiliyorum. Bire bir gözümün önüne geliyor gibi, oynadığım zaman. Birebir yaşıyorsun aynen yani yaşıyormuş gibi hissediyorsun. Büyülerin yapılması, oyunda farklı şeylerin olması farklı şeyler derken, olmayacak bir şeyde pat diye büyücümüzün, olmayacak bir şeyin olması size ayrı bir haz veriyor. Daha bir farklı bir güç katıyor. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

> Öncelikle ben oyuna başladığım zaman karakter olarak cinsiyetime göre bir şeyle başlamak istemiştim. Kız karakter mesela. Saç rengine falan dikkat etmiştim bir bayan olarak önemsiyoruz tabii. Başka olarak ifade edeceği şeyler yeteneklerini göz ardı etmiyoruz oynarken… Miss Fortune'u özellikle çok oynuyorum *LoL*'de… Hareketleri yani silah kullanışı falan o sebeplerden kullandım. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> E şimdi şöyle insan zaten oynadığı karakteri genelde kendisiyle de özdeştirdiği için nasıl anlatabilirim bunu size, daha çok kendiymiş gibi davranıyor aslında. Karaktere tamamen kendi özelliklerini yüklüyor ve daha sonra karakter onun gibi değil de siz daha çok karaktermişsiniz gibi davranıyorsunuz. Bu şekilde olabilir… Evet, evet. Kendiyle karakteri özdeşleştiriyor. Sanki kendi özelliklerini de karakterinin üzerine yüklemiş gibi ona bir anlam çıkartıyor. Ona da tıpkı aynı canlı bir insanmış gibi, tıpkı canlı bir varlıkmış gibi ona da kendi gibi özellikler yüklüyor. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

> Bence bu *Metin2* veya *LoL*'deki karakterler aslında sanal âlemde olsa bile kendi karakterimizi yansıtıyor. Yani buna dikkat etmek lazım. Sanal değil de kendimiz gibi oynamak lazım. Kişinin kendi karakterini yansıtması lazım. Yani sadece sanal diye düşünmemek lazım kendi karakterimizi de yansıtmak lazım diye düşünüyorum. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

> Az önce de dediğim gibi bu tip karakterleri özelleştirebiliyorsun. Hem kişisel anlamda özellikleri var. *Metin2*'den örnek verecek olursam işte şaman var o sadece savaşa girmeden oyuncuları kutsuyor. Onların canlarını çoğaltmasını sağlıyor. Ya da işte savaşçı var o daha böyle aktif olarak savaşıyor. Hem o şekilde seçebiliyorsun, hem görünüşlerini özelleştirebiliyorsun. Mesela aklıma *Sims* geldi. *Sims*'te de önceki versiyonlarından daha çok şimdiki versiyonları oynanıyor. Yani sürekli bir ilerletme çabasındalar çünkü gerçek hayata ne kadar uyum sağlayabilirlerse oyunda o kadar çok beğeniliyor. O yüzden *Metin2* de öyle

kişiselleştirebiliyorsun görünüşüyle falan. Yani bence arada bir bağ kurmak için önemli oluyor o karakterler. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

Bütün bu görüşler göz önüne alındığında şöyle genel bir tablo çizmek mümkündür. Oyuncular, genel olarak birbirinden farklı şekillerle birçok karakterle bağ kurabilmektedirler. Bu bağlar, tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin biçimlendirilmesinde önemli pay sahibi olabilmektedir. Bunun nedeni, oyuncuların oyun karakterlerini birçok açıdan kendileri gibi görmesinden gelmektedir. Böylelikle Cole ve Griffiths (2007)'in belirttiği gibi kişisel yapı, duygusal durumlar, psikolojik durumlar ya da benzeri birçok yapı sanal ve gerçek arasında etkileşime yardımcı olabilmektedir. Böylece oyuncuların, gerçek yaşamlarındaki tüketim davranışları ve oyunların içerisinde gerçekleştirdikleri tüketim davranışları arasındaki ilişki de daha net görünebilmektedir. Çünkü oyun içerisinde kurulan bağların maddi yönleri de vardır. Oyuncuların kendi ifadelerinde olduğu gibi yer yer oyuna para yatırma, daha iyi oyun zevki alma ya da özdeşleştirilen kişisel yapıların gerçeğe uygun şekilde aktarımını sağlama gerçek maddi imkânlarla sağlanabilmektedir. Bu da en nihayetinde gerçek yaşamdaki tüketim ilişkilerinin oyun içerisinde sanal ortamdaki tezahürünü gözler önüne serer nitelik taşımaktadır.

Bütün cevaplar göz önünde bulundurulduğunda bazı başlıkları sıralamamız mümkündür. Oyuncuların, oyun karakterleri ile aralarında kurmuş oldukları bağda şunlar önemlidir:

- ✓ Oyun Karakterlerine Birçok Açıdan Yakın Hissetme
- ✓ Oyuncuların Kendilerini Oyun İçerisinde Gösterme İstekleri
- ✓ Psikolojik, Duygusal ve Fiziksel Sebepler
- ✓ Oyun ve Gerçek Hayat Arasında Bağ Kurma İsteği
- ✓ Doğrudan veya Dolaylı Olarak Maddi Etkenler

Şekil 2. Oyuncuların Oyun Karakterleri ile Arasındaki Bağın Etkenleri



3.2.2.2. Oyuncuların Oyunlar İçerisinde Topluluk Oluşturabilmesi ve Oyun Oynama Motivasyonu

Oyuncuların, oyunlarla birlikte kurmuş olduğu bağlar arasında oyun içi ve oyun dışı birlikteliklerin yaratmış olduğu durum da etkili olabilmektedir. Özellikle motivasyon açısından birçok kişi, oyun içerisinde takım oyununa oldukça fazla önem vermektedir. Yer yer gerçek hayata kadar taşabilen birliktelik durumu, genel olarak oyunlar içerisindeki kulüpler ve loncalar yardımıyla sağlanabilmektedir. Buralarda oyuncular bir araya gelebilmekte ve birçok işlem gerçekleştirebilmektedir. Dolayısıyla oyuncuların, sanal ortamlarda bir araya gelmeleri sadece basit bir etkinlik olarak görülmemekte, bu birliktelikler gerçek yaşamla da ilişkiler açısından bağ kurabilmektedir. Bu durum da yine tüketim alışkanlıklarının gerçek ve sanal arasındaki ilişkisini örnek oyunlar üzerinde incelemede önemli olmaktadır. Çünkü oyuncular buralarda yeni bağlar kurmakta, bu durum da yer yer doğrudan ya da dolaylı olarak maddiyatla da olabilmektedir.

Oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı üzere, takım oyunu oynamak birçok açıdan oyun oynama, dolaylı yollardan da satın alma motivasyonuna katkı sağlamaktadır. Ayrıca iyi bir ekip oyununun, oyuncular arasında birlik ve beraberlik ruhunu da canlandırdığı anlaşılmaktadır. Öte yandan arkadaşlık kurmak ya da var olan arkadaşlığı ve dostluğu pekiştirmek de bu sayede mümkün olabilmektedir oyunculara göre. Bunların dışında, gerçeğe daha yakın oluyormuş gibi, oyun içerisindeki bağ ve ilişkiler gerçekmiş gibi de algılanabilmektedir. Lee ve arkadaşları (2013) ele aldıkları çalışmada bu noktaya değinmişlerdir. Oyun içerisinde birçok kişiyle girilen etkileşim neticesinde oyun ve gerçek yaşam arasında bağ kurmanın önemine vurgu yapılmıştır. En nihayetinde tüm bunlar oyuncu ve oyun arasında bu kapsamda bir bağın oluşmasına katkı sağlayabilmektedir.

> *Metin2 LoL*'deki loncalar hakkında şunu düşünüyorum, insanlar birlikte oldukları zaman motive olurlar yaptıkları işe. Ve daha iyi yaparlar hani. Birlikten kuvvet doğar. Hep birlikte yaptıkları zaman insanların birbiriyle irtibatı, ayrıyeten dostlukları ve oyunda yaptığı şeyler daha kuvvetli olur diye düşünüyorum. Birlikte oynadığımız zaman arkadaşlarla mesela daha kuvvetli oluyoruz ve hani daha bir eğlenceli oluyor toplulukta oynadığın zaman oyun, daha bir keyif alıyoruz yani. Örneğin *Metin2*'de de aynı şekilde arkadaşlarla oynuyoruz ve motive oluyoruz. Ve hani şöyle bir şey var sanal elemde yani bu tür oyunlarda birlikte olamayacağın, çok uzak mekânlarda, yerlerde olan insanlarla birlikte oluyorsun. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Şöyle mesela *LoL*'de clash (turnuva modu) turnuvaları oluyor biliyor musunuz bilmiyorum ama. Bu clash turnuvalarında hani biz arkadaşlar, bizim beş kişilik bir kulübümüz var. İşte şey yaparız, turnuva halinde böyle herkes bir motivasyon hani, böyle oyunda yaparsın oğlum gibisinden hani, şey olur hani millet birbirini gaza getirir açıkçası. Hani bu motivasyon açısından çok iyi oluyor. *Metin2*'de de aynı şekilde hani loncalarda, lonca savaşları oluyor, klan savaşları oluyor. Bunlar hani savaşırken zaten Youtube'da bazı videolar var denk gelmişsinizdir hani. Lonca savaşlarının içinde hani böyle gerçekten savaşa gidiyormuş gibi hissediyorsunuz. İnsanın çok hoşuna gidiyor mesela. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Genelde kendime yakın olduğunu hissettiği insanlarla, tabii dış dünyada da insanları herkesle arkadaşlık, dostluk ilişkisi kuramıyorlar. Fakat burada da belli bir gruplaşma var. Bu gruplarda da insanlar kendisine en yakın gördüğü, arkadaşlık kurabileceği, birlikte vakit geçirebileceği insanlarla belli bir gruplarda toplanıyorlar. Zaten o grupta da anlaşamayan insanların ya da grup hiyerarşisine uygun davranışta bulunmayan insanların da fazla

kalması pek olası değil. Ya grup sahibi tarafından atılır ya dışlanır ya da kendisi gider. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

Tamamıyla takım işi lonca savaşları falan vardı. Lonca savaşlarında bize taktiksel hani stratejimizi geliştirmeye yönelik saldırılar yapıyorduk. Mesela suraların kalkanları olduğu için suralar ön safa dizilirdi. Savaşçıların hasarı çok olduğu için onun arkasında savaşçılar vardı. En arkada da şamanları koyarlardı, kutsasın ve can bassın diye. Tamamıyla stratejik saldırı hani stratejik düşüncemizi geliştiriyordu. Takımsal olarak eğer maçı kazanıyorsak hani biz öndeysek karşı takımdan, böyle takımdaki bağ daha da artıyordu, yardımlaşma artıyordu mesela bir takım arkadaşın ölmeye yakınsa ona yardıma falan gidiliyordu. Ama eğer maç kaybedilmeye başlamışsa takımsal bir çöküş oluyordu motivasyon açısından, moral açısından. Hani kimsenin hiçbir şey umurunda olmuyordu. Takımsal ayrışma oluyordu, takımsal ayrışma da maçı kaybetmemize daha da yaklaştırıyordu. Kimse kimsenin umurunda olmuyordu. Herkes kişisel oynamaya başlıyordu, takım oyunu ortadan kalkıyordu. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

Yani takım kurmak bence motivasyonu arttırır. Yani bir takımda insan diğer insanlardan oluşmaktadır. Yalnız kurduğu takıma kişilerin tanıyıp tanımamasıyla bağlı olarak, iyi ya da kötü niyetli insanların bir şekilde farklı davrandıklarını düşünüyorum. Ama motivasyon açısından değinecek olursak da olumlu etkisi vardır. Oyunda ilerleme kaydetmesini sağlayan değişkendir. Baştan söylüyorum… Ayrıca ekip motivasyonu oyunları kazanmada en büyük etkenlerden birisidir. İnsan bir araya geldiği kişilerle oyun oynadığı zaman daha iyi oynamaktadır. Bu şekilde oyunda daha iyi ilerleyip level atlaması daha kolay bir şekilde olmaktadır bence. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların takım oyunu kapsamında bahsettikleri bir diğer mesele de koordinasyon sağlama olayıdır. Takım içerisinde birlikte hareket etme ve uyum sağlamanın motivasyon açısından oldukça önemli olduğu aktarılmıştır. Ayrıca koordinasyonla da bağlantılı olarak oyunda daha iyi yerlere gelebilme meselesi de ortaya çıkmıştır. Oyuncuların da deyişiyle, iyi bir ekip oyunu ve kurulan sıkı, sağlam bağlar oyun içerisinde ilerlemeye ve daha iyi yerlere gelebilmeye de yardımcı olabilmektedir. Güven ve Yıldız (2012) gerçekleştirmiş oldukları çalışmada benzer noktalara değinmişlerdir. Özelikle birlikte hareket edebilen ve belirli bir aidiyete sahip olan oyuncu birlikteliklerinin önemli olabileceği aktarılmıştır. Böylelikle sanal ortamdaki birlikteliğin önemi tekrar anlaşılabilmektedir.

Burada biraz komikleşiyor durum. Maçtaki ortam, futbol maçlarındaki ortam gibi. Bir oyun kurucunuz vardır o oyun kurucunuz oyuna göre ciddidir ve bu bilgisayar oyunlarında geçerli. Bir oyun kurucunuz varsa arkadaşlarınızla aranızda kaptan olarak belirlediğiniz, bu takım oyunu ve ekip motivasyonu sanki maça girermiş gibi. Mesela ben şeyi duydum hani gaza vermek için önemli bir maçta diyelim, kendi adına önemli bir maçtaysanız, oyun liderleri size öyle bir gaz veriyor ki takım arkadaşlarınıza, sanırsınız İstanbul'u fethediyorsunuz. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Kulüpler ve loncalar nasıl stres atmak için oynuyoruz oyunu ama bazen stres atmak isterken aniden oyun içi stres aldığımız zamanlar da oluyor. Bu zamanlarda da genel itibarıyla bir hevesle loncalara ya da kulüplere ya da takımlara katılıyoruz. Bir nevi oyun bünyesinde takım oyunları defalarca girdiğimiz için takım oyunları ve ekip motivasyonu açısından kendimizi destekleyebilecek insanlar arıyoruz ve böyle kişileri buluyoruz. Eğer siz de gerçekten böyle bir şeyi istiyorsanız takım halinde oynarken belki de çok iyi anlaştığınız insanlarla daha iyi yerlere gelebilme çabasına da girebiliyorsunuz. Örneğin şu anki e-spor takımları çoğu e-spor takımında bulunan kişiler daha önceden de birlikte oynadıkları için birbirlerine alışkın oluyorlar, birbirlerine daha çok böyle birbirleriyle motive oldukları için oyunu kazanmaları ya da hedeflere ulaşmaları daha kolay oluyor. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Gerçek hayatta, nasıl bir işte toplu olarak çalışıyorsak oyunda da bir lonca olunca, klan olunca kendi toplu olarak bir iş yapıyorsun sonuçta. Kendi aranızda bir bağ oluşuyor sonuçta. Onda bir kişi oluyor kendinizi yöneten yani nasıl bir başkan olursa, müdür olursa bir şirketin, kurumun e bu takımlarda da aynı şekilde böyle oluyor. Bu açıdan da takım motivasyonu daha çok artmış oluyor, böyle oluyor yani. Mesela *LoL*'de Baron (katledilince güç veren yaratık) diye bir şey var, oyunun en güçlü şeyi. Orada onu kesince tüm takım güçleniyor onu keserken atıyorum bir düşman çalıyor tüm takımımın motivasyonu gidiyor. Bu olumsuz bir şey. Olumlu yanı bunu kesiyorsun daha çok güçleniyorsun takımda motivasyon artıyor olumlu şeyler oluyor, takım daha çok ilerlemiş oluyor böylelikle oyun da ilerlemiş oluyor yani. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

Şimdi bir kulüpte öncelikle motivasyon çok önemlidir. Bir oyunda girdik diyelim mesela bir arkadaş sürekli ölüp duruyor. Öncelikle ona kule altında safe bir güvenli bir köşede minyon (mini canavar grubu) kesmesi gerekiyor. Çünkü böylelikle para kasacak ve oyunu toparlamaya çalışacak. Diyelim ki sürekli ölmeye devam ediyor bu kişi ve takım arkadaşları güzel oynuyor, kötü oynamıyor. Şimdi bu adamın güvenli, geride durması gerekiyor. Eğer geride durmazsa daha çok ölecek ve karşı takım öne geçmeye başlayacak. Şimdi bu adam da arkadaşlarıyla sohbet ederken, moral bozarsa bu takım için kötü bir şey olur. Moral bozmak çünkü hiç iyi değildir. O zaman takım arkadaşlarının da morali bozulacak çünkü sürekli ölüyor yanındaki arkadaşları ve onlar da kazanamayacağını düşünmeye başlıyor. Bu yüzden oyunda motivasyon çok önemli. Oyun her an değişebilir. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Olumsuz yönleri şöyle, olumlu yönlerine geçeceğim de olumsuz yönleri bazen anlaşmazlık oluyor o zaman bir olumsuzluk oluyor ama o fazla değil ama olumlu yönü şu, bu eğer ki bu oyundaki takım ve loncalar, takımlar, loncalar iyi yönetildiğinde gerçekten insanın birbiriyle yardımlaşması, paslaşması olağan üstü açıdan bir şey oluyor yani bu insanı daha bir oyuna katılmasını teşvik ediyor. Bu loncaları, takımları iyi olunca ister istemez yani oyuna bağın artıyor. Bu yönden ben olumlu bakıyorum aslında bunlar en önemli baktığım konulardan biri oyunlarda bu loncalar, takımlar. Ha gerçek yaşamla bağlantısı şu mesela biz dışarıda bir yere basketbol takımının, bir futbol takımının içinde olmak gibi. Nasıl bir gerçek topla oynanan birebir kişisel olarak oynadığın bir oyunda birbirinin yardımlaşmayı, ne bileyim paslaşmayı ondan sonracığıma destek olmayı bence bu lonca ve takım olayı çok destekleyici bir şey. Yani o hissi tam sanal ortamda hissediyorsun. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Kişiler genel olarak takım oyunuyla birlikte arkadaşlığın da öneminden bahsetmektedirler. Yine bunlara destek olarak oyuncular, oyun içerisinde çok daha iyi başarılar elde etmek için birlikte oynamanın önemine değinmektedirler. Oyun içerisinde kurulan bağın bazı durumlarda gerçek hayata da yansıyabileceği, hatta böyle olması durumunda oyun içi etkileşimin kat kat artabileceği de belirtilmektedir.

> Kulüp ve loncaların mesela ben *Metin2* oynarken benim de loncam vardı. Orada çok güzel abilerim oldu. Gerçek hayatta güvenebileceğim bana destek çıkacak insanlarla tanıştım. Burada asıl amaç oyun oynamak değil bir insanlarla tanışmak. Nasıl diyeyim eğlenmek, birlikte eğlenmek. Çünkü sen tek başına oynarsan oyundan pek haz almazsın ama arkadaşlarla oynarsan daha çok haz alırsın tabii ki. Yani burada motivasyon açısından birbirinizi destekleyemeden oynayamıyorsunuz oyunu öyle diyeyim ben sana. Mesela savaşçıyı arkadan sura desteklemesi lazım, şamanın desteklemesi lazım. *LoL*'de de öyle mesela supportun adcyi desteklemesi lazım yoksa oyun gider. Oyunu kazanma şansınız olmaz. Eğer o oyunu kazanmak istiyorsanız birbirinizi desteklemelisiniz. Böyle olunca da arkadaşlıklar doğuyor gerçek hayatta da görüştüğüm insanlar oldu çok da severim yani… Düşünsenize tek başınıza oynayıp ittiriyorsunuz koridoru. Ben hiçbir haz almazdım açıkçası, ekip oyunu her zaman daha iyi geliyor bana. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> *LoL* veya *Metin2* aynı şekilde çevrim içi çoklu oyunculu olduğundan dolayı hani her loncaların ve her takımın belli bir kitlede oyuncuları vardır. Hitap etmekte, stratejiye dayalı savaşlar düzenlemektedirler. Onlara karşı strateji yapıyorlar karşı birlikteler ve karşı takıma göre… Birlikte takımca oynamak genellikle beş kişiden oluşmakta biri kaptan olmak üzere. Kaptan geri kalan dört oyuncuya stratejileri, taktikleri verir. İşte sen işte önden git veya arkadan dolan veya işte yandan çevir Hilal Taktiği gibi strateji oyunu. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi ekip oyunu dediğimizde mesela bir savaştasınız ya arkadaşınız canı azaldığında siz gidip onu kurtarabiliyorsunuz. O ekstra kendine can yükleyebiliyor. Aynısı size olduğunda da o arkadaşınız sizi gelip kurtarabiliyor. Ya bu açıdan hem arkadaşlığınız pekişmiş oluyor artı hani arkadaş çevreniz de genişlemiş oluyor. Olumlu yönleri şimdi şöyle diyelim arkadaş çevreniz hani arkadaşlığınız orada iyi ise oyuna da iyi yansıyor. Ya mesela diyelim mahalleden bir arkadaşınız veya tanıdığınız biri geliyor. Oyunda argo kelimeler kullanırsa ya oyun sıkıntıya düşüyor hem siz gerilemiş oluyorsunuz hem de arkadaşınız yüzünden oyunu oynayamıyorsunuz. Oyununuza engel olabiliyor. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

> Ben bunu güzel yönden değerlendiririm. Sonuçta burada bir sosyalleşme konusu var. Yani girdiğim takım arkadaşlarımla herhangi bir sıkıntı olduğu zaman tüm takımı etkiliyor. Bu da yani şöyle söyleyeyim nasıl söyleyeyim bilemedim… Ya ben olumlu yönde değerlendirebilirim. Yani olumlu yönde olduğunu düşünüyorum… Sonuçta tüm takımı etkileyen biri olur sonuçta motivasyon düşük olursa kazanma ihtimali de o kadar düşer demek istiyorum. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi eğer oyunda iyi bir yerlere gelmek istiyorsanız bir şeyleri başarmak istiyorsanız genellikle böyle takım oyunlarında loncalar ve kulüplerin yeri önemlidir. Çünkü belirli bir seviyeye kadar tek başınıza gelebilirsiniz. Single oynamak belki çok hoşunuza gidebilir ama bir süre sonra daha da ilerlemek istiyorsanız eğer tek başınıza başaramayacağınız, canavarlarla işte bosslarla karşılaşıyorsunuz. Bu yüzden lonca ya da takım oyununda bir birliktelik çok önemli oluyor. Mesela öncelikle şey *Metin2*'den örnek verecek olursam eğer *Metin2*'de belirli bir seviyeye kadar gelebiliyorsunuz. Yani tek başınıza istediğiniz seviyelere de yükselebilirsiniz. Ama eğer daha iyi bir seviyeye gelmek istiyorsanız Azrail denilen bossu keserek ondan *item*ler düşürmeniz gerekir. Bunun için de toplu şekilde Kule denilen yere çıkmanız gerekir mesela. O yüzden oyunlarda takımlar işte takım oyunlarında özellikle loncalar ve kulüpler önemlidir… Takım arkadaşlarınız varsa ve bunlar sizi destekliyorlarsa eğer en azından psikolojik olarak sizi rahatlatırlar ve daha iyi bir oyun sergilemenize yardımcı olurlar. Ya da sizin eksikliklerinizi tamamlamaya çalışırlar. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların tekrar tekrar belirttiği gibi oyun içerisinde belirli bir kulübe ya da loncaya dâhil olmak genel anlamı ile motivasyonu artırıcı bir nitelik taşımaktadır. Oyun içerisinde eğlenmek, birlikte olup dayanışma sağlamak, oyun içerisinde çok daha iyi yerlere gelebilmek ve oyunu neredeyse gerçekle bire bir tutmak bu noktalarda önemlidir. Tüm bu noktalar da nihayetinde, var olan bağların daha da artmasına katkı sağlayabilmekte ve tüketim davranışının oluşmasına yardımcı olabilmektedir.

Şuna da şöyle söyleyebilirim, aslında bu bir takım oyunu. Birlik, gruplaşma bir oyunudur. Takım olduğu zaman güçler, daha da güçlenir. Mesela şöyle bir kalem örneği verecek olursam, zaten bu genelde hep bilinen bir örnektir ama yine de ben bunu söylemek istiyorum. Bir kalemi aldığımızda elimize, onu çok kolay kırabiliyoruz. İkinci bir kalemi aldığımızda biraz zorlanarak kırabiliyoruz. Üçüncü ve dördüncüye geçtiğimiz zaman zorlandığımızdan bunu kıramıyoruz. Neden, çünkü birlik olmuşlardır, güç vardır. E tekken zaten seni yıkmaları bu oyunda çok kolay olacaktır yani kolay bir avsın onlara göre. Ama böyle grup olduğun zaman ve grubun da zaten takım birliği yaptıysan yardımlaşma, paslaşma varsa harika bir şey diyebilirim kısaca. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

Takım oyunu olarak oynandığında oyun daha zevkli geçiyor çünkü ekip ruhu olmalı bir oyunda. Öncelikle sesli iletişim falan kurabiliyoruz bu oyunda. Ben *LoL*'de iletişime çok önem veriyorum. Yönlendirme açısından sen oraya gitmelisin, sen buraya gitmelisin gibi yönlendirmeler kullanıyoruz. Bu tür ekip oyunu olduğu zaman oyunda kazanma ihtimaliniz daha yüksek oluyor. Bu yüzden olumlu buluyorum… Olumsuz olarak bazı flameleyen (sürekli konuşarak rahatsız etmek) arkadaşlardan rahatsız oluyorum. Argo, küfür kullanan oyuncular oluyor. Onlar zaten şikâyet edebiliyoruz. Şikâyet ettiğimizde de bazen cezaları yerine geliyor. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Şöyle değerlendirebilirim, mesela takım olarak oynandığında özellikle bir liderin olması kesinlikle çok önemli olduğunu düşünüyorum. Benim açımdan aslında tamamen olumlu olabiliyor çünkü hani herkes her alanda başarılı olacak diye bir kural yok. Seni daha çok başarılı olduğun yöne yönlendirmesi bence kesinlikle güzel bir şey. Ama diğer oynayamayan ya da bunu başaramayan insanların açısından değerlendirdiğimiz zaman onların üzerinde yanlış bir etki kuruyor olabilir. Ben yapamıyorum ama beni acaba o yüzden mi oraya yönlendirdi diye düşünüyor olabilir. Ya mesela bu konuda size çok kısa bir şey anlatabilirim daha önce yaşamış olduğum. Mesela bizim daha önce oynadığımız takımımızda bir oyun birliği yoktu. Herkes kafasına göre hareket ediyordu. Ama daha sonra kendimize bir oyun lideri belirledik ve onun nasıl söyleyebilirim fikirleri yönünde gittik, ilerledik biraz. Ve onun sayesinde bizi motive etmesi sayesinde daha sonra oyunu kazanmıştık. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

Takım veya kulüp güzel bir şey. Çünkü birlik, beraberliğe ekip çalışması olarak daha güçlü olmayı bu oyunu ekip motivasyonu açısından daha iyi olduğunu düşünüyorum. Ekipçe bildiğini paylaşmak, bilmediğini oyundaki kulüp ve loncaların takım oyunu ve ekip motivasyonu açısından iyi olduğunu düşünüyorum. Bildiklerini paylaşmak, bilmediklerini öğrenmek. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

Orada kendinle ilgili oluşturduğun bir profil yer alıyor bir kere az önce de dediğim gibi. Ve oradan kişisel olarak mesela şurada bir olay olsa kişisel olarak sen gidip yardım etmezsin ama bu oyunda bağlı olduğun lonca mutlaka bir yere gidecekse, bir yere baskın yapacaksa atıyorum bir köye, mutlaka sen de gitme isteği duyuyorsun çünkü orada bir birlik, aidiyet duygusu var. Bulunduğun loncaya ait hissediyorsun kendini. Ve orada edindiğin arkadaşlarını yüzüstü bırakmak istemiyorsun mutlaka o yüzden

> ekipmanlarını falan boş vererek belki yeterli olmayabilir, direkt yardım etmek için sen de gidiyorsun. Yani o oyunu bir oyun olarak görmüyorsun da günlük hayatında bir arkadaşının, bir arkadaş grubunun yardımına koşar gibi hissediyorsun açıkçası. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

Metin2 ve *LoL* oynayan oyuncuların bu konu etrafındaki görüşlerini genel olarak değerlendirmek mümkündür. Kişiler, oyun içerisinde kulüpler ve loncalar yardımıyla motivasyon seviyelerini artırabilmektedirler. Bu durum bazı zamanlar olumsuzluklardan ötürü tam tersi yönde olsa da genel olarak olumlu sonuçlar yaratmaktadır. Oyuncular, oyun içerisinde birçok sebepten ötürü buralarda bağ kurabilmektedirler. Bu bağlar genel anlamı ile oyuncuların, gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıkları ile sanal ortamdaki tüketim alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi kurmada önem taşımaktadır. Çünkü oyuncular, oyun içerisinde birbirinden farklı türde etken ile diğer oyuncularla olmaktadırlar. Bu yüzden daha iyi bir oyuna ulaşma isteği, oyunda ilerleme isteği, yeni arkadaşlık kurma ya da var olanı ilerletme isteği, oyunda motivasyonu ve eğlenceyi yakalama isteği bazı durumlarda gerçek para karşılığında elde edilebilmektedir. Nihayetinde de kişiler, gerçek yaşamlarında olduğu gibi daha iyi motivasyon ve birliktelikler adına, bu bağlar yardımıyla oyunlara para yatırabilmektedirler. Böylelikle gerçek hayattaki tüketim alışkanlıklarının, oyunlar içerisindeki tüketim alışkanlıklarıyla ilişkisi de gözler önüne serilebilmektedir.

Oyuncuların birliktelik ve motivasyon çerçevesindeki görüşlerini genel olarak incelediğimizde bazı başlıkları öne çıkarmamız mümkündür. Oyuncuların oyun içerisindeki birlikteliklerine ve buradaki motivasyon ilişkisine etki eden noktalar şu şekildedir:

- ✓ Motivasyonu Yakalama ve Artırma İsteği
- ✓ Ekip Oyunu, Birlik ve Beraberlik Ruhunu Yakalama İsteği
- ✓ Arkadaşlıklar Kurmak ya da Var Olanları Daha İyi Seviyelere Çekme İsteği
- ✓ Oyun ve Gerçek Yaşam Arasındaki Bağı Kuvvetlendirme İsteği

✓ Oyunda Çok Daha İyi Yerlere Ulaşma İsteği

Şekil 3. Oyuncuların Oyun İçerisindeki Birlikteliklerine ve Motivasyon İlişkilerine Etki Eden Noktalar



3.2.2.3. Oyunlar İçerisindeki Ortamın Oyunculara ve Gerçek Yaşama Etkileri

Çevrimiçi oyun oynayan oyuncular, bazı durumlarda oyunlarla birlikte bağ kurarken doğrudan gerçek yaşam ortamından etkilenebilmektedirler. Oyun içerisinde gerçekleştirilen bu bağlar doğduran doğruya oyunculara sosyallik sağlayabilmekte, hayatın deneyimlerini bu ortamlarda kişilere verebilmekte, yeni kişilerle tanışma fırsatları sunabilmekte ya da oyuncuların kendilerini birçok açıdan geliştirmesine katkı sağlayabilmektedir. Dolayısıyla oyuncuların oyunlar içerisinde kurmuş oldukları bağlar, doğrudan ya da dolaylı olarak gerçek yaşama da uzanabilmektedir. Bu durum da yine basit bir bağ olarak görülmekten ziyade, daha detaylı bir incelemeyi beraberinde getirmektedir. Çünkü oyunlar ve oyuncular arasında böyle bir kapsamda kurulan bağlar yine, tüketim alışkanlıklarının gerçek ve sanal ortam arasındaki ilişkisini görmemize

yardımcı olabilecek niteliktedir. Sosyalleşmek, yeni kişilerle tanışmak, deneyim kazanabilmek ya da birçok açıdan gelişim sağlayabilmek bazı durumlarda oyun içerisine gerçek para yatırmayı gerektirmektedir. Bunun sebebi ise birçok ekstra özelliğin bazı açılardan ekstra harcamalara bağlı olmasından gelmektedir.

Bunların dışında yine aynı başlık altında, oyuncuların ücretsiz bir şekilde kişisel deneyimlerini sunmaları, oyuncuların turnuva ve e-spor müsabakalarına karşı bakış açıları ve oyuna karşı verilen emeğin genel olarak ne ifade ettiği tartışılmaya değerdir.

Oyuncuların da ifade ettikleri gibi bu tarz oyunlar genel anlamı itibarıyla kişilerin sosyalleşmesine ve yeni arkadaşlıklar kurmasına yardımcı olabilmektedir. Ayrıca hayata dair deneyim kazanma ve öğrenilenleri gerçek hayatta uygulama yetisi de ortaya çıkabilmektedir. Öte yandan kişilerin kendilerini geliştirmesi de bazı durumlarda oyunlar aracılığı ile gerçekleşebilmektedir. Yolaç (2017), yapmış olduğu çalışmada sanal ortam ve gerçek yaşam arasındaki bağa değinmiştir. Oyuncuların, oyun içerisindeki etkileşimlerinin gerçek yaşama da yansıyabileceğini aktarmıştır. Böylelikle katılımcıların görüşleri, literatürdeki önceki çalışmalarla da desteklenebilmektedir.

> Örneğin, bu oyunlarda, *Metin2*'de falan yeni insanlarla tanışıyorsun, ilişkilerin artıyor, sosyalleşiyorsun ve o insanlarla imkânın olursa gerçek hayatta da görüşme fırsatı doğuyor sana. Ve yeni arkadaşlar kazanmış oluyorsun. Hani sosyalleşme açısından mükemmel bir etkisi var… Yeni insanlarla tanıştığınız için onlarla deneyim alıp, deneyim veriyorsunuz. Böyle bir etkileri de oluyor yani… (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Mesela *Metin2*'de de çok iyi arkadaşlar tanıdım. Ondan sonra hani sosyalleşme açısından, mesela zaten benim sınıf arkadaşlarım da oynar. Burada hatırladığım insanlar cidden iyi insanlar çıkıyor hani, çoğuyla da hala arkadaşım. Neredeyse iki buçuk senelik sanal da olsa bir arkadaşlığımız var. O yüzden hani hayatıma kattığı deneyimler, güzel arkadaşlıklar oluyor ondan sonra güzel dostluklar oluyor, hani böyle ya hayata böyle yeni insanlar katabiliyorum oyunda. Ama hani şey oluyor, çocuk gerçek hayattaki gerçek hayattaki arkadaşıyla konuşamıyor. Veyahut da sınıftaki çocukla ama burada istediği gibi konuşabiliyor. Ve bu insanı geliştirmede yardımcı oluyor ona. Yani bir nevi kendini böyle sosyalleşme açısından geliştirebiliyor insan burada… Deneyim kazanma açısından yani hani, insanlar mesela bazı insanlar vardır böyle cidden kötü insanlardır. Hani

dersin ki gerçek hayatta da karşına çıkmamıştır hani adam gelir sana küfür eder bunlar olağan şeyler hani. Gelir sana küfür eder sen dersin aha görüyorsun işte insanlar küfür edebiliyormuş ve sen bunu karşı bir savunma alırsın hani. Bu demek oluyor ki hani sen gerçekte de karşına biri çıktığında sen böyle hakikaten dik durabileceksin hani diyeceksin ki niye küfür ediyorsun falan diyeceksin. O yüzden deneyim kazandırıyor yani. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Sosyalleşme konusunun olduğu doğrudur. Bazı sosyal mecralarda da bu arkadaşlık devam edebiliyor. Hatta reel olarak da bir kısım hani telefonlarını alabiliyor, sosyal medya hesaplarından eklenebiliyor, arkadaşlık daha değişik mecralara gidebiliyor sosyalleşme konusunda. Hayata dair bilgi ve tecrübe kazanıldığına dair şöyle önerilerim var. Genelde strateji ve savaş konusu olduğundan dolayı, askere gittiğinde, operasyonlara falan gittiğinde, böyle askerlik yaparken faydası olabilir. Çünkü mesela kokpitlerin mesela sanal ortamda simülasyonları olabiliyor. Uçak sürerken pilotlarda falan askeri anlamda eğer kişi meslek edinecekse burada belirli bir stratejiler falan geliştirebilir. Yani ordusunda ve güvenlik gücünde kullanabilir. Sonuçta sanal da olsa burada, herolar birbirini öldürüyor. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

Metin2 ve *LoL*'de oyunda çok arkadaşım oldu. Chatten konuşuyorduk, Discord'dan konuşuyorduk. Discord'dan konuşarak birbirimizi kasıyorduk. Hani sanal dünyada sosyalleşme çok iyiydi de uzun süre hani oturunca bağımlılığı var bu oyunların. Yeni kişilerle tanışıyorduk ama genelde hep herkes farklı şehirlerde olduğu için yüz yüze bir görüşme yoktu. Ama internette ya da sanal ortamda baya yakın arkadaş oluyorduk. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

Metin2 de gerçek yaşama dair sosyalleşme aşamasında değerlendirilebilir, bu olumlu yanlarıdır. Tabii olumsuz yönleri tanımadığın insanlarla insan yabancılarla tanıştığında tanımak ister, görmek ister tabii hiç tanımadığı insanla tanışması güzel bir kısım ama olumsuz sonuçları da olabilir. Ama olumlu sonuçları çoktur. Sonuçta yeni arkadaşlıklar başlıyor yani arkadaşlık olumlu açılardan bir şeyler katıyor. Ama dikkat etmezse olumsuz şeyler de katabilir. Çünkü karşındaki kişinin nasıl bir karakterde olduğunu sadece oyundan öğrenemezsin, çözemezsiniz. Çok az da olsa sosyalleşmeye katkısı var. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların kendi ağızlarından da belirttikleri üzere, özellikle deneyim kazanma konusunda sanal ortam ile gerçek hayat arasında bağ kurmak oldukça önemli görünmektedir. Ayrıca sosyalleşmek, arkadaşlıklar kurmak ve bu ortamda neredeyse bazen gerçek hayata varabilecek kadar bağ kurabilmek ön plana çıkmaktadır. Yine bu noktada kişilerin kendilerini geliştirmesi, gerçek hayatta yapmaya fırsat bulamadıkları şeyleri yapabilmeye imkân bulmaları ayrı bir fırsat olarak değerlendirilebilmektedir.

Cole ve Griffiths (2007), yapmış oldukları çalışmada benzer noktaları işaret etmişlerdir. Özellikle arkadaşlıklar kurma yoluyla oyunlar ve yaşam arasında bağ kurmanın mümkün olabileceğini aktarmışlardır. Böylelikle oyuncuların kişisel görüşleri, literatürle de desteklenebilmiştir.

> Hiçbir şekilde, yaşama dair bazen o kadar etki ediyor ki korkak bir kişiyi cesurluğa veya kendini bilmez kişiyi kendini hata aramaya itecek kadar olaylar geçirebiliyor. Mesela kendim de çok yaşadığım bir olay, normalde gerçek hayatta belki edinemeyeceğiniz deneyimi oyunlar sayesinde edinebiliyorsunuz. Veya bazı kişinin gerçekten ne olduğu ortaya çıkıyor. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Çoğu insan *LoL*'ü ve *Metin2*'yi oynarken gerçek hayattan kopuyor. Zaten bilgisayar oyunları bir nevi aileden kaçış demek. Aileden kaçmaya çalışırken genel itibarıyla gerçek hayatında yapamadığı çoğu şeyi sosyal medya üzerinden yapıyorlar. Yapamadıklarını da genel itibarıyla sosyal medya içerisinde olmasa bile oyunlarda ya da diğer mecralarda kendiliğinden yapıyorlar. Çoğu insan sosyalleşme açısından gerçek hayatta arkadaş hani utangaçlığından dolayı olabilir, kendi duygularından dolayı olabilir insanlarla konuşmak yerine oyundaki karakterlerle kendilerini bütünleştirip, oyundan bulduğu insanlarla daha çok konuşarak, onlarla vakitlerinin birçoğunu geçirerek, hayatlarında onlara daha çok yer vererek yeni insanlarla tanışıyorlar. Tabii ki burada kendilerine hayata dair çok fazla şey kazandırmalarını sağlıyor. Örneğin diğer başka farklı insanlar tanıma açısından gerçek hayatta zor olsa bile burada tekrardan kamera karşısında olmadığınız için yani kendi yüzünüzle görüşme olmadığı için mikrofon aracılığıyla yaptıklarımız daha kolay, görüşmeler daha kolay oluyor. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Nasıl gerçek yaşamda da kişilerle yeni kişilerle tanışıyorsak oyunda da tanışıyoruz ne kadar farklı şehirler de olsa geniş bir bağ oluşuyor sonuçta. Yıllardır, yıllarlık bir dostluk oluşuyor. Benim keza yedi, sekiz yıllık dostluklarım var. Keza Birkan iki, üç yıllık bir dostum. Onunla seçim günü tanışmıştık. Öyle aramızda bir bağ oluştu. Yeni kişilerle tanışmış oldum. Hayata dair deneyim kazandım, kendimi geliştirdim, yani insanlarla iletişimim arttı daha iyi oldu benim için… İnsanın kendi yapısına bağlı o aslında daha çok. Nasıl insan başkalarıyla tanışmak isterse burada daha çok deneyim kazanabiliyor. Tanışmak istemiyorsa kendini kapatabiliyor yani. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi bu soruda sosyalleşmek evet, sosyalleşmeye fayda sağlıyor ama kötü anlamda da sağlayabiliyor iyi anlamda da. Şimdi mesela diyelim ki takımı çok sevdiniz orada arkadaş olabiliyorsunuz. Onu ekledikten sonra bu kişi iyi biri de çıkabiliyor kötü biri de çıkabiliyor dolandırıcı da çıkabiliyor. Mesela diyelim ki bir link atıyor mesajlaşmada. Sen ona bakıyorsun dolandırıyor bir şeyler yapıyor. Ama iyi olanlarda da çok güzel sosyalleşmeyi sağlıyor bu oyun. Ben bu oyuna başladıktan sonra bir sürü arkadaş edindim. Deneyim açısından güzel bir deneyim. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Bu *Metin2* olsun *LoL* olsun sosyalleşme açısından benim fikrim çok faydalı bir şey. Faydalı dediğim şu yönden açıklayayım biraz, yani ben düşünüyorum yani gerçek hayatta bu kadar çok insanla bir araya gelip belki sosyalleşemezdim. Yeni kişilerle tanışma desen her oyunda her şeyde bir yeni kişilerle tanışma imkânın var. Bu kişilerle diyalogunu artırma imkânın oluyor. Bazen gerçek hayatta deneyimleyemeyeceğin bazı şeyleri burada deneyimleyebiliyorsun. Deneyim yaratabiliyor yani bence çok güzel bir şey. Bir de kendimi geliştirdiğimi söyleyebilirim. Gerçekten bazen sabır. Bak! Bazen siniri kontrol etme bazen sabır etme. Çünkü bazen anlaşamadığın zaman ister istemez insanın daha sinirsel yönden birazcık aşınma oluyor. Ama bunu kontrol etmeyi geliştiriyorsun ondan sonra ne bileyim bence harika bir şey yani insan kendine bazen şaşırıyor. Bazı arkadaşlıklar kuruyorsun onu arıyorsun yani. Ya ben bugün gireyim de giresim yoksa bile bilgisayar ortamına gireyim şu arkadaşımla görüşme imkânı bulayım, bir şeyler paylaşayım, mutlu olayım, oyun oynayayım. Yani şu karakterleri seçelim ne bileyim *LoL*'den örnek vereyim yine şu karakteri seçerim mesela Sona'yı seçeyim o da adcde Varus'u seçsin birlikte dalalım, bilmem rakibi alt edelim, bot kuleyi alt edelim derken çok yani heyecan veriyor. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Özellikle yeni arkadaşlıklar kurma durumunu hemen hemen bütün oyuncular fazlasıyla önemsemektedirler. Bunun yanı sıra yine hayata dair oyun içerisinde deneyim kazanma, böylelikle de gerçek yaşam ve sanal oyun arasında bir bağ kurma ortaya çıkabilmiştir. Ayrıca yine kendini geliştirme açısından birçok örneğe de rastlanmıştır. Gerek ticari işlemlerde, gerek güven meselesinde, gerekse oyun içi sohbetlerde birçok açıdan oyuncular kendi eksikliklerini kapatmaya çalışabilmektedirler.

> Ben size şöyle anlatayım mesela bu çok bilgisayar oynayan insanlara asosyal diyorlar genelde. Ama ben kendi arkadaş çevremden örnek verecek olursam, çok boş beleş insanlar oldukları için ben onlarla takılmak yerine burada gelip abilerimle oyun oynuyorum mesela. O bana çok daha yani faydalı geliyor. En azından konuşuyoruz ne bileyim sohbet ediyoruz, yeni şeyler öğreniyorum. Hani oyun deyip geçmeyin ben İngilizcemi oyun sayesinde geliştirdim mesela. Benim için çok önemli bir şey bu. Ben dışarıdaki insanlarla çok fazla takılmam neden çünkü yani bana pek hoş gelmiyorlar. Nasıl kötü alışkanlıklar olsun yani alkol, sigara gibi alışkanlıklar olsun. Ben o yüzden oyundan chatleşiyorum tabii gerçek hayatta da tanıştığım oldu oyundan arkadaşlarım. Hepsiyle de çok iyi arkadaşız çok da iyi geçiniyoruz. Kafama göre insan bulabiliyorum yani… Yani mesela nasıl *Metin2*'de anlatacak olursam *Metin2*'de eş bulma diye bir olay var. Evlenebiliyorsunuz bu oyun içinde. Mesela ben evlenip Dolunay'ımı (kılıç) vermiştim o da çok önemli bir silahtı zamanında tabii sevgiye mecburen. Vermiştim bir daha da geri alamamıştım insanlara güvenmemeyi öğrendim orada da. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Metin2'de şöyle olarak yeni kişilerle tanışmak bizler için büyük bir zevk oluyor. İster bizden büyük abiler olsun veya büyük ablalarımız olsun veya küçük yaşta kardeşlerimiz olsun yepyeni kişilerle tanışmak, sohbet etmek, muhabbet etmek, dışarıda reel hayatta buluşup iyice bir kendimizi tanıtmak bizim için çok bir şeref ve gururlu bir durum diyebilirim… Genellikle güven, takdir olan şeyleri kazandım diyebilirim deneyimlerime. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Şimdi oyunda tanımadığımız insanlarla hani mesela çok rahat mesajlaşabiliyoruz, oyun hakkında konuşabiliyoruz hani mesela o benden daha iyiyse ben ondan tüyolar alıyorum. Ben ondan daha iyiysem o benden tüyolar alabiliyor. Böyle bir arkadaşlık kurabiliyoruz oyun içerisinde hem artı tanımadığımız insanlarla sohbet edebiliyoruz, onlarla da arkadaş çevremizi oyunda genişletebiliyoruz. Hatta ilerisi gelirse görüşüp, yan yana olup, oyun oynayabiliyoruz. Bu şekilde de ilerleyebiliyor arkadaşlık, sosyallik. Şimdi benim hesabım biraz iyiydi çarımı baya güçlendirmiştim baya bir oynamıştım baya bir seviyede. Yani oyun içerisinden yazan oldu, mesaj atan oldu. O şekilde tanıştık yüz yüze geldik, hesabımı istedi belli bir miktar karşılığında hani en başta da dediğim gibi. O miktarı vererekten hesabımı ona verdim, öyle bir tanışmışlığımız olmuştu. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Bu konuda olumlu değerlendiririm çünkü bazı insanlar içine kapanık oluyorlar yani gerçekte yüz yüzeyken ifade edemediklerini bu tarz oyunlarda ifade edebiliyorlar yani kendilerini çok rahat bir şekilde. Tabi gerçek hayattaki şeylerini de etkileyebiliyor. Sonuçta burada yaptığını bir süre sonra dışarıda da yapmaya başlıyor, konuşma stili olsun veya farklı bir şeyler olsun. Kendine yani özgüveni geliyor. Sadece yani bu oyunların bu oyundan ibaret olmadığını düşünüyorum bu konuda. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Yani ben oyunların iyi birer etkisi olduğunu düşüyorum. Tabii hani bu biraz da kişinin amacına bağlı olarak yani bu her şey için öyledir. Ama yani benim oynadığım kadarıyla ve yaşadığım şeyler doğrultusunda gerçek günlük hayatımda elde edemediğim arkadaşlıkları oyun ortamında kurduğumu fark ettim. Ve yeri geldi oyun oynadığımız arkadaşlarla biz buluşmalar düzenledik. Onlarla keyifli vakit geçirdik. Oyunda neler yaptığımızı konuştuk, anılarımızı paylaştık. Yani çok hoş şeyler oldu yani. Birbirimize deneyimlerimiz aktardık, zaten yaş kitlelerimiz hemen hemen aynı oldu. Bizden küçük arkadaşlar da vardı onlar da işte bize sordular. Nasıl daha iyi bir hale gelebiliriz nasıl sizler gibi iyi oyuncu olabiliriz vesaire. Çok güzel bir ortam kurduk. Onların deneyimlerinden faydalanma… Sadece oyun içerisinde olmuyor yani. Oyun içinde mesela biz ticaret yaptığımız zaman oyun içerisinde eğer karşımızdaki insana güvenirsek bunu gözü kapalı yaparız. Ama karşımızdaki insana güvenmiyorsak eğer elimizdeki bir *item*i vermek işte ya da onunla ticaret yapmaya pek sıcak bakmayız yani. Acaba kandırılıyor muyuz, piyasanın değerinin altında bir fiyattan mı aldık, yoksa kandırıldık mı gibi düşünceler oluyor. O yüzden oyunlara hani oyunlarda bir şeyler başarmaya çalışmak ya da birileriyle buluşmak bu açıdan iyi oluyor. Ya tabii bir de şöyle bir şey oyunlar kendini geliştirmek açısından da etkili olabiliyor. Ya da sosyal

hayatlarında çok daha çekingen kişiler oluyorlar. Oyun yoluyla kendilerini daha iyi ifade etmeye çalışıyorlar. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular genel olarak tekrar tekrar ifade ettikleri gibi sosyalleşme ve yeni arkadaşlıklar kurma durumunu oldukça önemsemektedirler. Oyun içerisinde görüşülen yeni kişiler, bazı durumlarda gerçek hayatta da oyuncuların yaşamına dâhil olabilmektedir. Ayrıca bu durum doğrudan ya da dolaylı olarak oyun oynayanların deneyim kazanmasına da yardımcı olabilmektedir. Ya da farklı açılardan kişiler, oyun içerisinde gördükleri ile kendilerini geliştirebilmekte ve artılar kazanabilmektedir.

Evet. *LoL* ve *Metin2* oyununda dediğiniz gibi deneyim kazanmak, ya biraz aslında sosyalleşme diyebiliyoruz. Bayanlarda daha çok, dışarıya çok çıkılamayabiliyor. Bir anneyseniz eşiniz, çocuğunuz evde farklı sorumluluklarınız olabiliyor. İş kadınıysanız işinizde pek fazla hani dışarı çıkamayabiliyorsunuz. Ama bu *Metin2*'de ve *LoL* oynadığımızda farklı farklı insanlar oluyor. Çevrende birçok insanlarla tanışıyorsunuz. Birçok insanlarla muhabbet, sohbet ediyorsunuz. E tabii ki hani olumsuz yönler de oluyor ama olumlu yönlerden de güzel dostluklar da kurulabiliyor. Belki birebir görüşebiliyorsunuz, buluşabiliyorsunuz güzel dostluklara da gidilebiliyor. Kendimizi geliştirme diyebiliriz aslında. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

Gerçek yaşama dair sosyalleşmeyle ilgili sesli iletişim olduğu için biraz sosyalleşme olabilir ama aksi takdirde sanaldan ne de olsa. O yüzden pek fazla umut edilmemelidir. Yeni kişilerle tanışıyoruz hayata dair deneyim kazanma derken arkadaşlarımız iyi mi kötü mü diye karar veriyoruz… Oyun içinde kendini geliştirmek insanın kendisine bağlıdır öncelikle. Ama gel gör ki gerçekte de yapabilirsiniz bunları arkadaş edinebilirsiniz ki edinemiyorsanız da hiç çekinmeyin gerçek hayattan farkı olduğunu düşünmüyorum. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Bunu zaten röportajın başında da söylemiştim insanların, kişilerin tanışması ve sosyal yaşantıları açısından yeni insanlar tanıması tabii ki çok güzel bir şey. Bu sayede insanın çevresi genişliyor, bilmediği şeyleri öğreniyor ve oyun içinden ziyade oyun dışında da yeni arkadaşlıklar kurabiliyorsun. Mesela biz bununla ilgili yine bir şey yaşamıştık mesela arkadaşlarımızla *LoL*'de tanışıp daha sonra aynı şehirde olduğumuzu gördüğümüzde hep beraber bir *LoL* buluşması yapmıştık. Çok güzel bir sosyal çevremiz olmuştu. Gezip, eğlenmiştik hep birlikte. Oyun üzerine tartışmalar yapmıştık. Bu açıdan bence sosyalleşme açısından kesinlikle çok önemli bir rol oynuyor… Hayata dair söylemiştim mesela kendi karakterinizi kendinize kişileştiriyorsunuz. Sanki oymuş gibi davranıyorsunuz bir süre sonra ve bu sosyal açıdan çok hoş ya benim açımdan güzel... (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

> Ben iyi olduğunu, güzel olduğunu düşünüyorum sosyalleşme açısından. Yeni kişilerle tanışmak, arkadaşlık kurmak, dostluk kurmak, bazı şeyleri paylaşmak, bazen de gerçek hayatta da görüşmeyi, arkadaş edinmeyi, dost olmayı ben önemsiyorum. Deneyim tabii bilmediklerini öğrenme açısından deneyimli kişilerden hani benden önce oyuna daha önce başlamış kişilerden deneyim almak onların bilgilerinden öğrenmek, paylaşmak açısından güzel… Çünkü ne kadar sanal ortam olsa da sanal karakter olsa da bir parça kendimizden ve kişiliğimizden katıyoruz. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

> Bence kesinlikle yeni kişilerle tanışma açısından çok iyi bir ortam. Çünkü herkesin seçtiği karakterlerle dolu bir ortam. Kimsenin yüzünü görmüyorsun, gerçek sesini duymuyorsun, gerçek isimlerini bile bilmiyorsun. Belki insanlar günlük hayatlarında kendilerini doğru düzgün ifade edemiyorlar, kendilerini yansıtan kıyafetler giyemiyorlar belki. Ama bu oyunda bunu sağlayabiliyorsun tamamen kendini yansıtabileceğin bir şekilde görünebiliyorsun karakterler üzerinden. Tamamen bir süre sonra gerçek hayatta tanıdığın bir arkadaşla buluşmuş gibi hissediyorsun. Dolayısıyla bence günlük hayata şey yapmak açısından, odaklanmak açısından yardımı dokunuyordur. Çünkü belki daha kolay insanlarla iletişime geçmiş oluyorsun, geçebiliyorsun bu oyunları uzun süreli oynayınca… Deneyim kazandırma belki iletişim üzerinden okuyabiliriz bunu. Yani az önce dediğim gibi belki günlük hayatında iki kelimeyi bir araya getiremeyen bir insansındır ama orada deneyim kazanırsın. İşte bir insana nasıl yaklaşman gerektiğiyle ilgili kendi doğru bildiğin iletişim şeklinin yanlış olduğunu görebilirsin oyunda sana gelen tepkilerden dolayı. O yüzden bence sosyal hayata çok büyük bir etkisi var bu anlamda deneyim katıyor. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

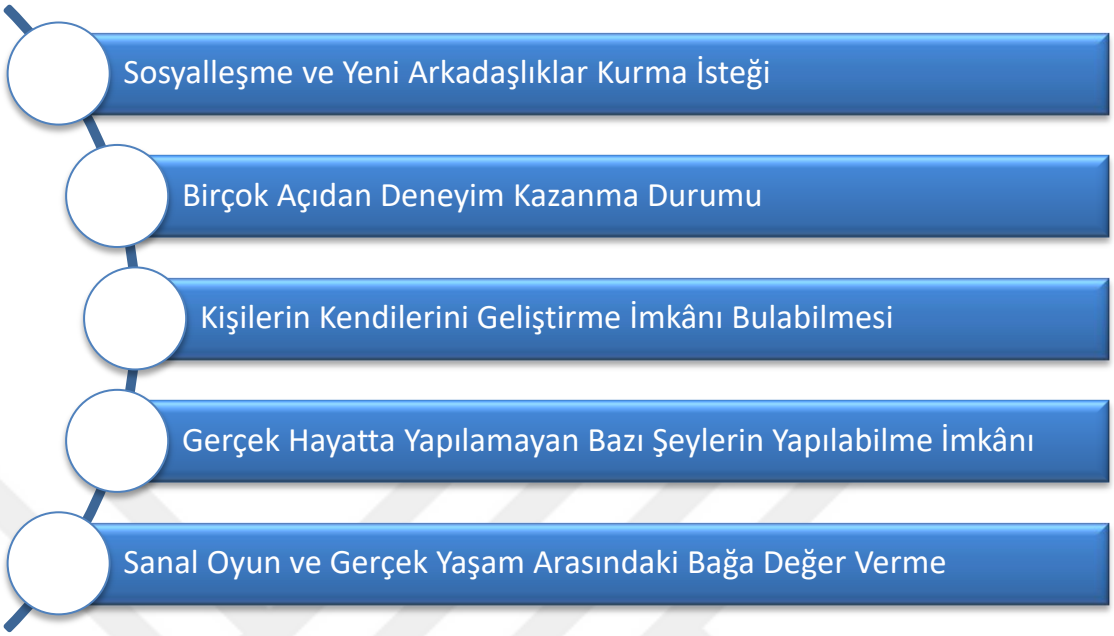
Uzun uzadıya oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı gibi oyunların, gerçek yaşama dair etkileri oldukça önemli olabilmektedir. Özellikle kişiler, yeni arkadaşlıklar kurma, oyun içerisinde deneyim kazanma, oyunla birlikte kendini geliştirme ve sosyalleşme açısından ortaya çıkan bağa dikkat etmektedirler. Dolayısıyla birçok farklı sebepten ötürü ortaya çıkan bu kapsamdaki bağ, oyuncuların tüketim alışkanlıklarının sanal oyunlar ve gerçek yaşam arasındaki ilişkisini anlamaya yardımcı olabilmektedir. Çünkü oyuncular, yeni kişilerle tanışma isteklerini, sosyalleşme beklentilerini, kendilerini geliştirme çabalarını ya da birçok açıdan deneyim kazanma durumlarını temel olarak oyunlar içerisinde başarmak istemektedirler. Bu durum da yine çoğu zaman olduğu gibi gerçek para ile mümkün olabilmektedir. Oyunlar içerisindeki bazı ek sistemler, ekstra ücretlerle kullanılabilir olduğu için oyuncular, bazı durumlarda

gerçekten de oyun içerisine para yatırma durumuyla karşılaşabilmektedirler. Böylelikle oyuncuların oyunlar içerisindeki durumları, birçok oyuncunun kendisinin de belirttiği gibi gerçek yaşamla bir tutulabilmektedir. Nihayetinde de yeni özellikleri yakalama isteği ya da var olanı çok daha iyi konuma getirebilme düşüncesi, oyunları ve gerçek yaşamı bir araya getirebilmekte bu da doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim ilişkilerinin sanal ve gerçek yaşam arasında bağlantısını gözler önüne serebilmektedir.

Oyuncuların bu başlık kapsamında kendi ifadelerini genel olarak değerlendirdiğimiz zaman, bazı başlıkları ön plana çıkarmamız mümkün olacaktır. Oyun ortamının oyunculara dönük, gerçek yaşama dair etkilerini ön plana çıkaran durumlar şu şekilde sıralanabilmektedir:

- ✓ Sosyalleşme ve Yeni Arkadaşlıklar Kurma İsteği
- ✓ Birçok Açıdan Deneyim Kazanma Durumu
- ✓ Kişilerin Kendilerini Geliştirme İmkânı Bulabilmesi
- ✓ Gerçek Hayatta Yapılamayan Bazı Şeylerin Yapılabilme İmkânı
- ✓ Sanal Oyun ve Gerçek Yaşam Arasındaki Bağa Değer Verme

Şekil 4. Oyun Ortamının Oyunculara Dönük, Gerçek Yaşama Dair Etkilerini Öne Çıkaran Durumlar



Aynı başlık altında değerlendirmemiz gereken bir diğer durum ise oyun içerisinde verilen "emek" anlayışıdır. Emek anlayışı yine oyuncular tarafından oldukça ön planda tutulan, sanal ve gerçek yaşam arasında bağ kuran önemli konulardan biridir. Çünkü oyuncular, maddi ya da manevi açıdan birçok şekilde oyun içerisinde emek vermekte hatta verilen bu emek bazı durumlarda sadece sanal oyun içerisinde kalmayıp gerçek hayatla da bağlantı kurabilmektedir. Dolayısıyla böyle bir bağın, doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim davranışlarını etkileyebileceği de kaçınılmazdır. Oyuncuların birçok sebeple oyuna emek vermesi, bu durumun da kimi zaman maddi imkânlarla sağlanabiliyor olması konuyu detaylıca incelemeyi gerektirmektedir.

Oyuncuların kendi sözlerinden de anlaşıldığı gibi emek anlayışı çerçevesinde birçok noktayı değerlendirmek mümkündür. Öncelikle kişiler, emek için zamanlarını harcadıklarından bahsetmektedirler. Kısa ya da uzun zaman bu oyunlar için belirleyici olabildiğinden, mümkün oldukça daha fazla süre oyunun oynaması gerekliliğinden bahsedilmiştir. Böylelikle de oyun içindeki durumun daha iyi olabileceği aktarılmıştır.

Ayrıca yine emek bakış açısı için öne çıkan başlıklardan birisi maddiyattır. Oyuncular, maddi açıdan emeği doğrudan gerçek para ile değerlendirebilmektedirler. Bir diğer mesele de oyun içerisinde çok daha iyi noktalara gelebilme isteğidir. Bu yüzden ciddi bir emeğin oyun içerisinde harcanabileceği belirtilmiştir. Duman ve Özdoyran (2018), ele aldıkları çalışmada internet kullanıcılarının hiçbir karşılık beklemeden bu ortamlarda emek harcayabileceklerine değinmişlerdir. Böylelikle anlatılanların literatürde karşılık bulduğunu söylemek de mümkündür.

> Daha önce de size örnek verdiğim gibi, gerçek hayatta bazı şeylere emek verdiğimiz gibi, bu oyunda da bazı şeylere emek veriyoruz. Ve hani bunun için para yatırıyoruz, insanlarla yeri geliyor görüşmemizi kesiyoruz, oyuna vakit harcıyoruz. Maddi, manevi yönden her şekilde oyuna bir katkı sağlıyoruz, kendimize katkı sağlıyoruz bu şekilde yani. Mesela ben bu oyunu oynadığımda gerçek hayatta almak istediğim bir eşyayı almayıp oyunda aldığım veyahut da işte canım sıkıldığı zaman biriyle tartıştığım zaman manevi yönden şu şekilde iyi oldum. Oyuna girdim oradaki arkadaşlarla oynadığımız zaman takım oyunu içerisindeyken aşırı bir mutluluk olduğunu söylemiştim ya işte o hayat içerisindeki sıkıntıyı, stresi orada attım. Dolayısıyla biz bu oyuna emek veriyoruz. Nasıl bir zanaatkâr, yaptığı bir işe emek veriyorsa, atıyorum bir resim yapıyorsa o resim onun için bir göz nuruysa, bu oyun da bizim için aynen o şekilde! (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Oyun içi emek anlayışı dediğim gibi hani böyle rank sistemiyle hani ben gittikçe lig yükselmek için uğraşırım. Şeyde de *Metin2*'de de aynı şekilde mesela metin taşı kesersin böyle gittikçe güçlenirsin hani. Oyunda ileri bir düzeye gelebilmek için. Zaten her oyunun bir sınırı vardır zaten hepsinin dediğim gibi. Oyunun en üstüne çıkmak benim için emektir yani. Ben ona sonuçta vaktimi öldürüyorum hani zamanım gidiyor, her maç otuz dakika sürüyor neredeyse *LoL*'de. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Oyunda her şeyden önce en değerli, parayla ya da maddi bir şeyle ölçülemeyecek olan zamanımızı harcıyoruz. Bu zamanın kıymeti oyunda pek belli olmuyor. İnsanlar zamanı kaybettikten sonra değerlini bilebiliyor. Oyun içinde emek veriliyor, heroların ve karakterlerin güçlendirilmesiyle ilgili. Fakat senelerce emek verilen bir hero ya da bir karakter, yapımcının bir olumsuzluk görmesi halinde hesabını da kapatabiliyor tek yanlı olarak. Ve bunda da hukuken de hiçbir şey yapamıyorsunuz. Bu tabii gösteri ya da ona emek veren insanları zor durumda bırakıyor hem psikolojik olarak hem maddi olarak. Belki yatırım yapmıştır, hem ekonomik olarak da sıkıntıya sokabiliyor. Çünkü yeni bir hero ve karakterin tekrar aynı özelliklere gelebilmesi için belli bir müddet ve zaman ve emek harcaması gerekiyor. Oyun her şeyden önce bir maddi imkân gerektiren bir şey. Oyun oynayabilmek için bilgisayarının olması gerekiyor. Bu bilgisayarın internete bağlı olması gerekiyor, üçüncüsü de bu bilgisayarın oyunu kaldırabilecek güç ve imkâna sahip olması gerekiyor. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

> Oyun içi emek bu oyunların temeli zaten. Oynanmasını sağlayan özellik oyun içi emek. Bu oyun içi emeklerde ne kadar süre harcarsak o kadar güçlü oluruz ve o kadar iyi oynarız, o kadar taktiksel düşüncemiz gelişir. Çünkü ne kadar çok vakit harcarsak, oyuna ne kadar çok emek verirsek o kadar güçlü bir hesabımız oluyor ve o kadar güçlü bir hesabımızın maddi değeri de artıyor ticarete dökmek konusunda daha gelişmiş oluyor, o çar (oyun karakterlerinin genel adı) diğer çarlara göre daha fazla para ediyor. Oyunlarla gerçek hayat arasında ister istemez bir bağ oluşuyor hani bunu kimse yansıyamaz. Ve arkadaşlarım vardı bu işi gerçekten ticarete dökmüşlerdi oyunlarda uzun süreler harcıyorlardı. Hesaplarını güçlendirip daha yüksek meblağlara, nakde döküp satıyorlardı. Bu işten para kazanıyorlardı… Evet, maddi ve manevi açıdan emek verip kazanç sağlanıyordu. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

> Evet. Yani bu maddi, manevi, maddi açıdan inceleyecek olursak oyuna tabii ki bir yatırım yapıyoruz. Paramızı ortaya koyuyoruz. Eşya satın alıyoruz ya da ne bileyim, ondan sonra kostüm satın alıyorum, ürün satın alıyorum bu şekilde de zaten farklı anlamda bir emek harcıyorsun. Manevi açıdan değerlendirecek olursak zaman harcıyorsun karakterini güçlendirmek için. Sürekli uğraşıyorsun, yönlendiriyorsun, çıkıyorsun, oynuyorsun ya baya bir emek harcıyorsun yani. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular, genel anlamı ile oyuna zaman harcama ve buralara belirli bir maddiyat yatırma durumuna emek bağlamında önem vermektedirler. Lakin bu durumun dışında oyunu gerçek hayatla bir görme anlayışı da bu başlık altında kendini gösterebilmiştir. Oyun içerisinde güzel anıların yakalanması ya da oyunu çok daha güzel hale getirme isteği bu açıdan değerlendirilebilmektedir. Oyundaki güzellik ve güzel anlar, oyun ve gerçek yaşam bağını bir araya getirir niteliktedir. Ünal Miçooğulları (2018), gerçekleştirmiş olduğu çalışmada duygulanımsal açıdan emek anlayışına değinmiştir. Böylelikle oyunlar içerisinde var olan emeğin, duygusal olarak da bağ kurabileceği gözler önüne serilmiştir. Bu da uzun saatler neticesinde ortaya çıkabilen oyun içi emeğin, literatürde de farklı açılardan var olduğunu ortaya koymaktadır.

> Maddi ve manevi açıdan değerlendirmek, aslında bu baya bir değişik çünkü bazı oyunlar vardır saatlerinizi gömersiniz, günlerinizi, aylarınızı hatta yıllarınızı bile gömdüğünüz bu oyunlar bu sizin için çok önemli bir yere sahip olur. Bu nasıl bir örnek versem, mesela diyelim bir şey yaptınız, resim çizdiniz. O resmi yapmak için kullandığınız o fırça, kullandığınız o boyalar ve bunu yapmak için uğraştığınız tıpkı bir resme, o güzelleştirme çabasına

benzemekte. Oyuna bir yandan da bu emek maddi ve manevi değerinden resimlere, sanatlara benzemekte. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Oyun içi emekte maddi açıdan bu zamana kadar yatırdığımız paralar tabii ki de boşa gitmesi insanı baya üzebilir. Yani ne kadar maddi durumunuz ne kadar iyi olursa olsun, o kadar biriktirdiğimiz anılar, biriktirdiğimiz o kadar riot puanları boşa gitse tabii ki de insan doğal olarak üzülür. Manevi açıdan da şöyle düşünebiliriz. Çoğu hani biz burada biliyoruz ama bazen stres atmak yerine benim bile şu anda stresi aşmış bir şekilde eğlencesine değil profesyonel bir şekilde oynamaya çalışıyorum. Bu oyunu oynarken profesyonel şekilde oynadığımız için kendi ailemizden, kendi arkadaşlarımızdan, yakın çevremizden kendimizi men etmiş oluyoruz. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Şöyle, oyunlarda biraz bir para, maddi açıdan para kaybım olmuş olabilir ama manevi açıdan bana çok dost kazandırdı. Oyunda daha çok şey kazandırdı emek kasıp sabahları uykumdan aldı, arkadaşımla buluşmamı engelledi belki ama oyunlardaki arkadaşımı arttırdı, bağlılığım arttı, dostluğum arttı, insanlarla ilişkilerim daha çok iyi olmaya başladı. Konuşmam düzeldi, yani gerçek hayatta olduğu gibi herkesle konuşabiliyorsun burada, şey yapabiliyorsun yani istediğin her şeyi yapabiliyorsun. Gerçek hayatta olmamasına rağmen yani evde olarak dışarı çıkmış gibi arkadaşlarla sohbet ediyorsun, birlikte aktivite yapıyorsun, oyun oynuyorsun yani bu. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

Şimdi bu adamlar bu işi meslek olarak yapıyor ve turnuvalara katılıyor. Şimdi bu adamların oyuna para yatırma isteklerini çok normal karşılıyorum. Çünkü bu adamlar artık bunu sahiplenmiş, hani benimsemişler, bir meslek olarak yapıyorlar. Bir de meslek olarak yapmayan arkadaşlarımız var. Onlar ara sıra para yatıran arkadaşlarımız. E-spor evleri hani, game house hani gibi şeyler hani kulüpler kuruluyor ve aynı evde yaşanıyor. Turnuvalara hazırlanılıyor. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Oyun içi emek anlayışı manevi açıdan çok önemli. Çünkü normal bir oyun yirmi, yirmi beş dakika sürüyor, otuz dakika sürüyor bazen o kadar çekişmeli oluyor ki daha uzun sürebiliyor. Bu açıdan manevi açıdan gerçekten ciddi bir oturuyorsunuz zamanınızı veriyorsunuz belki de çok önemli bir şey oluyor bu çok büyük bir emek. Maddi açıdan da ayrıyeten bu kostümler olsun bazı eşyalar olsun bunlara da çünkü kazandığınız maddiyat için de bir emek harcıyorsunuz. Aynı derecede önem veriyorum. Bu emek anlayışı bence bu kadar bununla sınırlı. Yani siz ne kadar zamanınızı harcıyorsanız, siz ne kadar maddiyat ayırıyorsanız bu oyunlar için o kadar da emek harcıyorsunuz demek. Gerçek bilfiil gerçek hayattaki emekten de hiç farklı yok bence. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular genel anlamı itibarıyla tekrar tekrar zaman harcama ve para yatırma konusuna emek çerçevesinde değinmektedirler. Bunlarla paralel olarak oyun ve gerçek

yaşam arasındaki bağa da birçok noktadan değinilmiştir. Çünkü kişiler, gerçek yaşamlarındaki zamanlarını ve ceplerindeki maddiyatı buralara sunabilmektedirler.

> Oyun içi emek biz oyuncuların en önemsediği konulardan biri. Mesela çocuğun teki çok para yatırır oyuna yani deliller gibi zengindir, çocuk çok para yatırır. O çocuk bizim verdiğimiz emeği bir dakikada yapar. Biz onu bir saatte yapıyorsak o çocuk bir dakikada halledebilir. Yani oyun içi emek konusunda bence para unsuru öne çıkarılmamalı benim açımdan öyle. Manevi değer olarak da hani nasıl diyeyim, bir şey hissedersin yani insanlara karşı arkadaş ortamının oluştuğunu düşünürsün manevi olarak öyle bir şeyler. Mesela benim Birkan Abi diye çok önemli bir tanıdığım var. Çok da severim kendisini. Biz çok sohbet ederiz, çok konu konuşuruz, yani benim için manevi açıdan önemli biri. Gerçekten çoğu gerçek hayatta tanıdığım çoğu arkadaşımdan daha güzel bir insan. Bu açıdan benim için arkadaş edinme açısından çok önemli. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Emek olarak düşünürsek anlayışında *Metin2*'de dediğim gibi kendi karakterini oluşturduğunda ve geliştirmeye çalışan bir kitle. Ben bunun hakkında büyük bir emek sarf edilir mi, evet sarf eden var ki ben de öyle biriyim. Bundan bir üç yılımı, dört yılımı bir *Metin2*'ye vermiş bir oyuncuyum ben de. Ama emek bakımından çok zamanlarımız oldu mu, oldu evet. Karakterimizi geliştirmek için zaman harcadık mı, harcadık. Kısmi bir yatırımlar yaptık mı, evet yaptık. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Oyun içi emek anlayışı. Şimdi oyuna dediğim gibi zaman harcayanlar var. Onlar zaman yönünden emek harcıyor oyuna. Günlerini geçiriyor, saatlerini geçiriyor, aylarını geçiriyor. O şekilde geliştiriyorlar oyunlarını. O zaman doğrultusunda oyunda istediği bir seviyeye geliyor. Mesela dediğim gibi oyunda sosyalleşme falan oradan arkadaş kuruyor. O arkadaşlığı, arkadaşı görüyor onun hesabını o ondan daha iyi oynadığı için. Belli bir miktar para karşılığı hesabı ondan isteyebilir. E diğer türlü para konusuna geldiğimizde, belli bir miktar para yatırıp hani seviyesini artırabilir, karakterini iyileştirebilir, *item*lerini güçlendirebilir o da zaten hani parasal yönden bir harcama olduğu için emek sarf etmiyor aslında. Bir iki günde olabilecek bir şeyler onlar. Hem kendinden veriyorsun hem zamanından veriyorsun oyundan gene de kalkmıyorsun yani biraz da bağımlılık yaptığı için olabiliyor bunlar. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

> Bunu da olumlu yönden değerlendiririm. Sonuçta insanlar bu paralarını harcıyorlar yani şöyle söyleyeyim olumlu ya o şekilde söyleyeyim. İnsanların bu oyuna yaptıkları şeyler manevi açıdan falan vakitlerini veriyorlar, zamanlarını veriyorlar, yeri geliyor aç kalıyorlar, soğukta oynuyorlar, sıcakta oynuyorlar yani bu şekilde söyleyeyim. Ben kendim bu oyunu dört, beş seneden beri oynuyorum yaklaşık. Maddi açıdan da mesela bir insan gelirinin belki çeyreğini bu oyuna falan verebiliyordur… Evet, üzüldüğüm olmuştu, sonuçta yemek vakti geldiği zaman ailem beni çağırıyor ama ben oyundan vazgeçemediğim için aç kalıyordum ve aç kalınca da üzülüyordum… Bazen oluyordu yani gitmek zorunda kalıyordum, oyun kalıyordu o şekilde üzülüyordum falan. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Eğer bir şeyi, bir şey için uğraşıyorsanız eğer onun karşılığını her zaman almak istersiniz. Yani eğer şöyle bir şey olsaydı oyunlarda sürekli çabalasaydınız ama hep aynı seviyede kalsaydınız ve kendinizi geliştiremeseydiniz, bu oyunu bir insan ne kadar oynayabilir? Ya o yüzden oyun içinde emek çok önemli bir kavram. Sadece tek başına ulaşılabilen bir şey de değil bu. Az önce bahsettiğimiz loncalarla ya da kulüplerle de bu birlikteliği sağlayarak oyuna emek vermeniz hani manevi açıdan insanı daha da mutlu hale getirebiliyor. Yani bir de şöyle bir şey var tabii, manevi açıdan maddi açı, manevi açıdan katkıları çok fazla. Maddi açıdan da şöyle bir şey. Mesela ben oyunda emek veriyorum kendi karakterimle kendimi bir bütün halinde görüyorum. Hani o yüzden karakterimi satmak istemem mesela. Ama bazı oyuncular şöyle bir şey ki bilerek, bu sebeple karakterlerini kasıyorlar, iyi bir yere getiriyorlar, onlar için *item*ler alıyorlar, o karakteri iyi bir seviyeye getiriyorlar ve bunu normal günlük hayatta kullandığımız para üzerinden bu karakterleri satıyorlar mesela. Benim çevremde arkadaşlarımdan gördüğüm kadarıyla mesela, böyle ev eşyaları alan arkadaşlarım oldu oyun karakterlerini satıp işte kahve makinesi alan oldu, televizyon alabilen oldu. Cidden ciddi paralar dönüyor yani. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların çok çok azı maddi açıdan yatırılan parayı doğrudan emek olarak görmese de dolaylı olarak bütün bu yapılanlar, neredeyse tüm oyuncuların da ifadesiyle emek çerçevesinde kabul edilmektedir. Çünkü oyuna yatırılan gerçek para da gerçek hayatta bir şekilde emek verilerek elde edilmektedir. Oyuncuların neredeyse tamamı yine, manevi emeği çok daha fazla ön planda tutmuşlardır. Buralarda harcanan zamanı, yakalanan güzel anıları ya da birçok yeni birlikteliği oldukça önemsemişlerdir.

> Her şeyde emek verildiği zaman herkes hakkını almak ister. Bu oyun içinde de aynı şey geçerli mesela. Bir ev hanımını örnek vereyim ben size. Bir el işi yapıldığı zaman veya bir herhangi bir yemek yapıldığı zaman, aklınıza artık ne gelebiliyorsa, bunu ticarete döktüğü zaman, satıma sunulduğu zaman alınmıyorsa çok kötü bir şey. Hayal kırıklığı ama değerinin fazlasında da satılıyorsa çok güzel bir şey. Bu oyun için de aynı şey geçerlidir. Emeğini alabiliyorsa demek ki alabiliyor ki daha da ileriye dönük bir şeyler düşünülebiliyor, para, ticaret her şey dönebiliyor. Emek varsa zaten her şey çok güzel. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

> Emek olarak ben örnek veriyorum, dört yüz levele yakın bir levelim var oyunda örneğin. Ama para olarak değil de buna yıllarımı kattım desek daha doğru olur. Yıl olarak olur, oyun açısından kendi becerini geliştirmeye çalışmakla olur başka ne olabilir? Maddi açıdan oyuna para yatırdım, evet. Emek çaba sarf ederek yapılan bir iştir. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Tabii şöyle söyleyebilirim bunu, mesela siz bir karakterinizi güçlendirmek ya da onu daha ileri seviyelere taşımak için gece gündüz

> oynayabiliyorsunuz. Karakterlerinizi güçlendirmek için, yeni seviyeler atlayabilmek için bunu oynuyorsunuz ama daha sonra bir oyun yanlışlığından ya da farklı bir sebepten dolayı bu karakteriniz çöküşe uğruyor. Ve o çöküşe uğradığı zaman siz otomatikman çöküşe uğrayabiliyorsunuz, çünkü burada hani verilmiş bir emek var. Bu şekilde maddi açıdan da şöyle anlatabilirim, toplu paralar çok büyük miktarda paralar harcamadım ama bunu yapan ya da daha çok para yatırımında bulunan arkadaşlarım var. Onların mesela maddi açıdan zararı olabiliyor. Sonuçta o *item*leri ya da sandıkları düşürmek ya da almak için cebindeki son paraya kadar yatıran insanları biliyorum. Yani tabii ki bu emek hem maddi hem manevi açıdan insanları çok yaralayabiliyor. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

> Tabii ki oyun içinde en az mesela bir yirmi dakikalık oyunlarımız oluyor. Manevi açıdan bazıları "afk" kalıyor. Yirmi dakikalık bir oyunda harcadığımız zamanda karşı taraftan afk kaldığında içinde afk kalındığı zaman, almış olduğumuz oyunu kaybedince manevi açıdan olumsuz buluyorsun tabii. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

> Hem maddi hem de manevi bir emek istiyor. Maddi emek derken belki hiçbir paranız yok. Ama cüzdanınızda ama sırf bu oyun için biriktirmeye başlayabilirsiniz yeni *item*ler satın almak için. Manevi açıdan bence daha fazla emek var. Çünkü dediğim gibi en önemli şeyini yani geri alınamayacak bir şeyi feda ediyorsun oyun için, zamanını. Çok akşam hatırlıyorum sabaha kadar oyun oynadım ve hiç uyumadan okula gittiğimi. O yüzden de büyük bir emek gerektiriyor. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

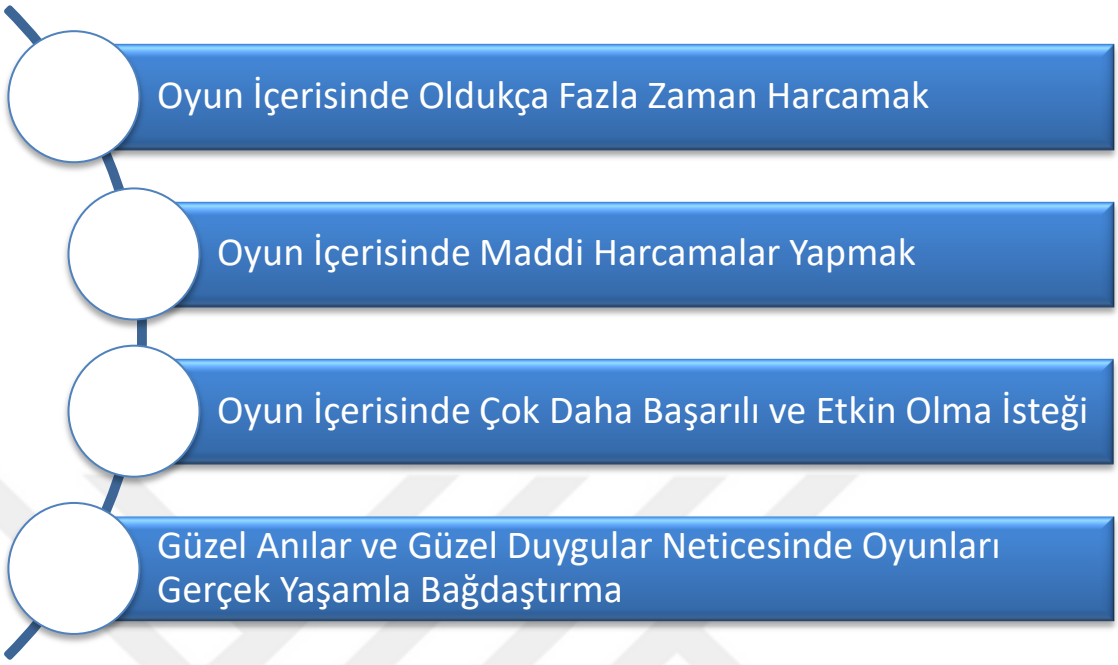
Oyuncuların tüm ifadelerinden de anlaşıldığı gibi oyunlar ve gerçek yaşam arasında sıkı sıkıya birçok açıdan bağ olabilmektedir. Özellikle emek, bu bağın oluşmasında en önemli başlıklardan biri olarak görülebilmektedir. Maddi ya da manevi emek, oyuncuların oyunlarla bir arada olmasına yardımcı olabileceği için detaylıca incelenmeyi hak etmektedir. Çünkü emek kapsamı çerçevesinde oluşan bağlar, tüketim anlayışıyla da ilişkilenebilmektedir. Oyuncular, oyun içi manevi açıdan emeği genellikle zaman geçirme olarak görmektedirler ve bu durum gerçek anlamda etkili olabilmektedir. Kişiler uzun saatler boyunca aynı oyunları oynayarak belirli alışkanlıklar kazanabilmekte, böylelikle de kendilerini oyuna verebilmektedirler. Yine benzer durum maddi açıdan da geçerli olmaktadır. Oyunda çok daha iyi konuma gelebilme isteği ya da farklı sebeplerden ötürü oyuna yatırılan paralar, gerek ticari işlemlerle farklı boyutlar kazanabilmekte, gerekse maddi bağlantıdan ötürü gerçek ve

oyun arasında bir bağ olarak görülebilmektedir. En nihayetinde maddi ya da manevi ilişkilerin sonucu ortaya çıkan bu emek bağı, tüketim alışkanlıklarının gerçek yaşam ve oyun arasındaki ilişkisini göstermeye de yardım eder niteliktedir. Çünkü oyuncular gerçek yaşamlarında daha çok zaman geçirdikleri, daha çok sevdikleri şeyleri elde etmek için genellikle ödeme yapmaktadırlar. Oyun yapısı da bu açıdan düşünüldüğünde yaşam içerisine entegre olduğu için bunlar tüketim alışkanlıkları kapsamında ele alınabilmektedir. Ayrıca doğrudan maddi yatırımların oyuna aktarılması, oyunda çok daha iyi yerlere gelebilme, birçok açıdan oyun ve gerçek yaşam arasında bağ kurma, doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim anlayışını konuya dâhil etmektedir. Çünkü alışkanlıklar ve bağlar dolayısıyla elde edilmek istenen birçok ekstra özellik, ancak gerçek maddi güçle sağlanabilmektedir.

Tüm yorumlar dikkatlice incelendiği zaman emek kapsamında bazı başlıkları ön plana çıkarmak mümkündür. Oyuncuların, maddi ve manevi açıdan emek anlayışını, oyunlar kapsamında bağ olarak görmelerine yardımcı olan unsurlar şu şekildedir:

- ✓ Oyun İçerisinde Oldukça Fazla Zaman Harcamak
- ✓ Oyun İçerisinde Maddi Harcamalar Yapmak
- ✓ Oyun İçerisinde Çok Daha Başarılı ve Etkin Olma İsteği
- ✓ Güzel Anılar ve Güzel Duygular Neticesinde Oyunları Gerçek Yaşamla Bağdaştırma

Şekil 5. Oyuncuların, Maddi ve Manevi Açıdan Emek Anlayışını, Oyunlar Kapsamında Bağ Olarak Görmelerini Sağlayan Unsurlar



Yine oyun ortamının oyuncular açısından gerçek yaşamla bağlantısı kapsamında değerlendirilebilecek konularından bir diğeri de "e-spor müsabakaları ve turnuvalar"dır. E-spor müsabakaları ve turnuvalar, zamanın en popüler oyunlarından olup bugün hâlâ varlığını üst düzeyde sürdürebilen *Metin2* ve bugün en çok oynanan oyunlardan olan *LoL* için oldukça önem taşımaktadır. Bu yüzden gerçek yaşam ve oyun arasındaki bağı incelerken bu noktaya da değinmek gerekli olmaktadır. Çünkü oyuncular bu turnuvalar ve müsabakalar sayesinde birçok yeni bilgi öğrenebilmekte, oyunla tanışabilmekte ve bu kapsamda yapılan reklamlar ve tanıtımlarla oyun içi yatırımlara yönelebilmektedir. Böylelikle tüketim alışkanlıklarının da sanal ve gerçek yaşam arasındaki ilişkisi bu oyunlar bağlamında gözler önüne serilebilmektedir. Bunun sebebi ise bu turnuvalar ve müsabakalar çerçevesinde para ve ticari ilişkilerin, buralarda varlığını üst düzey göstermesinden gelmektedir.

Oyuncuların kendi söylemlerinden de anlaşıldığı gibi turnuvalar ve müsabakalar birçok açıdan gerçek yaşamla bir tutulabilmektedir. Oyuncular genel anlamı itibarıyla

bu sanal ortamı, gerçek ortammış gibi algılayabilmekte ve kişiler buralarda bağ kurmak istemektedirler. Diğer bir mesele de maddi kazanç durumudur. Oyuncular, yine genel olarak turnuvalardan ve müsabakalardan para kazanma amacıyla da buralara yönelebilmektedirler. Bu durum dolaylı olarak oyuncuların bu oyunlara yatırım yapabileceğine de destek verir niteliktedir. Çünkü çok daha iyi kazanımlar sağlanması için bu oyunlarda kendinizi geliştirmeniz gerekliliği bulunmaktadır. Bu da birçok açıdan maddi yatırımlarla olabilmektedir. Başka bir mesele de oyuncuların kendini gösterme isteğinden gelmektedir. Kişiler, oyun içerisinde kendi kalitelerini gösterebilmek ve benliklerini mutlu edebilmek adına buralara yönelebilmektedirler. Son olarak anlaşılan başka bir durum da oyuncuların oyuna yönelik olarak birçok bilgi kazanabilme imkânını buralarda bulabilmelerinden kaynaklanmaktadır. Kişiler çok daha iyi oyuncuların bulunduğu turnuvaları izleyerek kendilerine pay biçebilmekte ve böylelikle de oyunla daha çok iç içe olabilmektedirler. Tüm bunlar ise genel olarak incelendiğinde, oyuncuların oyunlarla arasındaki bağda turnuvaların ve müsabakaların da etkisinin olduğu anlaşılmaktadır.

> E-spor ve turnuvalar *Metin2 LoL* için, *Metin2* ve *LoL* için çok önemli. Şimdi şöyle bir şey var. Oyuncular birbirlerini tanıyorlar, hatta ve hatta hani oyunu hiç bilmeyen insanlar, oyuna meraklı olan insanlar, o turnuvalara katılıp oyunu öğreniyorlar. Oyunlar hakkında bilgi ediniyorlar, kendilerini geliştiriyorlar. Bu turnuvalar sayesinde diğer oyuncular kendilerindeki eksiklikleri tamamlıyorlar. Hani ödül kazanıyorlar. Maddi manevi açıdan çok mükemmel bir şey. Oyun hakkında tecrübeler kazanıyorsunuz. E-spor turnuvaları bu yüzden çok önemli. Ve hani bunların yanı sıra, bu turnuvalarda insanlar kendilerini göstermeye çalışıyorlar. Şöyle ki mesela, hani sizden daha önce de bahsettiğim gibi, sizden daha iyi bir oyuncu vardır ama siz ondan tecrübe kazanırsınız. Ayriyeten kendinizi ispatlama fırsatı bulursunuz bu turnuvalarda. Ve bunun yanı sıra ekonomik yönden, para kazanmak amaçlı bu turnuvalara katılınabiliyor. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Yani bu turnuvalar, açıkçası yapılması gerekiyor çünkü hani oyuncuların kendilerini kanıtlaması gerekiyor. Beni özendiriyor yani açıkçası. Ayrıca hani bu *LoL*'ün kendi yaptığı turnuvalarda her takımın kazandığı ödüller oluyor. *Metin2*'nin de aynı şekilde hani böyle loncalar, klanlar, savaşlar hani galip gelen kısma böyle para ödülleri verilebiliyor. Sonuçta oturduğun yerden para kazanıyorsun yani mantıklı bir şey. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Bana göre bu oyunların da diğer spor müsabakalarından pek farkı yok. Bir satranç turnuvası gibi, buna da akıl yürütülebiliyor. Mesela bir değişik spor aktiviteleriyle aynı. Burada da bu oyunlardan bazı karakterleri geliştirerekten para kazananlara çok şahit oldum. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

> Bu e-spor turnuvaları aşırı güzel oldu. Hem oradaki oynayan oyuncuları para ödülüyle motive ediyorlar hem de biz o e-sporları izlerken, zaten oynadığımız heronun en iyisini, hemen hemen en iyisini oynayan adam oynuyordu orada. Biz de o adama bakarak ya *item* dizilişini öğreniyorduk ya da hangi skillin kaçıncı dakikada hangi saniyede nasıl kullanılacağını öğreniyorduk. Ya da savunma nasıl yapılır onları öğreniyorduk. Onları izleyip kendi açımızdan gelişimimize yardımcı oluyordu. Ve o e-sporcularına özeniyorduk, onlar gibi oynamaya başlıyorduk, skillleri onlar gibi kullanıyorduk ya da onlar karşıdaki rakip kimse ona göre dodgeluyordu (rakibin hamlesinden kurtulmak) kullandığı skillini. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

> Ya bu turnuvalar aslında bir açıdan mücadele ettiğinizi gösteriyor aslında. Turnuvalarda oynadığın zaman daha iyi hissediyorsun. Bir farklı bir, bir şey kazanmamak var kazanan olmak istiyor insan. Bu turnuvalara katılmayı gerçekleştirebilirsin. Bu mutluluğu verebilir. Katılabiliriz. Burada da en azından oynadığın zaman beyin mücadelesi olduğunu gösteriyor. Oyun da olsa insan karşısındakine karşı bir mücadelenin içinde yani… Yani bana fiziksel değil ama hani bir fiziksel bir spor yaparmışsın da kazanırmışsın gibi o duyguyu bana hissettiren bir şey. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların genel olarak görüşleri tekrar tekrar incelendiğinde yine bazı durumların çok daha fazla öne çıktığını görebiliyoruz. Özellikle para kazanma ve oyuna para yatırma ilişkilerinin olması burada ön planda kendine yer bulmaktadır. Diğer yandan bilgi edinmek ya da kendini göstermek de yine oyunlar içinde önemlidir. Bütün bunlar da gerçek yaşam ve oyun arasında bağ oluşmasına katkı sağlayabilmektedir. Literatürde ise Kocaömer (2018) yapmış olduğu çalışmada, e-spor alanının ekonomik yönüne vurgu yapmıştır. Buralardaki farklı döngülerin, markaların, sponsorluğun ve tüm bunların neticesinde ortaya çıkan olumlu algıların oyunlar ve gerçek yaşam arasında nasıl etkili olduğuna değinmiştir. Böylelikle e-spor kapsamında literatürden de destek sağlanabilmiştir.

E-spor müsabakaları, şu an mesela haberleri takip ettiyseniz *LoL* turnuvasına ve UEFA Şampiyonlar Ligi turnuvasına gelmek için heyecan aynı. İkisinde de aynı heyecan var. Bu oyunlar için de heyecan var. Fakat bir fark var. Mesela e-sporlarda sizin el beceriniz ve oyun beceriniz önemliyken, normal sporda yeteneğiniz ve vücut yapınız önemli. Örneğin bu e-spora daha çok katılım olmasının sebebi, spor yapamayacak insanlar, engelli veya gerçekten bir sıkıntısı olan hastalıklı insanlar, spor yapamadığından veya sporda öne geçemediğinden dolayı e-sporlarına katılarak bir zafer elde edebilirler. Bir meslek gibi, bir spor mesleği. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Normal e-spor turnuvalarında eskiye nazaran o zamanlardaki turnuvalara nazaran şu anda, bu turnuvalarda genel itibarıyla dediğim gibi stresten uzaklaşmak için değil de profesyonel oynayan insanların daha çok para kazanma maddi açıdan, manevi açıdan da olabilir. Çok fazla para dönüyor işin içerisinde ve insanlar da paradan kendi hayatını devam ettirme amaçlı bir nebze olsun yararlanmak istiyorlar. Şirketlere nazaran bu e-sporda profesyonel oynayan kişilerin kendileri de çok büyük meblağda paralar döküyorlar bu meblağın içine. Bu mecrada insanlar genellikle profesyonel oyuncular özellikle kupalar olsun, kendi takımların reklamları olsun, basılan milyonlarca tişörtler olsun ayrıyeten farklı farklı malzemeler üzerinde kendi logolarını, kendi isimlerini görüyorlar ve bunun üzerine bu kişiler özel olarak çok daha fazla büyük miktarda paralar ortaya döküyor. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Aynı şekilde gene bir takım oyunu oynanan bir turnuva. Tamamen takım içi ilişkilere bağlı, oynamaya bağlı olan bir şey. Nasıl diyeyim, gene bir takım oyunu oynanan bir turnuva tamamen takım içi ilişkilere bağlı oynamaya bağlı olan bir şey ucunda tek kaybı olan para kazanıyorsun. Yani bir şekilde verdiğin parayı tekrar kazanma şansı yakalıyorsun bu çok güzel bir şey yani. Emek veriyorsun bunda kendi emeğinle bir para kazanıyorsun yani nasıl emek verip, çalışıp, para kazanıyorsun bunda da aynı şekilde ter döküp, çalışıp, para kazanıyorsun. Bu zor bir şey yani, gerçek hayatta olduğunun benzeri bir şekilde. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

Şimdi şöyle bir şey önce arkadaşlıkla başlıyor sonra bu oyun üzerinde bu savaşlar başladıkça turnuvalara katılma isteği geliyor ve bir zaman sonra zaten teklif geliyor sana hani gel bizim takımımızda oyna ve e-spor turnuvalarına katılalım gibisinden. Hani koçlar oluyor mesela nasıl bir futboldan örnek vereyim mesela transfer olayı da olabiliyor mesela teklif geliyor oraya bırakıyor diyelim diğer takıma geçiyor. Çok iyi oynadığını görürse daha üst bir takım hani gel bizim takımımızda oyna diye bir mesaj da yollayabiliyor. Sosyalleşme açısından çok iyi bir etkinlik diye düşünüyorum. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Harika bir şey. Ben zaman zaman zamanımı ayırıp örnek almak için bu özellikle *LoL* e-spor müsabakaları bana çok ilginç geliyor çok heyecanlı ve düzeyli geliyor. E-spor müsabakaları hatta ligler faklarına arada bakıyorum, izliyorum. Nasıl oynamışlar ne güzel hoşuma gidiyor oradaki oyunlar harika bir şey. Ha maddi açıdan şirketler için bence çok iyi bir reklam oluyor bu oyunu düzenleyenler için mükemmel bir maddi gelire olanak sağlayan mükemmel bir reklam oluyor. Ve bu ayrıca bu e-spor oyuncuları da bu

> maddi olarak bundan faydalandığını düşünüyorum yani. Mesela bu tüketici anlamda nasıl etkileniyorlar, burada e-spor müsabakalarında biraz şöhret kazanıyorlar ya şöhret kazandıkları zaman ister istemez insanın bir egosu var. Bu hepimiz için geçerli. Ön plana çıkmak bence onları motive ediyor yani. Bu tür reklam hele hele e-sporcuların bu davranışları bence oyun içi harcamalara tam yöneltiyor, tam. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Kişilerin görüşlerini değerlendirdiğimiz zaman yine benzer başlıkların ön plana çıktığını görmüş bulunuyoruz. Özellikle oyundan para kazanma ya da oyuna para yatırma işlemleri, oyunlardan bilgi ve taktik kapabilme beklentileri, oyun ve gerçek yaşam arasında bağ kurabilme isteği ya da buralarda kendini gösterebilme düşüncesi oldukça önemlidir. Ayrıca Aktuna ve Ünlüönen (2017) ele almış oldukları çalışmada farklı bir noktaya dikkat çekmişlerdir. E-sporun bir turizm çeşidi olabileceği, buralardaki oyunları izleyenlerin farklı bir kitle oluşturabileceği, turnuvaların ve yarışmaların ekonomik olarak değerlendirilebileceği belirtilmiştir. Böylelikle önceki çalışmalardan çıkan sonuçların, oyuncuların kendi yorumlarıyla örtüşebildiği de görülebilmektedir.

> *Metin2*'den yola çıkarsak lonca savaşları oluyor ve bu çok çok fazla mesela bir sürü kişi, yüz kişi mesela yüz kişiye yüz kişi savaşıyor. Ve bunlar çok güzel organize olabiliyor. Ve çok güzel şekilde hani birbirine destek sağlayabiliyor. Biri sağa gider biri sola giderse o oyunu yenmenin imkânı yok mesela *LoL*'de de öyle. E-sporda mesela middeki adam ss vermezse bu adam kayboldu demezse adam bota gider bottakileri öldürür. O zaman da kaybedersin… Ya maddi açıdan tabii ki çok önemli. Mesela bu adamlar oraya sadece oyun oynamak için çıkmıyor para kazanmak için de çıkıyor mesela turnuvalar için bir günlüğüne adam kiralayan da var bu oyuna. Oyunda para unsuru çok önemli bu turnuvada. Mesela adam *LoL*'den örnek veriyorum turnuvada oynuyor çok iyi oynadığı için adama skin çıkarıyorlar turnuvayı kazandığı için adamın skinini çıkarıyorlar, oyuna satışa koyuyorlar ve çok güzel para elde ediyorlar. Ve bu adama da bir miktar para veriyorlar bu açıdan çok önemli bir şey. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> *Metin2*'de eskiden dediğim gibi şöyle diyeyim belli başlı bir turnuvalar oluyor muydu, evet oluyordu. *LoL*'de ise dediğim gibi takım oyunu önemli, bir spor müsabakasına dayalı komple bir takım oyunu ve stratejiye bağlıdır. Takım oyunu ve takım stratejisine bağlı bir müsabakalar devam ediyor *LoL*'de. *Metin2*'de ise dediğim gibi hangi karakter güçlüyse, hangi herosu daha güçlü olduğuna dayalı turnuvalar olur, savaşlar ve VS'ler atılır. *LoL*'de ise de aynı takım oyunu dedik, strateji dedik, kaptan dedik, koçlarını

söyledik ve bu konuda büyük bir maddi açısından büyük bir paralar dönüyor mu, evet dönüyor. Daha çok *LoL*'de bu turnuvalarda baya bir yatırımcılar olmakta. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Şimdi bu turnuvalar ya en iyiler arasından çıkıyor en iyi ekipler arasından çıkıyor. Moralin daha iyi oluyor yan yana oynuyorsunuz. Karşınızdaki insanlar da hani en iyileri olduğunu biliyorsunuz onları oyun esnasında yenme şansınız var, yendikçe özgüveniniz daha artıyor siz en iyisi olmaya başlıyorsunuz. Hani en iyilerini yendikten sonra zaten o özgüvenle devam ettim mi oyundan kopamıyorsunuz, en iyisi daha da iyisi olmaya çalışıyorsunuz, dünya çapında bir etkiniz oluyor, isminiz duyuluyor. Ya öyle sosyalleşebiliyorsunuz. Oyuncular hem isimlerini duyuruyor orada, hani hem nasıl oynadığını gösteriyor, bunların canlı yayınları var, Youtube'da videoları falan var. Hem oradan kendilerini ön plana çıkarma şansları daha yüksek öyle de diyebilirim. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Ben bu şunu şöyle söyleyeyim. Ben de birçok turnuvaya katıldım, clash turnuvası olsun sonra bir sürü müsabaka falan izledim. Maddi açıdan zaten herkesi olumlu yönden etkiliyor, çalışmalar yapıldığında bunun karşılığı veriliyor. Yani, zaten bir sürü sosyal medya üstünde reklamları yapılıyor bu turnuvaların *LoL*'de olsun *Metin2*'de olsun. Bu da insanları cidden oyuna davet ediyor yani davet ediyor gibisinden... Ya ben zaten turnuvalara katıldığımda maddi açıdan katılmak istemiştim. Yani diğer yönden şu da var arkadaşlık bağlarının güçlenmesini söyleyeyim. Sonuçta clash turnuvalarını internet üstünden yani toplu bir halde girdiğimiz için bir ekip olarak girdiğimiz için arkadaşlık bağlarını da güçlendiriyor. Yani insanları oyuna daha çok teşvik ediyor sonuçta tek başına girmek var can sıkıntısını yaşamak var ve eğlenmek var bir de toplu bir halde girip, gülüp, oynamak var yani. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Ben fırsat buldukça katıldığım etkinliklerden bir tanesidir e-spor etkinlikleri. Zaten kendi yaşadığım şehirde de arada sırada oluyor böyle şeyler. Ve bilet fiyatları gerçekten çok ucuz. Hani bir öğrenci olarak düşündüğüm zaman bile ben rahatlıkla katılabiliyorum. Ama işin en güzel kısmı zaten hani gözünüz orada bilet parasıymış ya da şuymuş, buymuş görmüyor. Direkt arkadaşlarınızla o ortama girmek. İşte yiyecek bir şey, içecek bir şeyler alıp o oyunların değerlendirmesini yapmak, orada keyifli vakit geçirmek çok güzel. Yani ben şey olarak düşünmüyorum mesela, bazı insanlar çok yargılı. İnsanlar oyun oynuyor. Siz onları izleyerek işte, onlara para harcıyorsunuz daha iyi bir vakit değerlendirmesi olamazdı. Mesela şöyle düşündüğümüz zaman insanlar tiyatroya da gidiyorlar, sinemaya da gidiyorlar. Sinema da sonuçta, sinemada da yaptığınız etkinlik kısıtlıdır. Oyuncuları izlersiniz, ortada dönen senaryoyu izlersiniz. Ve o senaryonun size neler hissettirdiğine odaklanırsınız. Bu e-spor oyunları da aynı şekilde. Yani bu müsabakalarda siz oyuncuları izlerken aslında belki göreceğiniz bir taktik ya da onlardan kapacağınız herhangi bir şey sizi belki de başarıya götürecektir yani. Çünkü zaten düzenlenen bu müsabakalara vesaire katıldığınız zaman, insanların ne kadar birlik içinde olduklarını, kendi aralarında nasıl küçük cemiyetlere, cemaatlere bölündüklerini zaten görüyorsunuz. Yani o yüzden hem birlik bütünlük açısından hem de bu sistemin işleyişi için gereken

> maddi akış açısından çok daha önemli olduğunu düşünüyorum bu müsabakaların. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların açıklamalarına tekrar tekrar baktığımızda genel olarak aynı şeylerin ön plana çıktığını görmekteyiz. Para kazanma ya da oyuna para yatırma, oyun içerisinde oyuncuların kendilerini gösterebilme çabaları, oyun hakkında yeni bilgiler edinme isteği ve oyun ile gerçek yaşam arasında bağ kurma amacı bunlara örnek olarak gösterilebilmektedir.

> Ya bu, mücadele etmektir. Hani diğer spor dallarında da olsun, herhangi bir şeylerde de olsa bu mücadele etmektir. Para kazanmaktır. Yerini kaptırmamaktır. Ya birinci gelen bu turnuvalarda, birince gelenler zaten daha iyi bir şeyler yapmak için uğraşırlar. Hedeflerine farklı güçlendirmek için farklı şeyler düşünebilirler. Fikirler sunabilirler, yapabilirler. Yerini korumak amacı adı altında her şey yapabilirler ama kaybeden de kazanmak için bir mücadele sarf ederler. Kazanmak için uğraşırlar. Dediğim gibi kazananlar yerini kaybetmemek için, kaybedenler de daha iyi olup dereceye girebilmesi için paralar, hem maddi hem manevi olarak gruplaşma da olarak yapılabiliyor. Örneğin *LoL*'deki turnuvalarda mesela küçük çocuklar da katılabiliyor. Gençlerimiz olsun hatta biz olgun insanlar bile otuzlu, kırklı, ellili yaşlarda bizler bile aynı şekilde örnek alabiliyoruz. Bir hevesle bir heyecanla seyredip turnuvalara katılabiliyoruz. Örnekler almaya çalışıyoruz. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

> Şöyle düşünüyorum turnuvalarda mesela lig olarak diamond bir falan şartı koyuyorlar. Bu türlü turnuvalarda biraz daha alçağa indirgeyebilirler belki diye düşünüyorum. Turnuvalar gayet güzel, eğlenceli geçiyor. Yetenekli oyuncular gösteriyor kendini. Bazı mesela oyunda boost muhabbeti oluyor bu muhabbet çok saçma. Turnuvada da kendi hesaplarıyla katılıyorlar, sağlıklı oyun oynamaya çalışıyorlar, gayet eğlenceli geçiyor, öğreniyoruz… Maddi açıdan birtakım paralar kazanıyorlar evet. Ama bu hayattaki başarılarına engel olmadığı sürece gayet mantıklı. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Bu oyunda kendini gerçekten göstermiş, kanıtlamış ve seviye atlamış insanların tabii ki belirli bir seviyede birbirleriyle yarışmalarının güzel olduğunu düşünüyorum. Kendi insanının kendini kanıtlama açısından çok iyi olduğunu düşünüyorum. Zaten bunlar yapıldığında ben de genelde seyirci olarak katılıp izlemeyi tercih ediyorum. Çünkü ben de oynuyorum ama onlar kadar bir ileri seviyede olduğumu düşünmüyorum... Şöyle bu turnuvaların da bazıları tabii ki yine para yoluyla yapılıyor ve bu tabii ki oyun şirketlerinin işine geliyor çünkü onlar daha çok böyle yollardan daha çok para kazanıyorlar. Çünkü bu müsabakalar atıyorum normali iki ise bunlara dört katı miktarda para yatırıyorlar. Ve insanın kendini kanıtlaması açısından hani insanın gözüne gelmiyor o an yani. Çünkü onu kafana koyduğunda onu yapıyorsun… E tabii mesela bu turnuvaları biz izlediğimiz zaman hiç daha önce kullanmadığımız iksirleri ya da yeni kostümleri

görüyoruz. Biz de arkadaşlarımla mesela oynarken ya burada hani bunlar da varmış, bunu da yapabiliriz, bunu da oynayabiliriz diye. İnsanları daha çok teşvik ediyor böyle şeylere tabii ki. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

Onlar da oyunları daha bir farklı eğlence grupları diye düşünüyorum. Bu müsabakalar ve turnuvalar hakkında. Düzenlenen spor müsabakaları ve birçok turnuvalarda reklamların olduğu, birçok ödüllerin olduğu, usulleri ile yaptıkları müsabaka ve turnuvalarda da daha bir etkili. Ayrıca bu müsabaka ve turnuvalarda mesela *Metin2*'de Edilee vardı beni çok etkilemişti. *LoL*'de de Queen grubu vardı onun da maçı beni etkilemişti oyunlara yönelmeme neden olmuştu. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

Bunun önemli olmasının sebebi de bence yine birlik duygusu ve kendini öne çıkartma isteği. Ben bu turnuvalara hiç katılmadım ama katılmayı çok istemiştim. Çünkü bence her şeyden önce iyi oyun oynayabildiğini gösterebiliyorsun orada ya da kendini tanıtabiliyorsun, karakterini tanıtabiliyorsun. O yüzden bu turnuvalar kişisel olarak da çok önemseniyor. Yani kendini gösterme alanı olarak kullanılıyor… Oyuncuları teşvik ediyor maddi açıdan çünkü dereceye girenlere para ödülü veriliyor. Tabii bu derecelerin şeyine göre değişiyor birinciye daha büyük bir ödül tabii ki o şekilde devam ediyor. O yüzden kesinlikle şirketler de bunun farkında. Hem kendi oyunlarını tanıtmış oluyorlar ve bu dışarıdan bakıldığında daha zevkli bir şeymiş gibi gösteriyorlar çünkü bir sürü insan oyun oynuyor. Hem de maddi açıdan oynayan kişi de kazanıyor. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyunlar ve gerçek yaşam arasında farklı açılardan bağların oluşabileceği yine oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşılmaktadır. Bu bağların oluşmasında önemli olan noktalardan biri de oyunlar için yapılan turnuvalar ve müsabakalardır. Buralarda birçok noktadan oyuncular, oyun ve gerçek yaşam arasında bağ kurabilmektedirler. Çünkü kişiler oyunlarını oynarken bu kapsamda genellikle takım arkadaşlarıyla birlikte hareket etmektedirler. Bu da çoğu zaman oyuncuların gerçek hayatlarında da tanıdığı kişilerle olabilmektedir. Diğer yandan bu durum tüketim alışkanlıklarının, sanal ve gerçek yaşam arasındaki ilişkisini de aktarmaya yardımcı olur niteliktedir. Çünkü bu etkinlikler bağlamında yatırılan paralar ya da oyuncuların buralardan gelir elde etme amaçlı giriştikleri mücadeleler bu çerçevede değerlendirilmelidir. Oyuncuların oyun hakkında profesyonel oyunculardan bilgi alması, kişilerin kendilerini oyun içinde geliştirebilmeleri ya da birçok kişinin kendisini kanıtlama isteği gerçek maddi durumla ilişkili olabilmektedir. Böylelikle de oyunlar bağlamında tüketim alışkanlıklarının sanal

ve gerçek arasındaki ilişkisi ön plana çıkmaktadır. Ayrıca oyuncuların bazıları, para kazanmak amacı içerisinde kendini geliştirebilme adına çok daha fazla yatırımlar da yapabilmektedir. Öte yandan seyircilerin, o ortamdaki tüketim alışkanlıkları, ya da gördüklerini kendilerinde uygulama istekleri yine buraya dâhil edilebilir cinstendir. Bütün bu durumlarla birlikte ortaya çıkan bağ da nihayetinde tüketimle bütünleşebilmektedir.

Kişilerin görüşlerini bir bütün olarak incelediğimizde bazı başlıkları ön plana çıkarmamız mümkün olacaktır. *Metin2* ve *LoL* için düzenlenen e-spor müsabakaları ve turnuvaların, oyuncular ve oyunlar arasında bağ oluşturmasına yardımcı olan etkenler şu şekildedir:

- ✓ Oyunları Gerçek Yaşamla Bir Arada Görme İsteği
- ✓ Etkinliklerden Maddi Gelir Elde Etme İsteği
- ✓ Oyun İçerisinde Kendini İspat Etme Amacı
- ✓ Oyunlara Yönelik Daha Çok Bilgi Alma Düşüncesi

Şekil 6. *Metin2* ve *LoL* İçin Düzenlenen E-spor Müsabakaları ve Turnuvaların, Oyuncular ve Oyunlar Arasında Bağ Oluşturmasına Yardımcı Olan Etkenler



Son olarak yine oyunların gerçek yaşamla arasındaki bağa etki eden unsurlardan birini bu alt başlık altında incelememiz mümkündür. "Oyuncuların ücretsiz olarak sunmuş oldukları beklenti, öneri ya da istekleri" burada önemli olmaktadır. Çünkü gerçek yaşam ve oyunlar arasındaki bağda kişilerin gönüllü olarak yaptıkları işler de önemli olmaktadır. Oyuncular herhangi bir ücret talep etmeden oyun içerisindeki beklentilerini iletebilmektedirler. Yine aynı şekilde oyunlarda olabilecek herhangi bir eksiklik ya da açık da bu kapsamda giderilebilmektedir. Bu işlemler ise çoğu zaman oyuncular tarafından gönüllü olarak yapılmaktadır. Böylelikle buradan tüketim alışkanlıklarının sanal ve gerçek yaşam arasındaki ilişkisi de birçok açıdan anlaşılabilmektedir. Çünkü oyuncular, gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıklarını oyunlar içerisinde de gösterebilmektedirler. Müşterilerin satıcılara vermiş oldukları tavsiyeler, ürünler hakkında yapılan geri dönüşler bu kapsamda değerlendirilebilmektedir. Yine aynı durum sanal ortam için de geçerlidir. Böylece

kişiler oyunlara olan bağlılık ya da sevgilerini gösterebilmektedirler. Bu durum da doğrudan ya da dolaylı olarak oyuncular ve oyunlar arasındaki bağ çerçevesinde, tüketim alışkanlıklarında değerlendirilebilmektedir. Çünkü bütün bunlar oyun içi yapılan harcamalarda bir şekilde kendini göstermektedir.

Oyuncuların bu konu çerçevesinde görüşlerini incelediğimizde genel olarak birkaç noktanın ön plana çıktığını görmekteyiz. Kişiler, çok daha iyi hissetmek ve vakitlerini daha kaliteli geçirebilmek adına buralarda ücretsiz bir şekilde deneyim sunduklarını söylemektedirler. Ayrıca oyunu geliştirmek, oyunu daha iyi yapmak ve oyunun eksikliklerini düzenlemek adına da bu geri dönüşlerin yapıldığı bildirilmiştir. Öte yandan oyuncular oyunlarla kendilerini yakın gördüklerini ve bunlarla birlikte olduklarını, dolayısıyla bu yüzden de herhangi bir ücret talep etmediklerini söylemektedirler. Literatürde Küngerü (2016) yapmış olduğu çalışmada, dijital öykü anlatıcılığı ile birçok açıdan farklı anlatıların dile getirilebileceğini belirtmiştir. Oyuncuların kendi yorumlarını dikkatlice okuduğumuzda bu noktanın da oldukça önemli olduğunu görmemiz mümkündür. Oyunu geliştirmek ve oyunun daha iyi hale gelmesini sağlamak, doğrudan ya da dolaylı olarak kişilerin kendilerini ifade etme olanaklarını da etkileyebilecektir. Bu durum da oyuncuların dile getirdiklerini literatürle bağdaştırmamıza katkı sağlamaktadır.

> Bunun sebebi şu olabilir. Kişiler, oyunları kendilerine yakın gördükleri için hiçbir karşılık beklemeden yani mesela, sevdiğiniz bir insana bir şey, yaptığınız zaman illa bir karşılık beklemezsiniz. Ve bu oyunlarda insanlar toplanıp oynadıkları zaman veyahut da işte başka aktiviteler yaptıkları zaman, sohbet ettikleri zaman mutlu oldukları için illa bir şey beklemelerine gerek yok. Beklemeden de deneyimlerini sunabilirler. Kişiler bu oyunları sevdikleri için o ortamın, o oyunun daha iyi olması için hiçbir karşılık beklemeksizin dediğim gibi hani, mutlu oluyorsunuz oynadığın zaman, birçok insanla tanışabiliyorsunuz, muhabbet edebiliyorsunuz, normal hayatta da görüşebiliyorsunuz. Buradan mutlusunuz. Ve mutlu olduğunuz bu oyunu daha çok geliştirmek için hiçbir karşılık beklemeden deneyimlerinizi sunuyorsunuz. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Şu şekilde hani ne derler neydi ya, sistem var. Hani *LoL*'de düşük şeyli oyuncular ve yüksek elo (sıralama) oyuncuları vardır. Bu oyuncular hani şey

olur, *Metin2*'de de aynı şekilde adam hani oyunu böyle okur, gittikçe yükselir. Ondan sonra şey yapar, ne derler, seni lig atlatır *LoL*'de de. Bu oyuncular işte bazıları ücret beklemeden yapıyor bu işi. Bu işi bu şekilde yapmaları aslında bana göre kötü çünkü hani o oyuncu, hani o elonun oyuncusu değilse oyunu oynadığı zaman hani hem benim oynadığım oyuna yazık eder hem de kendi oyununa yazık eder. Yani o yüzden iyi bir şekilde değerlendirilmeli, yapılmaması gerekiyor. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Daha iyi hizmet alabilmek için, oyundan çok daha iyi zevk alabilmek için, vaktini daha güzel değerlendirebilmek için her oyuncunun kendine göre istek ve önerileri vardır. Bunu belli platformlarda veya e-mail yoluyla ya da yayıncının sitesinden bunları bildiriyorlar. Fakat ne kadarı gideriliyor, ne kadarı iyileştiriliyor onu bilemiyoruz. Fakat onların da bu tür istatistik yaptıkları, performans için sorular sorduklarını da gördüm. Bazen anket de yapıyorlar anketlere de katıldım. O anketler doğrultusunda da kendilerini geliştirmeye çalışıyorlar. Çünkü tasvip edilmeyen, sevilmeyen herhangi bir oyunun yaşama şansı yok. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

Böyle istek, şikâyet ve dileklerde ücret talep edilmesi o oyunu batırmaya yönelik bir harekettir. Nasıl açıklasam bunu şu an mesela şey, bir oyuncuların yüzde altmışı ya da yüzde yetmişi büyük çoğunluğu bir özellikten şikâyetçiyse ve bu şikâyet oyuna, oyunun yapımcılarına şikâyet etmek ücretli olsaydı oyunda yavaş yavaş oyuncu azalımı gerçekleşirdi. Çünkü bu oyuncu istek ve şikâyet oyunun gelişimine yönelik. Oyuncuların aklına gelen güzel fikirlerden alıyorlar, bu güzel fikirleri edinemeyince oyun kendi durduğu yerden sayacak ve bir süre sonra batacak. Bu dilek, istek ve şikâyetlerin ücretsiz olması oyunun kendi gelişimi ve oyunu düzenlemek açısından çok önemli. Oyuncular açısından bakarsak oyuncular da bu oyunu oynarken herhangi bir ücret talep etmiyor, çünkü orada güzel vakit geçiriyor. Evde vakit geçirecek bir şey bulamıyor, sıkılıyor ve orada sanki kendi benliğine bürünüyor. Çünkü o sanal dünya denen bir şey var. O oyuncu kendini orada bir dünya oluşturuyor. Ve bu ücretli olursa oyuncu ve oyuncunun sanal dünyası ve yapımcı arasındaki bağı kopartıyor. Haberleşme ücretli olamaz o yüzden. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

Evet. *Metin2* ve *LoL* oyuncularının öneri ya da isteklerini ücret beklemeden sunmalarına dair, yani bu güzel bir şey. Bence ücret beklemeden bu şekilde sunmaları, oyunu daha iyi bir noktaya, bu oyunu nasılsa bu insanlar da oynuyor. Parası olanlar da oynuyor. Burada ücret, sonuç olarak düşünecek olursak, inceleyecek olursak tekrar bu soruyu, kişiler karakterlerde kedilerini görmek istiyor. Veya bu karakterlerde kendilerine dair eksik kalan yanlarını işaret etmek istiyor bence. Buna örnek olarak da *LoL*'deki karakterlere karşı kendi isteklerini iletiyorlar. Mesela bir oyunda hoşuna giden bir karakterin değişimlerine dair, kendi düşüncesi ya da davranışlarına göre şekillenecek bir karakteri sonuç olarak buraları yani demek istediğim dediğim gibi kendilerine hitap ediyorlar… Evet. Sonuç olarak oyunu sevdikleri için karşılık beklemediklerini söyleyebiliriz. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların söylediklerini genel olarak değerlendirdiğimiz zaman yine benzer şeylerin ön planda olduğunu görmekteyiz. Oyuncular genel olarak oyunun gelişmesi için bu tür geri bildirimleri yaptıklarını söylemektedirler. Ayrıca yine çok daha iyi zaman geçirmek ve iyi hissetmek için bu durumu gerçekleştirdiklerini belirtmektedirler. Bunlarla birlikte oyuncular, oyunlara karşı kendilerini birçok açıdan yakın hissettiklerini belirterek de deneyim aktardıklarını ifade etmektedirler. Şengün (2015) ele aldığı çalışmada, oyuncuların, oyunların içerisinde kendilerini ne ölçüde ifade edebildiklerine değinmiştir. Böylelikle oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı üzere daha iyi oyun ortamı yakalanabilmesi için uğraşlar gerçekleştirilebilmektedir. Dolayısıyla daha iyi neticelere ulaşabilmek için fedakarlıkların yapılabileceği, literatür kaynaklarından da anlaşılabilmektedir.

> Ücretsizde para vermediğiniz için *Metin2* ve *LoL* ücretsiz bir oyun, buna para vermediğinden dolayı firmaların cebine ekmek girmesi de lazım, hani ekmek parası çıksın. Oyunda bunun için de oyuna ufak bir ödeme yapıyorlar. Ödenek kısmı, bu kostüm alma veya silah geliştirme. Çünkü oyun yapımcıları hiçbir şeyi ücretsiz sunamazlar. Tıpkı bir bakkalın bedavaya sakız veremeyeceği gibi… Oyuncular *LoL* ve *Metin2*'ye geri gönderim yapabilmekte ücretsiz bir şekilde. Fakat bunda da aslında biraz da oyun değil diğer firmalar da biraz yapıyor. Bazen öyle bir şey bulursunuz ki firma bu hatayı bulduğunuz için sizi tebrik eder. Öneri ya da bir hata bunu bulduğunuz veya söylediğiniz için sizi tebrik eder ve bazen para önerileriyle bile size yardım edebiliyorlar. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Demiştik işte, burada şirketler genel itibarıyla bu oyunu kurarken insanların daha çok kendi verdikleri hesapları barındırmalarından ötürü değil ileriki yeniye dönük olan daha çok yatırımlarının gerçekleşmesi için insanların ücret ödemediklerini düşünüyorum. İnsanların daha çok burada skinlere dediğimiz gibi gelen updatelerle, gelen güncellemelerle insanların daha da eğlenmelerini sağlıyorlar. Ve bu eğlenme açısından bu eğlenmeyi, parayı karşılayabileceğini düşünüyorum. Bu yüzden insanların para istemediklerini düşünüyorum. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Nasıl gerçek hayatta Yemek Sepeti'nden atıyorum sipariş veriyorsun, siparişin geldikten sonra bunun bir değerlendirme alıyorsun. On üzerinden atıyorum sekiz veriyorsun bunun ona göre bunlar da geri dönüş alıp, restoranı uyarıyorlar, şey yapıyorlar ona göre ya da kutluyorlar, şey yapıyorlar yani. Oyunlarda da daha iyi bir deneyim sunmak için oyunculara daha iyi deneyim sunmak için yatırdıkları paranın karşılığını almak için böyle bir yöntem uyguluyorlar bence iyi bir şey bu. Ayrıca oyunda mesela *LoL*'de oyunda bir açık buldun bunu geriye bildirim yapıyorsun hani oyunda şöyle bir açık buldum, buranın düzeltilmesi daha iyi bir oyun için

oynanım sağlayacak diye. Oyun da bunları göz önüne alarak hemen bir gün içerisinde yanıt yolluyor ve hemen o şeyi güncellemede düzeltiyor o hatayı. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

Şimdi şöyle, bu oyunda mesela yeni bir karakter tasarlanırken ya da bunu yaparken mesela ismini ya da ne olsun gibisinden insanlara da soruluyor bu. Ya da insanlar hani mesaj gönderiyor ama bunu hiçbir ücret beklemeden yapıyorlar. Şimdi bunun sebebi ya bu oyunu çok seviyorlar ve oyunun güzelleşmesini, daha çok iyi olmasını ve daha çok insanın oynamasını istiyorlar diye düşünüyorum. Ki şöyle bir şey adam niye ücret yani şey beklesin para beklesin bu iş hani onun için de fayda sağlıyor, oyununu güzelleştiriyor, oyun oynayışını daha iyi bir hale getiriyor. Diğer yandan gerçek hayatta bazı şeyleri başaramamış, beceremmemiş bir insan olarak bir hani en azından fayda sağlamış ve kendini mutlu hissetmiş oluyor. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Neden ve nasıl değerlendiriyorum biliyor musunuz, ben de bazen yeri geldiğinde geri dönüş yapmaya çalışıyorum, daha buldukları daha iyi mesela çok sevdiği bir karakter var onun daha iyi olması, yani daha bir iyi zevk almak, daha bir üste seviyeye çıkarmak için. Hiçbir beklenti söylemeden, bu isteklerini karşılık beklemeden, sadece ona geri dönüş olsun diye, o karakterin daha iyi olması için veyahut da bir aksaklık gördüğünde, bir hasar gördüğünde bunun düzelmesini ve kendinin klavye başında daha rahat etmesi için bunu yaptıklarını düşünüyorum. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların yorumlarını incelediğimiz zaman yine bazı başlıkları çok daha fazla önde görmekteyiz. Özellikle oyunun geliştirilmesi için bildirim yapmak bu noktada önemlidir. Ayrıca oyun içi eğlenceyi artırma da aynı şekilde bu noktada kendini gösterebilmektedir. Bütün bunların yanı sıra oyuncular, oyun içine yatırılan maddiyattan ötürü oyunun daha iyi olması gerektiğini de dile getirmişlerdir. Böylelikle oyun içi tüketim alışkanlıklarının oyun ve gerçek yaşam arasındaki ilişkisine de değinilmiş olmaktadır.

Benim için bu çok önemli bir şey, ben mesela oyunda gördüğüm açıkları kesinlikle yapımcıya bildiriyorum. Neden, çünkü ben kendi oynadığım oyunun kötü olmasını istemem. Veya ben arkadaşlarımla bu oyunda bu sorun yüzünden eğlenemeyeceksem bu beni çok üzer. Ve sen maddi açıdan böyle kusurlu oldun mu yapımcı çok para kaybeder. Ya bu benim umurumda değil açıkçası yapımcının para kaybetmesi. Ama gene de benim oynadığım bu oyunun batmasını hani benim bir daha oynamamamı istemem. Bu yüzden söylerim yapımcıya böyle böyle. Ödül olarak mesela bunu bildirdiğin için para bile veriyorlar. Hani çok büyük bir açık bulursan tabii ki belli bir miktar verirler veya oyun içi karşılığını verirler ama her

türlü karşılığını alırsın hani o raporun. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Metin2'de genellikle oyuncuların gerçek yaşam deneyimi oluyor mu, evet oluyor. Daha önceki bir soruda da söylemiş olduğum cümleye işte güven, işte doğru, cesaretli olmak oluyor. *LoL*'de ise yani tam yaşam şeyi olur mu olmaz mı onu belli bilmiyorum sonuçta bir eğlence bakımından olan bir şey. İsteklerinde ise karşılık oluyor mu, belli başlı evet oluyor. Evet, gönüllü yapılıyor. Çünkü oyunun oynayanlar, oyuncular, oyunun gelişmesini istiyor. Bununla ilgili işte oyuna mailler atılır işte istekler öne sürülür. Herhangi bir miktar istemeden ve beklentilerini beklemelerini düşünürler oyundaki yöneticilere, yapımcılara karşı. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Şimdi ben bir oyuncu olarak düşünürsem oyunda gördüğüm sıkıntıyı şöyle dile getiririm, bir mail yoluyla oyunu yapan kişiye aktarırım, eğer düzelmiyorsa zaten birçok şikâyet gelir bu konuda. Ya oyuncu bu oyunu kuran kişi, eğer zarar etmek istemiyorsa birkaç şikâyet üzerine düzeltebilir. Bir para karşılığı olmadan vesaire hem memnuniyeti artar ki oynayan sayısı da arttıkça zaten o kişi ondan daha çok para kazanmaya başlar. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların bu şeyler deneyimleri falan yani şeyi göz önünde bulundurması falan, sunmaları ücret karşılığı beklememelerinin sebebi şu, yani oyunda daha iyi bir performans elde edebilmek olabilir. Oyunu daha renkli hale getirmeleri olabilir. Veya şu şekilde de söyleyebilirim, önceden *LoL*'de sesli iletişim yoktu sonradan getirildi ve daha düzenlemeler falan oldu. Bu herkes için çok iyi oldu. Oyunlardaki iletişim olsun çok iyi oldu oyun için. Ben karakterin değiştirildikten sonra eski haline dönmesini çok istemiştim. Sonuçta değiştirilmeden önce yani merak ediyor insan nasıl olacak falan diye. Olduktan sonra beğenmemiştim. Bunu geri eski haline getirilmesi falan gibi böyle önerim olmasını istemişimdir. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Ben bugüne kadar oynadığım tüm oyunlarda eğer öneri, istek, şikâyet bölümü varsa ki zaten çoğunda vardır ya da bunu forumlar üzerinden sağlarlar, elimden geldiğince buraya fikirlerimi belirtirim ben. Hani ben bir oyunu oynuyorsam, ondan keyif alıyorsam ve o oyunun daha iyi bir hale bürünmesini istiyorsam eğer fikirlerimi her zaman söylerim. Hayatınızda, evinizde yaşadığınız ortamda daha doğrusu bir şeylerin nasıl üst kalite olmasını istiyorsanız ve bunun için maddi olarak bir şeyler yapıyorsanız aynı şekilde oyunlar için de geçerli bu. Yani deneyimlerimizi işte beklentilerimizi, isteklerimizi bunları bu şekilde oyunlarda sunuyoruz. Ve hani daha iyi bir şey hale bürünmesini sağlıyoruz oyunların ki hani hem oyuncu kitlesi azalmasın hem de oynayan oyuncular daha fazla keyif alsınlar. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Kişilerin kendi ifadelerinden de anlaşıldığı üzere genel olarak benzer noktalara dikkat edilmiştir. Özellikle oyuncular, herhangi bir talepte bulunmaksızın yapmış

oldukları geri bildirimlerde bazı yerlere dikkat etmektedirler. Oyunun düzeltilmesi için görüşlerin bildirilmesi, oyundaki eğlenceyi artırmak için görüşlerin sunulması ve oyuncuların oyunlara daha yakın olma istekleri buralarda kendine yer bulabilmektedir.

> Ya bu gerçek yaşamda da deneyim kazandırıyor aslında. Sevdiği için yani daha ileriye dönük dostlaşmak, gruplaşmak, arkadaş grubu oluşturmak adı altında diye düşünüyorum. Bu yüzdendir ticarete dökmemelerinin nedeni. Farklı dostluklar da kurulabiliyor mesela şöyle bir örnek verecek olursak, oynadığım bu *LoL* olsun *Metin2*'de olsun, farklı arkadaşlıklarım oldu. İyi bir dostluklar kazandım hani bunların eksisi de oldu tabii ki de olmadı değil aslında. Bu gerçek yaşamda da olabiliyor sanalda da olduğu gibi. Zaten bu yüzden insanlar hani bazı sıkıntılarına rağmen bu oyuna hani zaman ayırdıkları için, iyi ortamlar olduğu için, yapabiliyorlar yani bu fikir karşılıksızın fikirlerini sunup, alış verişinde bulunabiliyorlar. Her insan dediğim gibi hani hele ki şu zamanlarda da gerçekten hepimiz çok sıkıntılı dönemler yaşıyoruz, stresli zamanlar yaşıyoruz hem maddi hem manevi her şekilde bu oyunda da bu şekilde güzel dostluklar olduğu için çoğunlukla yüzde fazlasını artılı yönden söylemek gerekirse. Bu yüzden diye düşünüyorum kısaca. Dediğim gibi bu yüzden de tecrübelerini, deneyimlerini, bilgilerini karşılıksız karşı tarafa sunmak istiyorlar çünkü neden, bu dostlukların kaybolmaması, bu oyununun devam edilmesi, daha da ileriye dönük olması nedeniyle diye düşünüyorum. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

> Şöyle düşünüyorum, öncelikle oyuncular bu oyunu kaliteli vakit geçirmek için kullanmalı. Bu yüzden beklentilerini yüksek tutmakla birlikte değil de gayet mantıklı bir şekilde tutmakla birlikte öneri ya da isteklerini karşılıksız gerçekleştirebilirler... Ben mesela nick önermiştim, şeye kullanıcı adını vermiştim Aurelion Sol gibi, onun gibi bir şey. Yeni karakter çıkacak isim önerir misiniz gibi bir posta yorum atmıştım. Onun gibi beklenti olmadan, para ücreti olmadan, istediğin karakteri oynayabilmek açısından hem senin için hem başka oyuncular için geçerli olan yardımlarda, isteklerde, önerilerde bulunmak gayet güzel bir şey. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Ben bu konuda şöyle düşünüyorum. Zaten oyun içinde genelde bu şirketlerin yapmış olduğu yenilikleri kendi açımdan çok beğeniyorum ve bir sorunum ya da sorum olduğunda ya da yenilik olduğu zaman bunları tabii ki bildiriyorum ama bunun karşılığında bir ücret beklemiyorum. Çünkü bunda şirketler açısından düşündüğüm için bir şey beklemiyorum. Çünkü sonuçta bu oyunu oynayan tek insan ben değilim yüzlerce, binlerce, milyonlarca insan aynı oyunu oynayabiliyor. Ve her insan kendine özgü fikrini şirkete sunsa ve bu fikir beğenilse ve ücret talep etse sonuçta şirketlerin de bu oyundan herhangi bir kazancı olabileceğini düşünmüyorum. Ve bu yüzden ben severek oynadığım oyunlarda herhangi bir ücret talep etmiyorum. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

> Oyunda oyuncuların sundukları deneyimler, ücret beklemeden yapılmaları herkes kendi önerisini sunuyor çünkü oyundan beklediğini sunduğu için

> oyunda daha rahat vakit geçirmek, daha rahat eğlenceli davranmak, daha bir stressiz ortam olması için. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

> Bunun sebebi oyunu ve karakterleri benimsemeleri. Çünkü bu oyunda o kadar fazla zaman harcıyorlar ve emek veriyorlar ki karakterlerini geliştirmek için, artık oyunu kendi yaptıkları bir şey gibi görüyorlar belki bazen o yüzden bir yerde bir yanlış, oyunda herhangi bir fark buldukları zaman direkt oyunun sahiplerine mail atıyorlar. Düzeltilmesini istiyorlar. Hem kendi oyun kalitelerini yükseltiyor çünkü daha iyi bir kalitede oyun oynamak varken daha düşük bir kalitede oyun oynamak istemiyorlar hem. Hem de oyunu o kadar çok seviyorlar ve benimsemişler ki yani o oyunda öyle bir hata bulunmasını kabul etmiyorlar. İki açıdan da çok geri bildirim aldığını duydum. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

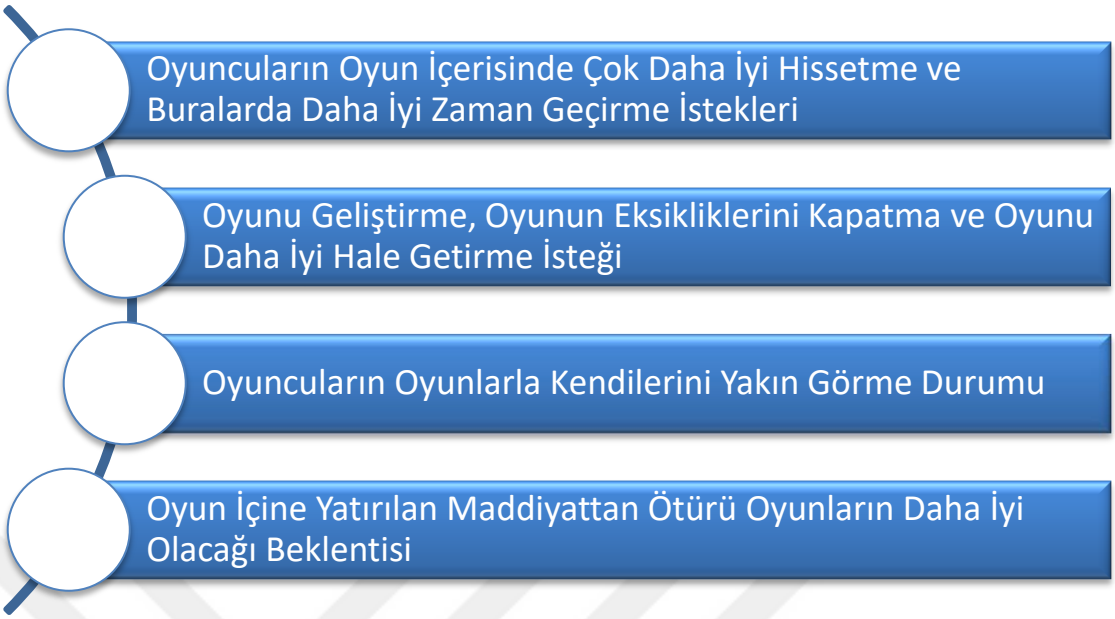
Oyunlar ve gerçek yaşam arasında birçok açıdan bağın olması mümkün görünmektedir. Burada etkili olan noktalardan birini de "oyuncuların ücretsiz olarak sunmuş oldukları beklenti, öneri ya da istekler" oluşturmaktadır. Çünkü oyuncular kendi deneyimlerini paylaşarak birçok açıdan oyuna katkı sağlamak isteyebilmektedirler. Gerek oyunlar içerisindeki açıklar olsun gerekse buralarda düzeltilmesi gereken yerler olsun, oyuncuların dikkatinden kaçmamaktadır. Ayrıca kişilerin bu noktada kendilerini oyunlara yakın hissetmeleri ve buralarda daha iyi zaman geçirme beklentileri oyuncuları oyunlarla bir araya getirebilmektedir. Yine oyuna yatırılan maddi imkânlardan ötürü oyunların ayakta kalması gerekliliği de itici güç olarak algılanabilmektedir. En nihayetinde tüm bunlar tüketim alışkanlıklarının sanal ve gerçek yaşam arasındaki ilişkisine de ışık tutar niteliktedir. Çünkü oyuncuların kendilerini oyuna yakın hissetmeleri ve bu yüzden birçok şeye yardımcı olmaları bu durumun zeminini hazırlamaktadır. Yine güzel zaman geçirme ve olumlu bir duygusal durum kazanma beklentisi de burada önemli olmaktadır. Böylelikle ücretsiz olarak sunulan geri bildirimler sayesinde doğrudan ya da dolaylı olarak tekrar oyuncular etkilenebilmekte ve var olan bağ daha da kuvvetlenebilmektedir. Bu da tüketim alışkanlıkları çerçevesinde ele alınabilmektedir. Çünkü bu bağlar oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı gibi yeniden oyun içerisinde maddi ilişkilerle birleşebilmektedir. Oyuncular da tüketim davranışlarını ve satın alma tercihlerini bu

çerçevede gerçekleştirebilmektedirler. Herhangi bir ekonomik beklentinin olmaması ve oyuncuların gönüllü olarak bu çalışma ve iyileştirme işlemlerine katılması, genel olarak tüketimin nasıl rasyonalize edildiğini de anlaşılır kılacaktır. Çünkü buradaki bağlılık, tüketim davranışlarının temelinde bulunabilmektedir. Kişiler daha iyi bir oyun ortamı için çok daha iyi zaman geçirebilmek için dolayısıyla da bağ kurdukları sanal ortamın mükemmel olabilmesi için bazı harcamalara kalkışabilmektedirler.

Bütün ifadeler incelendiği zaman bazı başlıkları ön plana çıkarmamız mümkün görünmektedir. Oyuncuların herhangi bir talepte bulunmadan oyunlara öneri, istek ya da beklenti sunmalarını etkileyen faktörler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- ✓ Oyuncuların Oyun İçerisinde Çok Daha İyi Hissetme ve Buralarda Daha İyi Zaman Geçirme İstekleri
- ✓ Oyunu Geliştirme, Oyunun Eksikliklerini Kapatma ve Oyunu Daha İyi Hale Getirme İsteği
- ✓ Oyuncuların Oyunlarla Kendilerini Yakın Görme Durumu
- ✓ Oyun İçine Yatırılan Maddiyattan Ötürü Oyunların Daha İyi Olacağı Beklentisi

Şekil 7. Oyuncuların Herhangi Bir Talepte Bulunmadan Oyunlara Öneri, İstek ya da Beklenti Sunmalarını Etkileyen Faktörler



3.2.3. Oyuncuların Gerçek Yaşamlarındaki Tüketim Alışkanlıklarının, *Metin2* ve *LoL*'deki Tüketim Alışkanlıklarıyla İlişkisi

Bu kısımda, oyuncuların doğrudan kendi tüketim alışkanlıklarının *Metin2* ve *LoL*'deki tüketim alışkanlıklarıyla ilişkisine değinilmiştir. Böylelikle temel olarak araştırma sorusu odaklı olarak temellenen bölüm, çalışmanın da amacı için doğrudan önem taşımaktadır. Böylece kişilerin oyunlarla aralarında kurmuş oldukları birçok bağ ve birçok ilişki de temel olarak tüketim alışkanlıkları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Diğer bölümlere oranla bu kısım, doğrudan ana temaya hitap ederek oluşturulmuştur. Oyuncuların kendi ifadelerinden de bolca yararlanılarak hazırlanan bu kısım, genel itibarıyla araştırma sorusuna doğrudan cevaplar aramaya çalışmış ve görüşme sorularından da bu kapsamda destek almıştır. Konunun daha iyi anlaşılması için atılan zemin üzerine inşa edilen ve üç temel başlık altında incelenen bu bölüm; oyunlara para yatırma ve buralardaki ticari ilişkilere dönük katılımcı yorumlarına, özel günler ve indirimlerin önemine dair katılımcı yorumlarına ve oyun karakterlerinin kişilerin

isteğine göre nasıl geliştiğine dair katılımcı yorumlarına değinmiştir. Böylelikle temel olarak, oyuncuların gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıkları ile çevrimiçi oyunlardaki tüketim alışkanlıkları arasında nasıl bir ilişkinin olduğu ele alınmaya çalışılmıştır.

3.2.3.1. Çevrimiçi Oyunlara Para Yatırma ve Buralardaki Ticari İşlemler

Oyuncular genel olarak oynadıkları oyunlara yönelik maddi yatırımlar yapabilmektedirler. Bu durum, gerçek paralar yoluyla oyun parası satın alma, gerçek parayla oyun eşyası satın alma, ya da gerçek ve sanal ticari ilişkiler çerçevesinde oyun hesaplarını al-sat yapma şeklinde kendini gösterebilmektedir. Böylelikle oyuncuların tüketim alışkanlıkları doğrudan ya da dolaylı olarak oyunlarla birlikte ele alınabilmektedir. Çünkü para ilişkilerinin oyunlar çerçevesinde ele alınması ya da ticari işlemlerin hangi gerekçelerle gerçekleştirildiğinin belirtilmesi, sanal ve gerçek tüketim ilişkilerini doğrudan ilgilendirmektedir.

Oyuncuların ifadelerini genel olarak incelediğimiz zaman bazı noktaların baskın bir şekilde önemli olduğunu anlayabilmekteyiz. Oyun içerisindeki ticari ilişkilerin ve oyuna para yatırmanın sebepleriyle ilgili görüşler genellikle farklı çerçevelerle belirtilmiştir. Oyun ve yaşamı ticari açıdan birlikte görebilme durumu özellikle bunlardan biridir. Oyuncular diğer bağlarda ve ilişkilerde olduğu gibi doğrudan ticari ilişkileri de bu kapsamda değerlendirebilmektedirler. Diğer yandan oyuncuların oyun içerisinden farklı yollarla para kazanma düşünceleri de burada önemli görülmektedir. Öte yandan oyun içerisinde güçlü olup, ilerleme isteği de başka bir noktaya işaret etmektedir. Çünkü oyuncular diğer oyunculardan daha güçlü olup öne geçmek istemektedirler. Bunlarla birlikte psikolojik olarak da tatmin olma durumunun varlığını görebilmekteyiz. Oyuncular, buralara yatırdıkları paralar ya da yaptıkları ticari işlemler

neticesinde manevi olarak, psikolojik açıdan olumlu sonuçlar bekleyebilmektedirler. Son olarak, oyun içerisinde gerçek para avantajı ile kısa yoldan birçok şeyi elde etme durumu da oyuncular için önemli olabilmektedir. Gerçek zaman kapsamında uzun süreler neticesinde elde edilmesi mümkün olan durumların, maddi yatırımlar yardımıyla çok çok kısa sürelerde elde edilebilmesi bu kapsamda değer taşımaktadır. Genel olarak da anlaşılmaktadır ki oyunlar açısından ticari işlemlerin gerçekleştirilmesi ya da oyuna para yatırılması farklı gerekçelerle ortaya çıkabilmekte ve tüm bunlar sanal ve gerçek tüketim alışkanlıkları kapsamında değerlendirilebilmektedir.

> Oyunlarda insanlar eşya satıyorlar, eşya alıyorlar. Yani dışarıda nasıl bir borsa, bir ekonomi varsa oyunlarda da bir borsa dönüyor yani. Şöyle bir şey var insanlar bu sayede hem para kazanıyorlar hem para kazandırıyorlar. Çok önemli bir etkisi var. Mesela biz bir eşyayı veya bir ürünü neden satın alırız, ihtiyacımız olduğu için. Bu eşyaları satın alıyoruz, günlük hayatta nasıl bazı şeyleri ihtiyaç, yani insanlar bu oyunlarda şöyle söyleyeyim, dünyada nasıl bir şeylere, araç gereçlere veya bazı eşyalara ihtiyacımız varsa bu oyunlarda da ihtiyaçlarını karşılıyorlar. Ekonomik bir piyasa dönüyor ve gerçek para yatırıyorlar. Bu da oyuncuların oyunlara kendilerini kaptırmalarıyla alakalı. Sanal dünyadaki bu âleme, kendilerini kaptırıp, para yatırıyorlar ihtiyaçlarını alıyorlar bu şekilde bir ekonomi dönüyor oyunun içerisinde yani. Yani şöyle ki insanlar bu oyunlara kendilerini kaptırdıkları için ve hayatla oyunu birleştirdikleri için bu oyuna para yatırıyorlar, yediden yetmişe küçük büyük herkes bu oyunu oynuyor yani. Mesela gerçek paralar oyun paralarına dönüşüyor. İşte insanların evlerinin tapularını veyahut da arabalarının anahtarlarını bıraktıklarını… Yani hep şunu sorardım kendime, gerçekten mi hani bu oyun kendine bu kadar bağımlı yapıyor. Böyle bir etkisi var mı, gerçekten de öyle. Buradaki ekonomi gerçek hayattaki ekonomiyle neredeyse bire bir. İnsanlar bunun için nasıl günlük hayatta ekmek parası için savaş veriyorlarsa oyun içerisinde de savaş veriyorlar. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> Şahsen ben *LoL*'e de *Metin2*'ye de bu zamana kadar, *Metin2*'ye tam ne kadar yatırdığımı hatırlamıyorum çünkü hani bunun öyle bir sistemi yok ama *LoL*'e net olarak biliyorum g-mailime gelen bilgilerden sormuştum ne kadar yatırdım falan. Ben bu zamana kadar oyuna tam iki buçuk milyar para yatırdım. Ve bu parayı hani okulda annem babam verirdi, harçlık işte giderdim, beş lira beş lira böyle arttıra arttıra her hafta sonu böyle biriken parayı gider yatırırdım. Ne için hani şurada bir karakter alayım veyahut da şey alayım böyle kostüm daha doğrusu hani bunların o kadar katkısı yok. Ve oynadığım ilk zamanlar hani dört sene önceye yakınki aylarda hani ilk başladığım zamanlar oyuna, hani benim aklıma yatmıyordu açıkçası. Hani diyordum ben salak mıyım oyuna para yatıracağım gibisinden bir düşüncem vardı. Ama hani böyle gittikçe böyle yatırdım böyle ortaokul zamanında böyle oynarken işte insan diyor ki ya şunu alayım acaba bende olsa nasıl

olur, işte bunun ne gibi özellikleri var, Youtube'da da bazen videolarını görüyordum denk geliyordum. Ve hani insan böyle alma içgüdüsü uyanıyor mesela şu sıralar almıyorum ama önceden çok aldım dediğim gibi hani iki buçuk milyar civarı bir para yatırdım oyuna. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Bu tür oyunlara para yatırılmasını doğru bulmuyorum. İnsanlar rüyalarını satın alıyor aslında bir rüyada para verip yemek yiyebilirsin, fakat karnını doyurmaz. İnsanlar bir hayal âleminde yaşıyorlar. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

Metin2'ye zamanında para yatırmıştım. Zümrüt Bilezik vardı, sura için bilezik almıştım. Editti, GM'den almıştım ve o para işin içine girince oyundan zevk hemen hemen kalkıyor gibi oluyor. Çünkü ben para verdiğim için benim bileziğim de sura için zekâ önemli, savaşçı için güç önemli ya da ninja için çeviklik ne kadar önemliyse, mesela benim suram o para verdiğim için oyundaki en güçlü sura oluyordu ve karşımda cidden kimse duramıyordu. Para girince oyunun eğlencesi biraz düşüyor. Ve oyuna para yatırdığım için hani en güçlü bilezik bende olduğu için VS denen bir şey vardı biliyorsunuzdur. O VS'de en güçlü ben oluyordum. Ve bu işten para kazananlar vardı mesela *item* düşürüyorlardı düşürdüğü *item*i gerçek hayatta elli altmış liraya falan satıyorlardı. Bu işi ticarete döken arkadaşlarım da vardı ama ben hiç yapmadım hayatımda da iki üç kere GM'den edit aldım. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

Metin2 ve *LoL* oyuncularının yaptığı ticari ilişkileri göz önünde bulunduracak olursak eğer, para yatırmak hakkındaki düşüncelerim, bir oyundaki karakteri satın almak istersin, bir eşya satın almak istersin. Bu oyuncuları daha ileri seviyedeki levellere taşımada yardımcı olan bir şeydir. Diğer taraftan bakacak olursak, başka oyunlar oynayıp zaman kaybetmek yerine çok az paralar harcayıp da belli en azından temel damageleri satın alırız. Ve bu şekilde daha hızlı ilerleme oyun içinde, daha hızlı ilerleme katkısı vardır. Bu bakımdan inceleyecek olursak, yani çok aşırı para harcama taraftarı değilim ama yeterli miktarda oyun içi gerekenler yapılabilir. Bunda bir sakınca görmüyorum. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların yorumlarını incelediğimiz zaman benzer başlıkların ön planda olduğunu tekrar görmekteyiz. Özellikle oyun içerisinde motive olup psikolojik açıdan iyi hissetme durumu önemli görünmektedir. Yine benzer şekilde oyun içerisinde güçlenme ve ilerleme, buralardan para kazanma aynı çerçevede değerlendirilebilmektedir. Lakin farklı olarak başka bir husus da dikkatleri çekmektedir. Oyuncuların büyük bir kısmı oyun içerisinde görsel açıdan daha iyi olabilmek adına, kostüm ve benzeri şeyler almak adına para yatırdıklarını da belirtmektedirler. Park ve Lee (2011) ele almış oldukları çalışmada tam da bu nokta üzerinde durmuşlardır.

Özellikle bazı oyuncuların oyun içerisinde gerçekleştirmiş oldukları tüketim davranışlarının, görünüm temelli de olabileceğini dile getirmişlerdir. Ayrıca yine bu kapsamda gerçekleştirilen ticari işlemlerin, oyuncu-oyun karakteri arasındaki bağda etkili olabileceği de belirtilmiştir. En nihayetinde çok çok az oyuncu para yatırma ve ticari işlemlere sıcak bakmasa da öyle ya da böyle bir şekilde bu işlemleri gerçekleştirdiklerini diğer başlıklar içerisinde de olduğu gibi ifade etmektedirler. Böylelikle oyuncuların kendi sözlerinin literatürde de karşılık bulduğunu belirtmemiz mümkün olmaktadır.

> Gerçek para yatırma olayında birçok kişi boş iş olarak görse de aslında bu para yatırma olayı, bizim için bir oyunun yapımcılığını yaptığımız birer bağış gibidir. Çünkü o sonra aldığınız kostüm, özellik veya herhangi bir eşya o para size güzel bir şekilde geri dönüyormuş gibi hissetseniz de aslında oyun yapımcılarına birer bağış yapıyorsunuz. Çünkü o kostüm veya eşya o kadar güzeldir ki onu alıyorsunuz gerçek parayla ve bu sayede bir tatmin etme olayı oluyor. Oyun yapımcıları bunu yaptığı için takdir ediyorsunuz. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Para yatırma açısından şöyle diyebilirim, dediğim gibi yeni gelen güncelleştirmeler ve yeni gelen updateler oyunu gittikçe zorlaştırabiliyor. Ayrıyeten level sistemleri olsun oyunu zorlaştırdıkça insanlar para yatırmak zorunda kalabiliyorlar. *LoL* gibi oyunda da bunu zorunda olduklarını düşünmüyorum. Görsel açıdan kendilerini daha çok tatmin etmelerini sağladıklarını düşünüyorum. Genel itibariyle *LoL* oyununda satın alınanlar ya küre oluyor ya sandık oluyor ya da skin oluyor ama benim bu zamana kadar rastladığım çoğu kişi de popüler olmak için daha fazla para yatırdıklarını gördüm. Gerçek hayatta kötü bir şeye harcamak yerine genellikle gerçek hayatta kötü bir şey yapmak yerine zar olsun, kötü bir alışkanlık olsun para yatırmak yerine oyuna para yatırmak bence daha mantıklı geliyor. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Şöyle diyeyim ben buna, ben zamanında çok oyuna para yatırdım. Şöyle şeyler var bazı kişiler var para yatırıp, iyi şeyler çıkarıp, bunu ticarete dökenler var, para kazananlar var. Bunu ticarete döküp para kazanmak zaten ayrı bir şey. O para yatırınca zaten güzel bir şey çıkıyor zaten kötü bir şey çıksa da güzel bir şey çıksa da sana bir katkısı oluyor, seviniyorsun nasıl hayatta bir şey alıyorsan, hediye alıyorsan onun gibi bir şey bu da. Şöyle şimdi bazı oyunlarda "pay to win" var. Para yatırınca bazı kişilerden daha çok güçlü oluyorsun ama *LoL* böyle bir oyun değil kasılarak yapıyorsun yani oynayarak daha çok kendini geliştiriyorsun. Görünüm için istersen kostüm alıyorsun, şey alıyorsun, *Metin2*'de de aynı şekilde kendini güçlendirmek için para yatırıyorsun. Biraz pay to win, biraz da kasma yani bu şekilde. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi şöyle bir keresinde ben de bu oyuna para yatırdım ve kostüm aldım bir oynadığım, çok sevdiğim karaktere. Para yatırmayı doğru buluyor muyum, yerine göre değişiyor. Şimdi sen bu oyuna hayatını vermişsen ve oynamaya da devam edeceksen aldığın karakterler de senin oynayışını etkiliyor hani. Daha mutlu olarak oynuyorsun bu oyunu hani çok güzel kostümler var. Şimdi şöyle bir şey var ben bu oyuna para yatırdığımda bir karaktere kostüm aldım. Ve şey de kesmiyor komisyon olarak da kesmiyor mesela çoğu oyunda mesela diyelim yirmi dört lira yatıracaksın bunu yirmi altı lira yapıyor, iki lirasını da hani kendi alıyor. Bunda öyle bir şey yok hani direkt yatırıyorsun kostümünü alıyorsun. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi bu konudaki düşüncem şöyle, ya bu oyunları hazırlayanlar çok güzel şeyler yapıyorlar bazen. İnsan ister istemez ne bileyim o tüketici yönüne hizmet ediyor yani. Bir düşünüyorum mesela ben Master Yi oynuyorum *LoL* karakteri yine bir örnek vereyim, Master Yi oynuyorum onun çok güzel bir kostümü var yani görüntüsü, kostümü bende olmalı. Şöyle bir kural yok bak mecbur değilsin ama fakat oyun içinde mesela Garen oynarken onun güzel bir kostümü var Yüce Kral Garen diye onu çok seviyorum, onu almak istiyorum yani. Bir denk getirdiğimde şu parayı vereyim diyorum bence güzel bir şey. Onun o kostümü o karakter üstünde görmek istiyorum insanın şeyi bu alıcı tarafına, tüketici tarafına böyle bir motivasyon sağlıyor. Onu alıp da karakter üstünde gördüğüm zaman ben de ayrıyeten bir mutlu oluyorum yani… Gerçek hayattaki gibi şöyle mesela gerçek hayatta insan nasıl bir yeni bir şey aldığında mutlu olur mesela bir gömlek ya da bir saat aldı diyelim. Veyahut da başka ceket, kazak her şey olabilir. Yeni bir motivasyona sokuyor gerçekten sokuyor hatta biraz daha fazla bir motivasyona sokuyor. Burada rakip takım arkadaşlarına bir gösteri yaparmış gibi bakın bende de bu var, çok güzel bir kostüm var, bende de bu var dermiş gibi oluyor yani. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların yorumlarından da anlaşıldığı gibi birkaç nokta sürekli olarak dikkat çekmektedir. Yine oyun içerisinde ticari yollarla para kazanmak, psikolojik olarak çok daha iyi hissetmek ya da oyun karakterlerinin gelişimini sağlamak bu noktalarda önemli olabilmektedir. Diğer yandan güzel görünmek amaçlı kostüm ya da benzeri kıyafetler için harcama yapılması da normal karşılanmaktadır. Birçok farklı noktanın dile getirildiği bu kısımda Ho ve Wu (2012) tarafından ele alınan çalışmadan da bahsetmek anlamlıdır. Özellikle psikolojik ve özdeşleşme amaçlı gerçekleştirilen ilişkilerin, oyun içerisinde tüketim davranışını yaratabileceğine vurgu yapılmıştır. Bütün bunlar da yine literatür ve oyuncuların söyledikleri arasında bağ kurmamıza yardımcı olur cinstedir.

> Oyuna gerçek para yatırmak zorunda değiller. Para yatırmadan da gelişebilirler ama sen erken gelişmek istiyorsan mesela *Metin2*'de won

alabilirsin veya ep çekip sitesinden kılıç alabilirsin. Oyun içi ticaret derseniz de birbiriyle insanların hani nasıl diyeyim ticari zekâsını geliştirme yolu diyeyim ben size gerçekten *Metin2* oynayan insanlar bunu çok iyi bilirler. Ben yüz tane pazar baktığımı bilirim hangisi daha ucuz diye. Yani biraz araştırma duygusunu ön plana çıkarıyor biraz. *LoL*'de de öyleydi mesela. Ben skin oldu mu o heroyu almak istiyorum neden çok güzel gözüküyor hero. Ama ben skinsiz hero aldığımda kendimi pek hoş hissetmiyorum tabii güzel oynadığım herolar dışında diyorum. Mesela ben *Metin2*'ye para yatırmıştım. Ben *Metin2*'ye eskiden hiç para yatırmadım yeni *Metin2* biraz değişti oyun. Bu sefer para yatırmadan gelişemiyorsunuz. Hani çünkü adamlar çok güçlü olmuş ben de yatırmıştım zamanında. Yani Zehir almıştım Dolunay'a gitti kafam Zehir (kılıç) almıştım. Yani gayet güzel kullanmıştım, güç hissi de veriyordu. Çünkü ben oyunlarda genelde güçlü olmaya bakarım. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Şimdi bu konuda *Metin2* ve *LoL* ki fazla ayrılmakta. *Metin2*'de kendi indirmiş olduğun ilk başta karakterini geliştirme, güçlü yapmakta yatırılan bir miktar belli bir para kitlesi olur, ona para yatırılır. *LoL*'de ise genellikle heroların kostümleri olur, şekle bürünürler yani güzel elbise gibi düşünebiliriz bu konuda… Benim bir deneyimim evet var, bu da *Metin2* deneyimimdir. Kendi özel olan yapmış olduğum karakterimi geliştirmek için oyuna para yatırmışlığım vardır. Daha güçlü *item*ler, daha güçlü kitaplar, daha güçlü hale getirebilmek için para yatırdığım var evet. *LoL*'de ise sadece birkaç işte gözüme uygun olan heroların kostümlerini aldım o da şık durması için. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Oyuna para yatırma hakkındaki düşüncelerim para yatırırsak şimdi oyuna daha hızlı seviye atlarız, karakterimiz daha çabuk güçlenir, oyundaki skilllerimiz daha çabuk ileri seviyelere ulaşır hani. Oyun kazanma şansımız daha çok olur. Ya para yatırmazsak eğer, yavaş yavaş her şey yavaş yavaş olur mesela. Buna günlerimizi harcamamız, saatlerimizi harcamamız lazım ki oyunda iyi bir yere gelelim. Ama para yatırırsak her şey daha hızlı olabiliyor… Ya ticari şu şekilde oldu, *Metin2*'de o zamanlar internet kafede oynuyordum bu oyunu. Hesabımı gören bir kişiyle o sayede hani tanışıp belli bir miktar paraya vermişliğim oldu. Ondan sonra oyuna belli bir miktar para yatırdım evet. O paranın biraz üstünde bir paraya verdim yani. Yani çevremde gördüğüm kişiler de zaten hani bu şekil hesabını güçlendirip, satabiliyorlar. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Ben bunu şu şekilde ifade edebilirim, ben para yatırma konusunda ben bu para yatırmanın vesairenin olumlu olduğu yönde kanaat getirdim. Çünkü ilerleyen zamanlarda insanlar oyunlardan sıkılabiliyorlar. Bu yüzden de hesaplarını kapatmak yerine başka birine devretmek ya da satmak gibi düşüncelere giriyorlar. Ve alıcının da yani içindeki şeylere göre kostümdür vesaire yani karakterdir falan onlar için olduğunu düşünüyorum yani… Evet. Benim arkadaşım bu oyuna para yatırmıştı ve gerçekten oyunu bırakmıştı yani ve hesabını sattığında kar etti yani o şekilde söyleyeyim. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Yani öncelikle ben oyunlara para yatırmayı sıcak karşılıyorum. Yani kendim para da yatırdım. Yani çok fazla yatırdım. Çok iyi yani hoşuma

> giden şeyler oldu. Acaba almasa mıydım diye düşündüğüm şeyler de oldu. Ama günün sonunda mesela kendimi çok huzurlu hissettim. Oyunda eğer bir para akışı sağlanmazsa karakterleri geliştirmek çok da mümkün olmuyor. Tek tip karakterlere bürünüyoruz hepimiz. Ama oyuna para yatırdığımız zaman bize özel bazı işte kostümlerin oluşması ya da bazı daha farklı *item*lerin kazanılması, bu sandıklardan vesaire düşmesi hem oyuna olan ilgiyi artırıyor hem de kişiler arasındaki farklılıklardan dolayı bu oyundaki alt üst ilişkisini bir nevi ortaya çıkartıyor. Bazı insanlar kendi oyun karakterlerine yönelik olmasa bile şirketlerin iyi para kazanması için ya da oyun üzerinde güncellemeler, geliştirmeler yapması için bağışlarda bulunabiliyorlar. Yani bunlar çok fazla şahit olduğum şeyler. Benim kendi maddi imkânım yeterli düzeyde olsaydı eğer evet ben sevdiğim oyunlar için katkı yapardım. Yani sadece kendi karakterim için değil oyunun güzelleştirilmesi, daha fazla etkinlik gelmesi ya da ne bileyim daha fazla kostüm, daha fazla *item* özelliklerinin eklenmesi için ben katkıda bulunurdum. Neden olmasın? (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Benzer açıklamalardan da anlaşıldığı üzere genel olarak oyun karakterlerinin geliştirilmesi için oyun içine maddi yatırımlar yapılabilmektedir. Yine diğer açıdan oyun içerisinde çok daha hızlı sonuçlar alabilmek için de para yatırılmaktadır. Öte yandan kostümlerin güzel görünmesi ya da ticari işlemlerin yapılması yine bu çerçevede ele alınmaktadır.

> E zaten oyunla gerçek yaşam arasındaki bağ, oyunlarla gerçek yaşam ya hesaplar alınıp satılıyor. E ticaret ortada dönüyor, mesela senin ihtiyacın olmadığını, bir arkadaşının ihtiyacı vardır satabiliyorsun. Senin ihtiyacın olanı da pazarlık yaparak alabiliyorsun. Burada da biraz beyin jimnastiği de yapılabiliyor aslında. Orada biraz da şeytanlık düşünüyorsun. Acaba şunu şunu versem de şuradan şunu alabilir miyim, yani ben böyle örnek vereyim. Ünlü bir şovmenin programına bir çocuk katılmış. Teyzesi daha öncesinde bu *LoL* ve *Metin2*'yi oynadığında çocuk babasından kartı istiyor, teyzesinden oyuna bir karakter, bir kıyafet, bir şey alması gerekiyor. Ve kartını veriyor tabii ki çocuğun babası. Birlikte teyzesiyle bir kıyafet alıyorlar. Ve çocuk o kadar dikkatli şifreye bakıyor ki babasındaki şifreyi beynine yazıyor. E iki üç gün sonra babasından gizli o kartı kredi kartını alıyor. Ve kendisi oynarken belki inanamayacaksınız ama iki kamyon domates alıyor. Bu da yani baya bir haberlerde falan çıkmıştır diye belki düşünüyorum. İki kamyon kasa alıyor ve baya bir babası şaşırıyor. Tabii şifre gidiyor vesaire. Babası şaşırıyor ne oldu ne bitti. Ve çocuğunun oyunda birtakım paralar yatırıyor yani kısacası ticaret… (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

> Öncelikle ben de yatırdım buraya paraları birazcık. Babamın kartından, harçlık alarak babamdan. Daha sonra gerekli mi değil mi konusuna gelirsek de pek gerekli değil. O anda zaten size gerekli olan şeyleri veriyor. Karakterlere forma alabiliyorsunuz ya da mavi öz görevlerini yapıp da. Ama eğer hoşunuza gidiyorsa, eğer paranız varsa neden olmasın? Ben çok

özenmiştim, kardeşim falan almıştı arkadaşları ona hediye olarak. Ben de istedim, özendim yani biraz. Renk açısından olsun, çekicilik açısından olsun hoşuma gitti. Biraz pahalı olsa da almıştım birkaç kostüm. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Ben aslında böyle sosyalleşmesi gereken oyunlarda ücret karşılığı yapılması gerektiğini doğru bulmuyorum işin aslında. Çünkü böyle işlemlerin genelde para karşılığı olması çok saçma bence. Dediğim gibi benim açımdan ücretsiz olması tabii ki iyi olurdu ama şimdi bu oyun piyasaya süren firmaları düşündüğümüz zaman da onların da kazanç sağlayabilmeleri için bunun gerekli olduğunu da görüyoruz sonuç olarak… Biz de bazı oyunları ya da programları almak için para yatırıyoruz tabii ki. Ama dediğim gibi kişisel olarak karşıdaki insanları düşündüğümüzde bu bilgisayar programları ya da oyunlar sonuçta hani ücretsiz olarak sürülmüyor. Onların da bir yerden kazanç sağlamaları gerekiyor. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

Bazı karakterlerin tabii *item*leri konusunda gerçek para karşılığı alınması, kısa zamanda elde etme açısından iyi olduğunu düşünüyorum. Karakterinin daha güçlü olması bakımından… Elbette ki. *Metin2*'de mesela Kule'ye çıkıp çar kastığımızda o zaman Kule'ye girişlerde biletler alıyorduk. Bu şekilde *item*le Kule'ye çıkmak için para yatırdığımız zamanlar oldu... Daha önce birkaç hesabım vardı. Başkasına devrettim. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

Şimdi bu oyunu sadece bir oyun olarak görmediği için uzun süredir bu tip oyunları oynayan insanlar, doğal olarak para yatırmakta da bir sorun görmüyorlar. O yüzden bu tür oyunlarda *item* almaktan bence çok çekinmiyor insanlar çünkü sonuçta boşluğa gitmiyor o para diye düşünüyorlar, yani mesela yiyeceğe para verseler onları yiyecek ve bitecek ama bu oyun öyle değil. Bu karakter seninle yıllardır devam edecek. O yüzden bunun özgüveniyle de bence sahiplendikleri karakterlere para yatırmaktan çekinmiyor insanlar. Ticaret falan da yapabiliyorsun oyunun özellikleri var. O anlamda da belki kendini gerçekten ticaret yapıyor gibi hissettiğin için iyi hissediyor olabilirsin, mesela ben ederinden biraz daha fazla koyuyordum fiyatını, bir silahım falan olduğu zaman ve o satıldığı zaman mutlu oluyordum çünkü ederinden daha fazla ama alınmış, öyle tatminler sağlayabilir bence. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular, birçok farklı sebepten ötürü oyun içinde ticari işlemler yapabilmekte ya da oyuna para yatırabilmektedirler. Böylelikle oyunlar ve oyuncular arasında gerçek yaşam çerçevesinde farklı ilişkiler de bulunmaktadır. Bu durum araştırma sorusunda temel olarak belirtilen, sanal ve gerçek tüketim alışkanlıklarının ilişkileri çerçevesinde de değerlendirilebilmektedir. Çünkü oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı üzere birçok farklı sebepten ötürü oyuna para yatırma işlemi gerçekleşebilmektedir. Bu sebeplerin içerisinde çok daha iyi hissetme ya da olumlu sonuçlar bekleme gibi

psikolojik süreçler de bulunmaktadır. Ya da ticari işlemler yolu ile para kazanma meselesi yine bu kapsamda ele alınabilmektedir. En nihayetinde tüm bunları genel olarak değerlendirdiğimizde ise gerçek yaşam ve oyunlar arasında benzer ilişkileri görmemiz mümkün olacaktır. Oyuncular aynı gerçek hayatlarındaki gibi para kazanma amacıyla, oyunlara yönelebilmektedirler. Yine gerçek hayatlarında olduğu gibi para yardımıyla bazı sonuçlara çok daha kısa sürede ulaşabilmektedirler. Benzer şekilde güçlü olmak, hemen hemen herkes tarafından istenilen bir durumdur. Yine bu durumun oyunlar içerisinde kendini göstermesi ve bu uğurda yatırımların yapılabilmesi, tüketim alışkanlıklarının sanal ve gerçek arasındaki ilişkisini gözler önüne serer niteliktedir.

Oyuncuların bu başlık altındaki tüm yorumlarını incelediğimiz zaman bazı noktaları ön plana çıkarmamız mümkündür. *Metin2* ve *LoL* oyuncularının, oyun içi temelli gerçekleştirdikleri ticari ilişkilerde ve oyuna para yatırmada etkili olan unsurlar şu şekildedir:

- ✓ Oyuncuların Görsel Olarak Çok Daha İyi Görünmek İstemeleri ve Kostüm İlgileri
- ✓ Oyun İçerisinde Ticari Yollarla Para Kazanma İsteği
- ✓ Oyunda Güçlü Olup, İlerleme İsteği
- ✓ Oyunlar İçerisinde Psikolojik Olarak Tatmin Olma ve İyi Hissetme Beklentisi
- ✓ Oyunlar İçerisinde Gerçek Para Avantajı ile Kısa Yoldan Birçok İşi Elde Etme Durumu
- ✓ Oyun ve Gerçek Yaşamı Ticari Açıdan Birlikte Görebilme Durumu

Şekil 8. *Metin2* ve *LoL* Oyuncularının, Oyun İçi Temelli Gerçekleştirdikleri Ticari İlişkiler ve Oyuna Para Yatırmada Etkili Olan Unsurlar



3.2.3.2. Özel Günler ve İndirimlerin Çevrimiçi Oyunlardaki Önemi ve Bu Durumun Oyun İçi Tüketici Davranışlarına Yansıması

Oyuncuların, oyunlar içerisinde gerçekleştirdikleri işlemlere etki eden durumlardan başka birini de gerçek hayatla bağlantılı olarak özel günler ve indirimli zamanlar oluşturmaktadır. Böyle zamanlarda kişiler, oyunlar içerisinde, doğrudan gerçek yaşamla bağlantılı olarak hareket edebilmektedirler. Gerek dini günler, gerekse ülkeler için önemli günler bu zamanları oluşturabilmektedir. Böyle zamanlarda özel indirimlerin olması oyuncular için genel itibarıyla büyük bir avantaj sayılmaktadır. Diğer yandan bilinçli bir şekilde yapılan indirimler de bu kapsama dâhil edilebilmektedir. En nihayetinde de anlaşılmaktadır ki kişilerin gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıkları, oyunlar içerisindeki tüketim alışkanlıklarıyla bazı açılardan ilişki içerisinde olabilmektedir. Çünkü burada da doğrudan ya da dolaylı olarak sanal ve gerçek yaşam bağı bulunmaktadır.

Oyuncuların yorumlarını değerlendirdiğimiz zaman bazı noktaların öne çıktığını görebilmekteyiz. Özellikle oyun içi ortamları, gerçek yaşamdaki ortamlarla bir görebilme durumu burada kendini göstermektedir. Kişiler oyunlar içerisinde, gerçek yaşamlarındaki gibi bazı şeylere dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca indirimler ve özel günlerdeki avantajların, psikolojik olarak mutluluk sağladığı düşüncesi de burada dikkatleri çekmektedir. Oyuncular, buralardan elde ettikleri artılarla, kendilerini daha mutlu ve iyi görebildiklerini belirtmişlerdir. Her ne kadar çok çok az oyuncu mantıken bu durumu olumlu görmese de bu durumun etkilerinin varlığını aynı şekilde kabul etmiştir. Bunlarla birlikte oyuncular, oyun içi ürünleri daha ucuza almanın maddi avantaj sağladığını da belirtmektedirler. Öte yandan indirim kelimesinin, dikkat çekici olduğu ve oyuncuları tüketime yönlendirdiği de ayrı bir şekilde belirtilmiştir. Tüm bunları bütünsel biçimde incelediğimizde genel olarak, daha geniş bir tabloyu görebilmekteyiz. Oyuncular, aynı gerçek yaşamlarında olduğu gibi oyun içinde de indirimden yararlanmak istemektedirler. İndirim kelimesi ciddi anlamda dikkat çekmektedir. Ürünlerin daha ucuz hale gelmesi de kişileri maddi açıdan olumlu etkileyebilmektedir. Yine bunlarla birlikte psikolojik olarak da birçok artının ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum da sanal oyunlar ve gerçek yaşam arasındaki ilişkiyi ticari açıdan gösterebilmektedir.

> Ya nasıl eski günlerde bayramlarımızı yaşıyorduk bir arada, şimdi bu bayramlar, seyranlar, mutluluklar oyunlara yansımaya başladı. Ve insanlar hani bayramlarını, seyranlarını saat gece üçmüş, sabah beşmiş hiç ayırt etmeden oyunu saatlerce oynadığımız gibi, bayramımızı, seyranımızı da artık orada yaşamaya başladık. Bu sayede insanlar bayramda, seyranda bu oyunlardaki eşyalara, araç gereçlere indirim veriyorlar ve bunu ticarete döndürüyorlar. *Metin2* ve *LoL*'de eşyalar ve bazı araç gereçler indirime giriyor. Ve insanların bu dini günlerde bu olayları yaşaması oyuncuların kolaylıklarını sağlıyor hani, işine geliyor. Hani söyleyeyim on liraya alacağınız bir eşya beş lira oluyor ve hani oyunculara büyük bir kolaylık sağlıyor. Oyuncular bu sayede çifte mutluluk yaşamış oluyorlar. Şunu söyleyebilirim ki oyunlar, insanları eğlendirmek, bir araya toplamak için yapılır. Ama sen bunu ticaret açısından insanın inancını dahi ticarete dökersen, insanların büyük ölçüde olumsuz etkileriyle de karşılaşırsın. Bu yönünden şikâyetçiyim. Demin de söylediğim gibi bu olumsuzluklarına

rağmen olumlu yönleri de vardır. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

Bu oyun içi etkinliklerde işte dini ve özel günlerdeki etkinlikler, birçok açıdan çok iyi oluyor hani. Biz oyuncular için hani diyorsun ki böyle istediğin bir kostüm oluyor, adam onun üzerinden indirim yapıyor, mesela diyelim bin sekiz yüz rp (riot puanı, oyun parası) ise o oluyor hani yedi yüz liraya, sekiz yüz lira oluyor. Bizim için büyük bir avantaj hani insan anlıyor ki bak nasıl istediğim kostüm düşmüş hemen alayım. Mesela *Metin2*'de de aynı şekilde böyle etkinlikler oluyor. Etkinliklerde ürünler indirime giriyor, o indirime girdiğinde işte gidip alabiliyoruz ve bu bizim açımızdan çok iyi oluyor yani. Oyunculara yönelik güzel bir şey düşünülmüş burada. Diyelim geçen mesela Cadılar Bayramı oldu, yeni kostümler çıktı. Böyle hani böyle yeni yenilikler böyle özel günlerde geldiği zaman bizim için daha çekici oluyor açıkçası ve dediğim gibi hani böyle istediğimiz kostümlerin fiyatı düştüğü zaman bizim hoşumuza gidiyor ve hani gidip daha çok tatmin ediyor açıkçası bizi hem para yatırıyoruz direkt alalım diye. O yüzden iyi yani. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

İndirimli ürünlerin tüketiciye bir fayda sağladığı kanaatinde değilim. Çünkü yaş tecrübem, gördüğüm birikim bunu gerektiriyor. Çünkü örnek olarak kış bittikten sonra indirimli ürünler çıkıyor piyasaya çünkü bir dahaki seneye o indirimli ürünlerden çıkmayacak. Yeni bir moda gelecek. Ve gelecek sene de aynı fiyat edecek. Ama bir sene boyunca paraya, oraya bağlamış olacaklar ama sanal ortamda dediğimiz zaman indirimli ürünler cazip gelebiliyor. Mesela diyelim yüz TL olan bir sanal hero, indirimde elli lira olduğu zaman bu da bir cazibe oluşturuyor. Aslında genelde bütün burası da bir şirket sonuçta bunlar da bir şirket, bunlar da para kazanıyor ve reklamdan, pazarlamadan. Bizler de onların müşterisi gibiyiz. İnsanların belli içgüdüsel olarak davranışlarını kullanıyorlar. Bitti bitecek gibi. Müşteri memnuniyeti değil de müşteri memnuniyetini öne alıyor gibi gözükerek, bir pazarlama faaliyeti yürütüldüğü konusunda hem fikirim. Sonuçta bu bir pazarlama tekniği, yoksa bu sizin dini günleriniz ya da herhangi bir etkinliğiniz onlar için etkinlik ya da dini bir ritüel olmayabilir. Biz onlar için bir müşteriyiz ve müşterinin her türlü algısını kullanıp paraya çevirmek maksat. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

İndirim kelimesi zaten insanı kendine çekiyordu ve indirimi görsen bile ihtiyacın olmasa bile indirimli hani normal herkesin aldığı fiyattan daha ucuza alma isteği geliyordu. İndirimi görünce alasım geliyordu. Ve ihtiyacım olmayan şeyleri aldıktan sonra nedense sıkıntıya giriyordum. İhtiyacım olmadığı şekilde para yatırıyordum ama o *item*i hiç kullanamıyordum, al-sat yapmadığım için nasıl satılacağını da bilmiyordum. İlk oynamaya başladığımda yaşım küçüktü, kendime özel kredi veya banka kartım yoktu. Aldığım o *item*leri falan genelde babamın kartıyla alıyordum. O *item*ler genelde bende kalıyordu ama nedense o indirimde görünce alasım geliyordu sürekli. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

Bu özel günler için indirim olması gerçekten güzel, çok hoş yani. Bence olumlu bir açıdan, yani bir şeye ihtiyacımız olduğunda ürünleri kaçırmamamız, değerlendirmemiz, ürünlere bakmamız. Bu özel günler için şunu da söyleyebiliriz. Mesela bir *item* alacağız, yeterli paramız yok. Yeterli

> miktarda ya da ne bileyim imkânımız yok. Bu özel indirimli günler sayesinde bu *item*leri almamız daha kolay olur tabii ki. Keza bunda bu şekilde hareket eden insanlar da var. Bazılarının yapamadığı şeyleri onlar daha kolay yapıyorlar. Yani bu şekilde olabiliyor. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların yorumlarını incelediğimiz zaman benzer noktaların dikkat çektiğini görebilmekteyiz. Lakin burada önemli bir durumdan da bahsedilmelidir. Oyuncular, sonuç olarak insan oldukları için gerçek hayatlarında da indirimlerden ve bu tarz etkinliklerden yararlanmak istemektedirler. Bu durum doğrudan oyun içerisinde de benzer bir seyir göstermektedir. Gerek psikolojik iyi hissetme, gerek maddi açıdan avantaj sağlama, gerek gerçek yaşam ve oyun arasında bağ kurma, gerekse indirim kelimesinin büyüsüne kapılma bu bağlamda ele alınabilmektedir. Bu da gerçek yaşam ve oyunlar arasında benzer tüketim ilişkilerinin olduğuna işaret etmektedir. Öte yandan Yamaguchi (2004) ele almış olduğu çalışmada oyun içerisinde, gerçek hayattaki ekonomik ilişkilerin gücüne değinmiştir. Bu noktada değerlendirilmesi önemli olan çalışmada, oyun içi ve oyun dışı ticari ilişkilerden de bahsedilmiştir. Böylelikle oyuncuların yorumlarının literatürde karşılık bulduğunu da belirtmemiz mümkün olmaktadır.

> Ben genellikle mantıksal açıdan düşündüğüm için oyun yapımcı firmasından bir de kendi gözümden bakacağım… Bu etkinlik indirimlerinin asıl amacı genellikle para tuzağı. Ama bu para tuzağı aynı zamanda oyuncular için de önemli bir para tuzağı. Özellikle sizin istediğiniz bir şey varsa ve paranız yetmiyorsa çünkü bazı eşyalar veya şeyler cüzi miktarda olabiliyor. Fakat bu özel özellikle din ve özel günler için yapılan indirimler, sizin o alamayacağınızı almanızı sağlıyor. Ve bu da ya oyun firmalarına veyahut da olsun önceki sorudaki gibi bağışa, bir de bizim o sonunda istediğimiz eşyayı aldığımız için mutluluk aldı oluyor. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Burada verilen etkinlik ürünler ve özel günler için yapılan indirimler de insanları kendilerine tekrardan çekmeyi amaçladıklarını düşünüyorum. Ayrıyeten de fiyatlar aşırı ve bariz bir şekilde düştüğü için oyuna tekrardan oyuncu kazandırıyorlar. Ürünler de genel itibarıyla belli bir paranın, para limitinin, oyuna yatırılan para limitinin altında olduğu için ürünlerin çoğu da satın alınabilir durumda. Bize normal gelebilen fiyatlar altında olduğu için o insanlar bu özel günlerde ve dini günlerde olmadan önce hatta birkaç gün

önce arifesi diyebiliriz, kartlarına para yatırıp büyük ihtimal onlar da para yatırıyorlardır oyuna. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Nasıl gerçek hayatta Kara Cuma gibi fırsatlar oluyor, özel indirimler oluyor, kıyafetlerde indirimler oluyor atıyorum altmış liraya, otuz liraya düşmüş oluyor ama onlara da fiyat arttırarak bir şekilde yapıyorlar. Oyunlarda fiyat arttırarak olmuyor. Daha çok oyuncuları düşünerek, onların oynadığı herolarla bağlantılı olarak onlara özel içerikler sunuluyor. Onlara özel indirimler uygulanıyor. Geçenlerde gene bir indirim olmuştu, Sana Özel Mağaza diye *LoL*'de bir indirim var. Benim en çok oynadığım hero Zed oyunda. Onun kostümü gelmişti, bin yüz rpye altı yüz yetmiş beş rpye düşmüştü, onu satın almıştım. Nasıl gerçek hayatta indirim oluyorsa oyunda da bir indirim oluyor. Ve bu oyundakiler daha çok daha avantajlı oluyor yani gerçek hayata göre aldatmaca olmuyor, kandırmaca olmuyor. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

Şimdi şöyle bir şey. Özel teklifler geliyor, kişiye özel. Mesela diyelim ki otuz liralık bir kostüme ona özel teklif geliyor, yirmi lira oluyor. Her kişiye özel teklif değişiklik gösteriyor. Ha diyelim ki dışarıda çok sevdiği bir mağaza isim vermeyeyim. İndirim geliyor özel gün olarak. Sen bu indirimden yararlanır mısın yoksa hani indirim olmadığı zaman mı almayı tercih edersin? Tabii ki indirim olduğu zaman almayı tercih edersin. Çünkü paradan tasarruf edersin, daha az para verirsin ve onu alır giyersin, takarsın. Oyunda da aynı böyle. Özel günlerde gelen özel tekliflerde aldığın şey sana paradan tasarruf ettiriyor. Ve güzel oluyor kostüm almış oluyorsun, yeni kostümün oluyor, daha renk katıyor oyuna. Kesinlikle güzel oluyor. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Ben bu yapılan şeylerde, böyle günlerde bakıyorum, kontrol ediyorum, oyuna giriyorum, kontrol ediyorum ve çok hoşuma gidiyor. Niye hoşuma gidiyor, aaa yeni bir şey gelmiş, etkinlik gelmiş ben buna mutlaka katılmalıyım. Ne bileyim beni çekiyor. Ekinlik illa yapmak zorunda değilsin ama beni çekiyor. Bilmiyorum bana böyle bir etkisi var yani. Benim açımdan böyle bakıyorum. Çok güzel bir etkisi oluyor… Valla bu indirimler güzel, motive edici yani, bu oyunu uygulayanlar için bence motive ediyor yani bu. Ayrı bir motive ediyor bu indirimler, güzel yapılması da lazım yani bence oyunu oynama sürelerini artırıyor, bence güzel bir uygulama. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların yorumlarına yakından baktığımız zaman yine benzer başlıkların baskın bir şekilde kendini gösterdiğini görebilmekteyiz. Özellikle gerçek hayatla oyun arasında belirli ilişkilerin kurulması buna örnek gösterilebilmektedir. Çünkü özel günlerde oyuncular, nasıl ki gerçek hayatlarında bir şeyler yapmak istiyorlarsa, oyunlar içerisinde de aynı şeyleri gerçekleştirmeyi dilemektedirler. Bu durum yine manevi olarak psikolojik duruma da olumlu etki yapabilmektedir. Ayrıca maddi açıdan kazanç

sağlama meselesi de yine kendini burada gösterebilmektedir. Bunlarla birlikte indirim kelimesinin ve benzeri algıların oyuncular üzerinde aynı gerçek yaşamdaki gibi etki yaptığı da anlaşılmaktadır. Literatürde ise Huhh (2008) ele almış olduğu çalışmasında, oyun karakterlerini geliştirme temelli psikolojik etkenlerin oyuncular üzerindeki etkisine değinmiştir. Oyuncuların, güçlenme ve ayrıcalık kazanabilme adına oyun içi harcamalar yapabileceğini gözler önüne sermiştir. Böylelikle oyuncuların özellikle özel günler ve indirimli zamanlardaki tüketici davranışlarını göz önüne aldığımızda, literatürdeki benzer verilerin, oyuncuların yorumlarıyla birçok yönden örtüşebildiğini de görmemiz mümkündür.

> Benim için bu çok güzel bir şey mesela bir insanın benim manevi açıdan önem verdiğim bir şeyi desteklemesi benim için çok hoş bir şey. Mesela Kurban Bayramı etkinliği oluyor. *Wolfteam*'de, *Metin2*'de bunlar benim çok hoşuma gidiyor gerçekten. Çünkü insanlar önemsediğim değerlere önem vermeleri benim için çok önemli. Hani onlar önem vermez ve onlar benim değerlerim için bir şey yapmazlarsa ben de onlar için bir şey yapamam öyle diyeyim… Bence gayet mantıklı ve bağlantısı var. Çünkü gerçek hayatta da mesela 14 Şubat Sevgililer Günü, sevgililer günü için özel indirim var oyunda da var geçekte de. Çünkü ikisi de aynı ticari yönden gidiyorlar, hep özel günleri kullanarak para kazanıyorlar tabii indirimli olması biz oyuncular olarak içimize geliyor öyle diyeyim aslında. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Burada asıl olarak düşünürsek *LoL*'de dini ve özel günler için yapılan birçok etkinlik oluyor mu, evet oluyor. O da demiş olduğum gibi heroların kostümlerini geliştirebilmek veya daha güzle kostümler alabilmek için yatırılan ve alınan bir ürünler. *Metin2*'de ise dediğim gibi karakter ya da kasma işte yüzüğüydü, exp yüzüğü veya alınabilecek olan *item* veyahut karakter için okunabilecek kitaplar alınmaktadır… Bu tür özel günlerde işte daha indirimli fiyat biçilir. İşte alacağı *item*dir veya alacağı kitabıdır, cazip midir, oyuncular için evet caziptir, beğeniyorlar mı ki evet beğeniyorlar. *LoL*'deki sistemdeki olan Sana Özel Mağaza gelir belli bir ay indirimde aynı sorudaki gibi. Orada da işte pahalı kostümler daha çok ucuza gelir. İşte daha ucuz olanları bir tık daha ucuz yapıp, oyuncuların cazip ettiği oluyor, mutlu eden bir durum kısacası. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi o günlerde oyuna girenler çok oluyor, hediyeler oluyor, ücretsiz hediyeler falan o görevleri yaptığımızda. O şekilde oynayanlar var. O gün de mesela para yatıracaklar için yani sürekli bir yatırım oluyor oyunlara. Mesela eksik bir *item*i oluyor veya karakterini daha güçlü bir seviyeye getirmek istiyor. O günler mesela çok yararlı oluyor mesela az bir miktar para yatırabilecek parası o kadar var, indirim gününü bekliyor o gün yatırıyor, istediği her şeyi alabiliyor o günlerde de… Mesela bir markete gidersiniz o gün alabileceğiniz bir şey yirmi liradır, indirim günü olur,

herhangi bir gün marketin indirim günü olur o gün yarı fiyatına düşebilir mesela oyunlarda da böyle. Oyuncuların işine geliyor bu da. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Bu bence kişinin başına gelebilecek en iyi şey. Sonuçta almak istediği bir şey varsa denk gelebiliyor. O da onu çok mutlu ediyor yani yarı fiyatına olsun, yüzde yetmiş beş indirim olsun ya da yüzde yirmi beş indirim olsun hem maddi açıdan biraz desteklenmiş oluyor, *LoL* bunu desteklemiş oluyor veya *Metin2*. Bu da oyuncuların oyuna daha sıkı bağlanmalarına sebep oluyor. Yani iyi oluyor… Ya ben büyük bir ihtimal paralellik gösterdiğini düşünüyorum, yani bu şekilde söyleyebilirim. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Oyunlarda benim en çok sevdiğim günler genellikle bu özel günler… Çünkü böyle günler hem gerçek hayatla bağdaşlaştırıyor oyunları. Şöyle bir şey mesela eğer bir bayram havası içerisindeyseniz normal hayatınızda, oyunun da o şekilde süslemelerle dolu olması, insanların o oyundaki farklı süslemelere ya da kostümlere yönelik giyinmesi, özel dansların eklenmesi vesaire insana daha iyi hissettiriyor. Oyunla daha da böyle daha bir içli dışlı oluyorsunuz. İndirim yapıyorlar genelde ve özel ürünler ortaya çıkıyor. Mesela sadece o bayram için ya da o özel gün için mesela Cadılar Bayramı için bir kostüm almanız gerekebiliyor. Ya da hani gerekiyor derken şöyle bir şey yani alma imkânı sağlıyorlar size. Eğer o kostümü alırsanız mesela kendinizi daha iyi hissediyorsunuz. Ve en güzel kısmı da şöyle, o kostüm o özel gün bittikten sonra tekrar satışa sunulmuyor. O yüzden sizin için çok değerli bir parça haline geliyor. Sanki bir koleksiyon biriktiriyormuşsunuz gibi oluyor. Hani bir de tabi şöyle bir şey hani bir şeye on lira vermek varken, indirimde ona sekiz verip, onun üstüne biraz daha para koyup, farklı şeyler de alarak bunu ticarete dökebiliyorsunuz. Mesela siz bir ürün aldınız diyelim, o normalde indirimli fiyatı onken şey normal fiyatı onken indirimli fiyatı beşe düşüyor. Siz o üründen iki tane alıyorsunuz. Ya birine hediye edebiliyorsunuz ya da onu pazarda değerlendirebiliyorsunuz. Oyun arkadaşlarıyla birlikte bir bayrama katılmışsınız gibi hissediyorsunuz. Nasıl biz kendi bayramlarımızda büyüklerimizi görmeye gidiyorsak vesaire oyunlarda da öyle bir havaya bürünüyoruz. Yani sıradan bir günde oyundan keyif alabiliyorsanız zaten özel bir günde daha çok keyif alacağınız aşikârdır. Çünkü o süslemeler bile bir kere insanın içini açıyor yani. Güzel oluyor o yüzden. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların görüşlerinden de anlaşıldığı üzere bazı noktalar oldukça önemlidir. Üstteki birçok kişisel yorumda olduğu gibi yine gerçek yaşam ve oyun arasında tüketim alışkanlıkları çerçevesinde benzer ilişkilerin olması, indirimli günlerden maddi olarak avantaj elde etme, yine bu günlerden psikolojik olarak olumlu sonuçlar çıkarma önemli görünmektedir. Hepsinden de öte indirim kelimesinin, oyuncuları tüketime sevk etmesi, aynı gerçek hayatta olduğu gibi birçok ilişkiye ışık tutmaktadır.

Ooo harika. Böyle bir fırsatı zaten *LoL* ve *Metin2* oynayıcıları zaten hiçbir şekilde kaçırmazlar eminim ben buna. Neden ki çünkü bir saç oluyor, bir *item* oluyor gerçek hayattaki, ya zaten özel günlerin oyuna yansıması bizim için büyük bir fırsat. Nasıl büyük bir fırsat, elli, altmış, yetmiş liralık alacağımız bir şeyleri, bir *item* olsun, bir saç olsun, bir herhangi bir ürün olsun eğer orada yarı fiyata inmişse bir ürün alacağına iki ürün alıyorsun. Ve bu da seni o kadar mutlu ediyor ki bir anda kendini motive ediyorsun. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

Şimdi ben şöyle cevap vereyim. Başta yılbaşı oluyor, mesela 14 Şubat oluyor, onun için hediyeler falan alınıyor. İnsanlar durumu olmadan alışveriş yapamazlar. Alışveriş yapmak için durumları olması gerekir veya indirim olması gerekir. Bu indirimlerin de gerekli olduğunu düşünüyorum çünkü zamanla mağazalarda bile alışveriş yaparken indirim yapıyorlar. Gerçek hayattaki gibi oyunlarda da indirim olmasını destekliyorum… Bence tüketime sevk ediyor. Sana Özel Mağaza diye bir şey var mesela. Yüzde otuz, yüzde yetmiş indirim falan yapıyorlar, gayet başarılı oluyor, tebrik ediyorum bu konuda. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Yani şöyle anlatayım, aslında olumlu tabii ki bunlar. Mesela özel gün olarak yılbaşında, Cadılar Bayramı'nda güzel çıkartmalar ya da oyun içi güzel yeni çıkartmalar geliyor. Onları almak için tabii ki belirli bir ücret isteniyor, yani güzel, olumlu… Ya mesela şöyle insanlar bir ürün beğeniyorlar ama normal zamanda bu ürün çok pahalı olabiliyor. Cebindeki ücret bunu karşılayamayabiliyor. Bunun için de indirimli belirli günleri bekleyebiliyorlar. Yani sonuçta bir şeyi beğeniyorsun, almak istiyorsun ama cebinde paran olmadığı için alamıyorsun. Ama özel bir indirimle ya da özel bir gün geldiğinde beğendiğin ürün indirime giriyor ve sen bunu alıyorsun. Mesela çok beğendiğiniz bir kazağı alamamak gibi bir şey. Beğeniyorsunuz, cebinizde paranız yok fakat daha sonra özel bir indirimle ya da özel bir güne denk geldiğinde alıyorsunuz. Bunun mutluluğunu nasıl yaşıyorsanız oyunda da aynı mutluluğu yaşıyorsunuz. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyun açısından hem eğlence geliyor özel günlerde yapılan indirimler ve etkinlikler açısından. İnsanı da cezbediyor, alma ihtiyacı hissediyorsunuz… Elbette ki. Çünkü şey, indirim insanı cezbeden bir şey, gerçek yaşamda da öyle. Ve burada da bir türlü kendince bir yaşam şekli oluyor karakterine ait. İndirimler cezbediyor yani. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

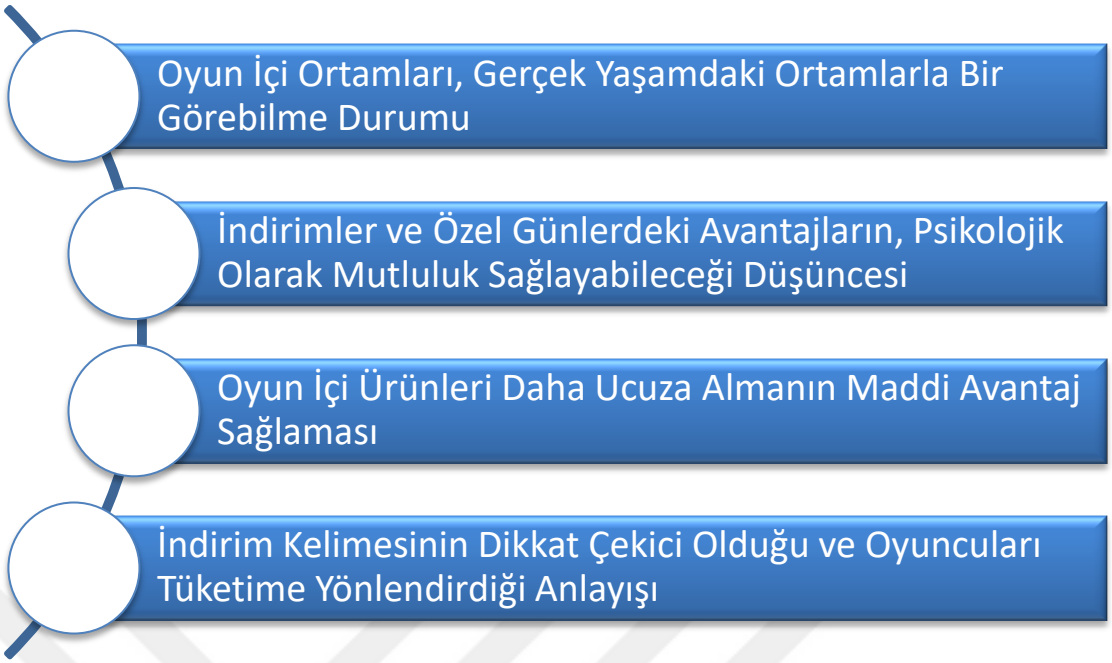
Normalde senin benim giyemeyeceğim zırhları falan giyebilenler var. Çünkü parasını yatırıp vermiş. Ama öyle değil. İndirim günlerini beklemek zorundalar. Bu tür önemli günlerde de indirimler oluyor. Bu şey gibi bir şey gündelik hayatta da büyük markaların işte yılbaşlarında ya da ne bileyim özel günlerde indirim yapması ve normal ettiği kârdan daha fazla kâr etmesi gibi, o yüzden bir yeni bir şey alacağı zaman o günleri beklemek çok mantıklı geliyor tabii. Ticarete de yöneltiyor açıkçası yani, bir şeyler satın almaya yöneltiyor… Kesinlikle böyle düşünüyorum, çünkü ister istemez o karakteri bir insan yönetiyor yani. Gündelik hayatında pratik olarak ne yaşıyorsa oyunda da aynısını görebiliyor. Yani normalde de markalar indirim yaptığı zaman genellikle bu günleri bekliyor, büyük alışverişler yapmak için. Oyuncular da bu tür alışverişleri yapmak için önemli günleri bekleyebiliyorlar. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyunlar ve oyuncular birçok açıdan bir araya gelebilmektedirler. Özellikle özel günler ve indirimli zamanlarda bu durum kendini çok daha iyi gösterebilmektedir. Çünkü oyuncular böyle zamanlarda oyun içi tüketim ilişkilerine daha çok yönelebilmektedirler. Özellikle oyundaki ürünlerin indirime girmesi, aynı gerçek hayatta olduğu gibi oyuncuları, bu ürünleri satın almaya yöneltebilmektedir. Birçok kişisel görüşten de anlaşıldığı üzere, gerçek hayattaki mağaza indirimlerinin, oyundaki mağazalardaki indirimlerle bir görüldüğü yadsınamamaktadır. Böylelikle gerçek yaşam ve oyun arasında tüketim ilişkileri kapsamında birçok nokta öne çıkmaktadır. Bunlar gerek maddi, gerek psikolojik, gerekse algısal olabilmektedir. Nihayetinde araştırma sorusu çerçevesinde ele alınan konu çok daha iyi anlaşılabilir hale gelmiştir. Gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları ve sanal oyunlardaki tüketim alışkanlıkları birçok noktada benzer ilişkiler taşıyabilmektedir. Bu durum oyuncuların kendi kişisel görüşlerinden de rahatlıkla anlaşılmaktadır. Çünkü oyun içerisinde özel günler ya da indirimli zamanlarda alışveriş yapmak, doğrudan gerçek hayattaki maddiyatla ilişkilendirilmek zorundadır.

Oyuncuların kendi görüşlerinden yola çıkarsak bazı başlıkları diğerlerinden ayırarak öne almamız mümkün olacaktır. Özel günler ve indirimli zamanları önemli kılan unsurlar şu şekildedir:

- ✓ Oyun İçi Ortamları, Gerçek Yaşamdaki Ortamlarla Bir Görebilme Durumu
- ✓ İndirimler ve Özel Günlerdeki Avantajların, Psikolojik Olarak Mutluluk Sağlayabileceği Düşüncesi
- ✓ Oyun İçi Ürünleri Daha Ucuza Almanın Maddi Avantaj Sağlaması
- ✓ İndirim Kelimesinin Dikkat Çekici Olduğu ve Oyuncuları Tüketime Yönlendirdiği Anlayışı

Şekil 9. Özel Günler ve İndirimli Zamanları Önemli Kılan Unsurlar



3.2.3.3. Oyun Karakterlerinin Oyuncuların İsteğine Göre Oluşması ve Karakterlerin Gelişim Süreci

Oyuncuların, oyunlar içerisine doğrudan dâhil oldukları durumlardan bir diğerini, karakter gelişim süreci oluşturmaktadır. Çünkü kişiler, oyun karakterlerini geliştirirken birçok farklı yöntemi benimseyebilmektedirler. Oyun içerisinde fazladan zaman geçirmek, oyuna gerçek para yatırarak birçok işi hemen halletmek, ya da hem para yatırıp hem de fazla zaman geçirmek bunlara örnek gösterilebilmektedir. Böylelikle yine, oyunlar ve gerçek yaşam arasında farklı bir türden ilişkinin ortaya çıktığını görmek mümkün olmaktadır. Çünkü oyun karakterlerinin gelişimi büyük oranda gerçek maddi desteklerle sağlanabilmekte, bu durum da gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıklarını, oyunlardaki tüketim alışkanlıklarıyla bir almaya yardımcı olabilmektedir.

Oyuncuların yorumlarını incelediğimiz zaman, birkaç noktanın dikkat çektiğini görmekteyiz. Oyun karakterlerinin, kişilerin isteğine göre gelişmesinde özellikle, oyuna uzun zaman ayırma ve oyunla ilgilenme durumu önemli olabilmektedir. Diğer yandan hızlı gelişim ya da farklılaşma için oyuna para yatırma durumu da etkili olabilmektedir. Öte yandan oyun ve hayat arasında birçok açıdan bağ görme ve benzerlikler kurma da bu noktada dikkat çekebilmektedir. Böylelikle genel anlamıyla oyunlar ve oyuncuların yine bir araya geldiğini söylemek mümkün olmaktadır. Bu durum da doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim alışkanlıklarıyla ilişki içerisinde bulunmaktadır. Çünkü gelişim ve oyun içi farklılaşma birçok noktada gerçek maddiyatı ilgilendirebilmektedir. Yıldız (2007), gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında benzer noktalara değinmiştir. Özellikle oyundaki karakterlerin gelişimi, oyuncuların doğrultusunda olduğu için burada sanal kariyer bağlantısına da vurgu yapılmıştır. Bunlarla birlikte sanal kariyer çerçevesinde, aynı gerçek yaşam içerisindeymiş gibi mesai yapıldığına da ayrıca değinilmiştir. Böylelikle gerçek yaşam ve oyunlar arasındaki bağ, oyuncuların dile getirdiklerinin literatürde desteklenmesiyle birlikte daha net görülebilir olmuştur.

> Örneğin *Metin2* ve *LoL*'de oyundaki karakterinizi geliştirmek için saatlerce oynamanız gerekir. Yani normal hayatta bile güç demek, emek demektir! Emek vermeden hiçbir şey yapamayacağınız gibi, sanal âlemde de saatlerinizi harcamak gerekmektedir. Çoğu insan mesela şöyle örnek vereyim, tuvalete bile gitmeyenler var. Yemek molası vermeyenler var sırf bunun için. Eğer oynayacak vaktiniz yoksa para yatırmak zorundasınız. Örneğin *Metin2*'de yüzük aldığınızda, normal zamanla yapamayacağınız işi size yarı zamanda yaptırmanızı sağlıyor. Paranızı konuşturuyorsunuz ve bu sayede oyunda size öncelik verilmiş oluyor. Yoksa diğer şekillerde bilgisayar başında saatlerinizi geçirmek zorunda kalabiliyorsunuz. Yeri geliyor uykunuzdan fedakârlık ediyorsunuz, yeri geliyor işte dediğim gibi yemek yemiyorsunuz, günlük ihtiyaçlarınızdan fedakârlık yapıyorsunuz, öyle bu güçleri elde edebiliyorsunuz ama eğer paranızı konuşturursanız yarı zamanınızda yapabiliyorsunuz bu işlemleri. Böylelikle anlaşılıyor ki oyunlar ve hayat iç içe. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

> *Metin2*'de şöyle açıklayayım ikisini ayrı ayrı açıklayayım, ikisi de farklı oynanış tarzları. *Metin2*'de şöyle, sen gidersin kostüm alırsın yani kostümden kastım böyle zırh alırsın böyle şeyler vardır, kitapları vardır. Bu kitapları hani o şeylere biz bunlara işte, en büyük rütbe artı dokuzdur hani artı dokuz basarsın hani onun üstü olmaz. Mesela diyelim kılıcın çok az vuruyor, ilk başladığın zaman böyle kurt falan kesersin. İşte hasarın azdır

ama sen kurt kestikçe para kasarsın. Kastığın parayla da gider yeni kılıç alırsın. Böyle gittikçe o karakter güçlenir böyle zırhları iyice kasar. Yani böyle ne kadar kasarsan o kadar çok güç kazanırsın. *Metin2*'de bu şekilde. *LoL*'de de şu şekilde. Hani *LoL*'de her yeniden başladığınızda maça, ne derler maça girmeden önce rün ayarlarsın. Bu rünler hani her heroya özeldir. Bu rünlerin her heroya uygun bir şekilde hani heronun skilllerine, ondan sonra attığı büyüler vesaire hani bilirsen ezberindeyse o benim genelde ezberimde oluyor, karakterin hangi rünle güçlenebileceğini bilirsin. Ve bu seni bir kat öne geçirir. Bunun haricinde *LoL*'de hani böyle giydiğimiz kostümlerin, para yatırdığımız kostümlerin herhangi bir gücü yok, *Metin2*'de var ama *LoL*'de yok. Böyle herkes sıfırdan, bir levelden başlar *LoL*'e. Ve bu leveller sen minyon kestikçe, xp aldıkça yükselir. Farklı *item*ler kasılır ve bu güçlendirmede yardımcı olur hani. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Bizim bu konuda şey yok, heroların gerek insan davranışları ve gerek insan psikolojisi üzerine uzmanları vardır. Oyun karakterlerini belli yaş aralıklarına göre sunuyorlardır. Bir heroya ya da bir karaktere aşırı yüklenilmesi durumunda o karakterin diğerlerini gölgede bırakmaması için ya gücünü azaltıyorlar ya da özelliklerini kısıtlıyorlar. Yeni herolar yeni karakterler çıkararaktan da insanların, ilgisini ve algısını canlı tutmaya çalışıyorlar. Yani gündemde olmaya çalışıyorlar. Oyuna istemeyerek de olsa birkaç defa da para yatırmak zorunda kaldım. Yatırdığıma da pişmanım fakat oldu. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

Zaten karakterini güçlendirmek bu oyunları oynamaktaki temel amaç. Asıl zevk veren karakterini ve heronu güçlendirmek. Karakterimi güçlendirmek için fazladan *item*lerime abanoz ekliyordum, o eklediğim abanozlar beni bir, rakiplerimin bir iki tık üstüne atıyordu ve mücadelede beni avantajlı hale getiriyordu. Ve karakterimizi geliştirmek için kişisel zevkten çok köyde VS atmaktan çok karakteri kasmaya çalışmalıyız. Karakterimizi diğerlerinden farklılaştırmak için mesela Zümrüt Çelik vardı. Zümrüt Çelik hemen hemen oyunda kimsede yoktu ama Zümrüt Çelik'i gören güçsüz bile olsan seni güçlü görürdü, bir çekinirdi. O Zümrüt Çelik'in görünüşünden dolayı öyle karakterlerimizi farklılaştırabiliyoruz. Ayrıca güçlenmesi ve farklılaşması için en güzel, oyunun en güzel özelliklerinden biri artı basıyorduk ve en fazla artı dokuz vardı itmelerde, artı dokuzdan sonra farklı nesnelere dönüşüyordu. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

Şimdi, diğerlerinden görünüm açısından güçlenmesinden bahsedebilirim mesela, eşya satın aldığımızda veya kostüm satın aldığımızda. Yani görünüm açısından daha farklı oluyor, görsel olarak daha güçlü olma. Yani giyim olsun başka bir şey olsun bunlar zaten oyun karakterlerine farklı güçler katıyor. Bu şekilde daha farklı daha güçlü olabilir yani seçtiğiniz karakter. Diğerlerinden daha farklı olabilir. Ufak harcamalarla değiştirebilirsin şampiyonunu… Evet, en azından görsel bir güzellikte bir farklılaşma olur. Veya bir eşya satın aldığında değişme konusunda daha farklı, daha güzel bir kostüm alma şeklinde bir güç kazanırsın. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların yorumlarını değerlendirmek istersek, benzer başlıkların ön planda olduğunu rahatlıkla görebiliriz. Özellikle diğer oyunculara farklı görünmek için oyun içerisinde gerçek parayla kostüm alma, farklılaşmada önemli bir paya sahip görünmektedir. Yine oyun içerisinde uzun zamanlar sonucunda karakteri geliştirmek de ayrı bir seçenek olarak sunulmaktadır. Bunlarla birlikte, gerçek yaşamı oyunla bir görme noktası da kendini yine bu çatıda gösterebilmektedir. Benzer şekilde Ercansungur (2018), gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında oyuncuların gerçek yaşamlarındaki konum ve statülerini, aynen oyunlar içerisinde de göstermeye çalışmalarını aktarmıştır. Çoğu zaman ise bu işlemlerin ekonomik güç ile birlikte yerine getirildiğini belirtmiştir. Böylelikle oyunlar ve gerçek yaşam arasındaki bağlantı bu çerçevede yine literatürle desteklenebilir görünmektedir.

> Bu soru aslında oyuna göre değişmektedir. *LoL*'de karakter özelleştirmenin direktman hiçbir anlamı yok. Böyle sadece sizin göz hitabınıza bağlı olarak değiştirmenize yarıyor. Veya bazı kişiler adına koleksiyon veya arkadaşınıza hava atmak için. Ama *Metin2*'de bu biraz durumu değiştiriyor. Çünkü *Metin2*'de karakteri güçlendirmek için bazı yollar var. Mesela karakteriniz başlangıçta hiçbir şey yapamıyorken ilerledikçe, ya hayvan kestikçe veya yaratık kestikçe, level yaptıkça bunlar size karakter geliştirmek için xp olarak geri dönüyor. *LoL*'de kostümler ücretsiz olarak da gelse de istediğiniz kostüm gelmeye de biliyor. O yüzden *LoL*'de para yatırılırken *Metin2*'de ise genellikle daha hızlı gelişmek için para yatırılıyor. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Özellikle ben *LoL* açısından söyleyebilirim. Level kasmaktan daha çok oyunda belli bir main yani otp olduğunuz çarlar oluyor. Kendi oynadığı mainin karakterini sadece bir tane karaktere focuslanarak oynuyorlar ve karakterlerine artık o kadar fazla mekaniklerini ezberliyorlar ki oyunda harikalar yaratmayı hedefliyorlar ve öyle de hedeflerine ulaşıyorlar. Ayrıca oyunlarda genel itibariyle para yatırılıp yeni karakterler alınma yani oyun parası alınma itibarıyla, genel itibarıyla çarlarımızı öyle güçlendirebiliyoruz dengeleme gibi kötü olduğu için. Para yatırarak karakteri güçlendiriyoruz ki bunu yapmak da zorunda kalıyoruz. Genel itibarıyla *Metin2*'de olsun özellikle *Metin2*'de olsun karakterlerin ilk belli bir seviyeden sonra artık kendi özellikle çabalarımızla güçlenmeyip oyuna para yatırmaya zorlaması yüzünden, genel itibarıyla gerçek hayatta paralarımızı oyundaki gerçek paralara dönüştürebiliyoruz. Bunun dışında farklılaşması için de genel itibarıyla *LoL*'de yatırdığımız bu rplerle, riot puanlarıyla alınan çerçeveler ayrıyeten karakterin daha güçlü, daha şehvetli gözükmesini sağlayan, dış görünüşlerini artıran skinlerle oyunda daha fazla diğer insanlardan farklı olduğunuzu kanıtlama çabasına ben de içine dâhil olarak giriyorum.

> Farklılaşması için genel itibarıyla bunları yapıyoruz, oyuna tekrardan tekrardan para yüklüyoruz. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> *LoL*'de atıyorum karakterin farklılaşabilmesi için kostüm satın alıyorsun. Az önce örnek verdiğim gibi Zed'in kostümünü almıştım. Şampiyonlar Şampiyonu Zed'in kostümü var onu aldım. Diğerlerine göre görünümü daha güzel duruyor yani *LoL*'deki tek kostüm farkı bu. *Metin2*'ye gelirsek, *Metin2*'de on saat oynayıp, emek kasıp, hesabı on level arttırmak var, onun yerine veya para yatırıp, daha fazla level atlayıp, şey yapmak var exp yüzüğü falan vardı orada diğer hatırlamadığım bir tane büyü kitabı vardı sanırım, bunlar oluşturuyor oyunu. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi *Metin2*'de oyunda gelişebilmek için para yatırman gerekiyor. Ama *LoL*'le kıyasladığımız zaman *LoL*'de gelişebilmek için öncelikle aldığın karakter ve girdiğin rün çok önemli. *Metin2*'yle kıyasladığımız zaman dediğim gibi para yatırmadan bu oyunda. En büyük fark da kostüm, mesela ifade onlara riot puanıyla para verip, onları alabiliyorsun. Ve oyunu daha güzel bir hale getiriyor kostüm. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Bu konuda farklılaşması için *Metin2* oynarken ben bu *item*ler vardı, bu zırhlar mırhlar, bunlara çok önem veriyordum. Onları bir pazar var hatta orada alışveriş yapmak için yani acaba ne koydular, ne alsak diye çok düşünüyorduk yani. *LoL*'de de farklılaştırmak, güçlenmesi için mesela kostümler var. Bir karakterin bir kostümünü almak mesela kostümü aldığın zaman farklılaştığını, güçlendiğini hissediyorsun. Bu güçlenmeyi gerçek hayatla bağlantısı da şu ben öyle düşünüyorum yani, şimdi insan kendini bir gerçek hayatta nasıl ifade ediyor mesela bir diyelim ki güzel bir iş yaptı, şey yaptı kendini şöyle bir daha bir dik yürüyor böyle. Ama orada da kostümleri ya da *Metin2*'de o zırhtı, *item*di o *Metin2*'nin kendi çarının ihtişamını gördüğü zaman farklılaştığını, güçlendiğini hissediyor. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı gibi önemli olan noktalar bulunmaktadır. Daha önce de ifade ettiğimiz gibi oyuna para yatırarak, güçlenmek ya da kostümler başta olmak üzere farklılaşmak mümkün görünmektedir. Bunlara ekstra seçenek olarak da yine oyun içi uzun oynayışlar gösterilebilmektedir. Lakin bu durum da dolaylı yollardan maddiyatla bir şekilde buluşmaktadır. Çünkü ekstra özelliklerin birçoğu gerçek para yoluyla elde edilebilmektedir. Ayrıca oyun ve gerçek yaşam bağına yine oldukça fazla değinilmiştir.

> Çok fazla çaba lazım. Öyle diyeyim ben size. Gerçekten uğraşarak, emek vererek bu işleri yaparsanız bir yerlere gelebilirsiniz. E-sporcu bile olabilirsiniz mesela *LoL*'den örnek vereyim hep *Metin2*'den verdim. *LoL*'de karakterleri öğrenmeniz lazım, özelliklerini öğrenmeniz lazım, hangi karakter karaktere karşı güçlü onu öğrenmeniz lazım. Ondan sonra onun

mekaniklerini güzel ayarlamanız lazım. Yeteneklerini tutturmanız lazım ve bunlar için kendinizi sürekli eğitmeniz lazım, yani o oyunu oynamanız lazım yoksa alışamazsınız kesinlikle. Mesela *Metin2*'den örnek vereceğim gene. Gelişmek için pet satın almanız lazım, evcil hayvan yanınızda geziyor ve size atak veriyor, savunma veriyor bu sizin için çok önemli bir şey. Hani oyunda gerçekten petiniz varsa çok kolay kasılıp kendinizi güçlendirebilirsiniz. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Metin2'de ilk başta çarını güçlendirebilmek için belli bir başlı *item*ler satın alınmakta. İşte zırhından tutun silahına, silahından tutun bileziğine, küpesine, kolyesine, ayakkabısına gibi silahına da hatta. *LoL*'de ise kostüm bazında olarak *item*ler var, onda da işte pahalı kostüm, işte efsanevi, destansı, işte hatıra ve hatıra içerikli olan kostümler var. Ve *LoL*'de genellikle pek güçlendirmek için pek işe yaramıyor ama *Metin2*'de yarıyor mu, evet yarıyor. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Şimdi ben kendimden örnek vereyim, ben oyun karakterimi kendi gözüme hoş gelen bir şekil yaparım, herkesin yaptığı değil de onlardan daha farklı olması için uğraşırım. Herkes standart bir karakter elbisesi giydirirken ben daha farklı bir şey giydiririm. Mesela nickim, oyundaki nickim. Herkes kendi ismini yaparken ben göze çarpacak bir isim koyarım, yani insanların gözüne çarptığında hele ki iyi oynuyorsa öyle de gözüne çarptıysa, direkt oyun üzerinden bir bağlantı kurup oradan da bir arkadaşlık kurabiliriz. Ya bunun ilerisi ticarete dönebilir, hesabı öyle devredebilirim yani bir miktar para karşılığında dediğim gibi. Yani böyle olabilir. Ya ayrıca hani bir oyuna para yatırırsın, bir gün içerisinde istediğin seviyeye ulaşabilirsin birkaç gün içerisinde. Ya para yatırmazsın bir ayın gider, iki ayın gider. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Zaten Riot Game veya *Metin2*'de olsun yapılıyor zaten karakterleri güçlendiriyorlar, nerf getiriyorlar, oyuna heyecan katıyorlar. Yani ben şu şekilde düşünüyorum, bu oyundaki kostümler olsun, çerçeveler, riot puan falan yani oyuna farklı bir haz katıyor. Sonuçta normal bir skinle oynamak var bir de farklı yani geliştirilmiş bir skinle oynamak var. Sonuçta vuruş şekilleri, sistemi olsun bu kostümler falan oyuna farklı bir haz katıyor, eğlence katıyor kişiye. Ve benim de şu şekilde sevdiğim bir yönü daha var, mesela ben normal Rengar oynarken normalde hiçbir şey hissetmiyorum böyle normal oynuyormuş gibi. Ama Gece Avcısı Rengar'la falan oynarken, kapüşonunu falan takıyordu bu benim baya hoşuma gidiyor yani bu şekilde söyleyebilirim. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Yani öncelikle belirli bir seviyeye geldikten sonra karakterlerin gelişimi gittikçe zorlaşıyor. Bunu her oyuncu bilir. Yani oyuna yeni başlarken sarf ettiğiniz efor bir süre sonra bunu beşe, ona katlamanızı gerektiriyor ki oyunda bir şeyler başarabilesiniz. Ama şöyle bir şey var tabii bazı insanların vakti kısıtlı ama maddi imkânı iyi. Böyle insanlar mesela şey yapabiliyorlar oyunda bazen biletler oluyor kata çıkmak için ya da diğer farklı karakterlerle, canavarlarla karşılaşabilmek için biz bunlara *slot* diyoruz gerçi. Onlarla, onları kesip onlardan *item* düşürmek için hem bir takım olmanız gerekiyor hem de vakit ayırmanız gerekiyor ki bir şeyleri yapabilin yani. Bu en az sizin günde belki üç dört saatinizi alabilecek şeyler. Ama

bazı insanlar vakti kısıtlı olduğu için bunların direkt kısa yoldan para biriktirmeyerek, ticaret yapmayarak, oyunun kendi sitesinde yer alan mağazasına girip oradan o şeyler için *slot*lar için gerekli olan yüzüklerden, işte kat biletlerinden vesaire alıyor. Mesela şöyle bir şey var *Metin2*'de, siz *slot*ları kestikçe kastığınız exp yani level atlamak için o küçük barların dolması gerekiyor. Onlar, onların dolması için mesela sizin gerçekten belirli bir seviyeden sonra çok fazla efor sarf etmeniz gerekiyor. Ama mesela exp yüzüğü diye bir şey var mağazada. Ücreti çok da pahalı bir şey değil. Onu aldığınız zaman yüzde elli daha fazla exp kasarak o barları doldurmanız daha hızlı gerçekleşebiliyor. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların kişisel yorumlarını incelediğimiz zaman önemli olan üç noktanın tekrar tekrar öne çıktığını görmekteyiz. Özellikle oyun içerisinde farklı ve güçlü olmak için oyunlara gerçek para yatırılması, önemli görünmektedir. Bunlarla birlikte doğrudan ya da dolaylı olarak gerçek yaşam ve oyun arasında farklı bağlar ortaya çıkabilmektedir. Öte yandan son olarak, oyunda gelişmek ve değişmek için uzun süreler boyunca oyun içerisinde zaman geçirme gerekliliği de bir kez daha kendini göstermektedir.

Ya, neler yapmak gerekir, burada bir liderlik vasfı yakalıyorsun. Güçlendikçe oyunda, gerçek hayatında kendini motive edip daha da iyi hissettiriyor aslında. Yani, aynen burada da dediğim gibi hani güçlendikçe de daha kendini iyi hissetmek için farklı şeyler kendinde olmayan özellikleri, kendinde olmayan bir ürünleri almak daha da güçlenmek. Onlar gelebilir aklıma. Ticarete dökebiliyoruz mesela, paralar yatırabiliyoruz. Oyun içinde de olan sanalda da yapıyoruz bunu ve gerçek hayatta da yapabiliyoruz. Para ödediğin zaman, diğer karşı tarafındaki olmayan şeyleri aldığımız zaman zaten güçleniyorsun. Güçlendiğin zaman da zaten daha iyi hissettiriyor kendini. Bununla da birlikte hani olmayan bir şeyleri aldığın zaman, gerçek para yatırdığın zaman, olmayan karşı tarafındaki olmayan şeyler aldığın zaman bir saç örnek vereyim. Bir saç olduğu zaman, daha bir aksesuar olduğu zaman, daha bir havalı oluyorsun. Girdiğin zaman, daha bir bakıldığı zaman, daha bir kendini iyi hissediyorsun. Kıyafet olsun dediğim gibi, bot, ayakkabı o tür şeyler daha bir hoş, daha bir zevkli oluyor, oyun daha bir heyecanlanıyor. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

Mesela burada oyun karakteriniz değiştiği zaman rework (karakteri yeniden tasarlama) deniyor. Karakterin skilllerinin yerleri değişiyor veya şey oluyor hepsi değişiyor. Nerf (güç azalışı) dediğimiz gücü azaltılıyor, buff (güç artışı) dediğimizde gücü artırılıyor. Böyle özellikler gelmezse oyunun kapasitesi azalıyor. Oynayan oyuncu sayılısı azalıyor, bıkkınlık geliyor artık insanlara. Bu yüzden farklılaşması için ne yapmak gerekir derken, o zaman da işte dediğimiz uygulamalar yapılıyor farklılaşması için. Mesela beş yüz can basıyorsa bir karakter, bin can basıyor bir süre sonra… Dış görünüş açısından farklılaşmak, kostüm denen şeyden geliyor renk olarak

değiştirebiliyoruz. Grafiklerini değiştiriyorlar, daha başka baya tamamen rework geldiğinde tamamen kendinin değiştirdiği oluyor karakterin. Mesela saçı açıksa saçı bağlı oluyor vesaire. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Bunun için mesela güçlendirici iksirler yapılıyor, bunları almak için oyun kazanman gerekiyor, yapman gerekiyor bu şekilde. Bir de şöyle insanların genel olarak kullandıkları kendi karakterleri var ama bunu beğenmediklerinde yeni değişiklikler sağlamak istiyorlar. Ve bu değişiklikleri sağlamak için tekrar bir belirli ücret ödemeleri gerekiyor. Beğenmedikleri bir şey olduğunda bunu değiştirebiliyorlar *item*leri olsun, iksirleri olsun yeni baştan yaratıyorlar karakterlerini ve bunun için de tabii ki yine belirli bir ücret karşılığında yapıyorlar bunu. Ve bu ücretlerin tabii ki yanı sıra *Metin2* oyununda özellikle bu sandıklardan çıkan karakterler ya da iksirler, *item*ler bunların içinden sürprizler çıkabiliyor bazen. Bunu karakterinle bağdaştırabiliyorsun. Onun üzerine güçlendirmek için kullanabiliyorsun ama tabii bazen de bu sandıkları açmak için ayrıyeten para yatırman gerekiyor. Yani yine sonuç olarak bir şekilde ücrete bağlanıyor yani. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

Metin2 ve *LoL*'de daha çok *Metin2*'de ben bunu kullanmıştım daha önce ben bu güçlendirmeleri. Çarımı güçlendirmek için artı dokuz *item*ler almıştım. Daha güçlü *Metin2*'de çarımın, karakterimin daha güçlü olması için, diğerlerinden farklılaşabilmesi için artı dokuz hazır *item*ler almıştım, daha bir fark etmişti çarımın güçlü olması için… Bire bir VS yaparken olsun, loncayla savaşa girdiğimizde olsun diğer karakterlere karşı artılarını, *Metin2*'deki karakterimin birebir VS'lerinde veyahut da lonca savaşlarında artı dokuz *item* hazır almıştım. Bana da çok fark ettirmişti yani. Daha güçlü olmuştum… *LoL* içerisinde de daha deneyimli oyuncularla oynamak... Ayrıca da hesapta bildiğin karakterlerden oynamak gerekiyor. *LoL*'de oyuncuları, arkadaşları, beraber oynadığımız kişileri bilinçli kişilerden seçmek lazım. Bildiğimiz karakteri almak lazım. Ayrıca da kostüm, farklı görünmek açısından da karakterlerin kostümlerini almak. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

Bence karakterini gerçekten sevmen gerekir. Yani bunu söyleyince belki saçma gelebilir ya da çok soyut gelebilir ama ben buna çok inanıyorum, çünkü oyunda bazı kişilerle tanışıyordum ben. Sadece tek amaçları levellerini artırmak. Karakteriyle aralarında hiçbir duygusal bağı yok, belki arkadaşlarına hava atmak istiyorlar, belki kendilerini iyi hissetmek istiyorlar. Ama karakterini sevdiğin zaman o oluşturduğun karakteri, onun daha çok gelişmesini istiyorsun, işte uykundan fedakârlık ediyorsun, yemek saatlerinden, arkadaşlarınla ya da ailenle geçirdiğin zamandan fedakârlık ediyorsun. Zamanını o karakterin gelişimine harcıyorsun. Başka bir şekilde düşünmek gerekirse de karakterimizi nasıl farklılaştırabiliriz, ya normal pazarlardan alamayacağınız ürünler oluyor, saç şekilleri olabilir, işte aksesuarlar olabilir, zırhlar ya da özel silahlar olabilir. Bunları gerçek para yatırıp alabiliyorsunuz ve karakterin farklılaşması açısından da daha önemli oluyor. Çünkü diğer *item*leri herkes alabiliyor oyundaki parayı kullanarak. Ama kendi paranı kullanarak aldığın *item*ler daha özel ve daha güzel oluyor. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların bu çatı altındaki tüm yorumlarını detaylıca incelediğimiz zaman yine oyunlar ve gerçek yaşam arasında birçok ilişkiyi görebilmemiz mümkündür. Kişiler öyle ya da böyle birçok sebepten ötürü oyunlar içerisine kendisini verebilmektedir. Bu durum yine oyun karakterini geliştirmek kapsamında, farklılaşma ya da güçlenme şeklinde kendini gösterebilmektedir. Lakin burada önemli olan bir noktayı konumuz açısından tekrar belirtmekte fayda vardır. Oyun içerisindeki karakterlerin güçlenmesi ve diğer karakterlerden farklılaşması, genel olarak gerçek tüketim ilişkilerini konuya dâhil etmektedir. Çünkü bu değişim ve güçlenme genel anlamıyla gerçek maddiyata sağlanabilmektedir. Bunun zeminini de dolaylı olarak görebileceğimiz, oyun içerisinde fazla zaman geçirme ya da oyunlarla yaşamı bir arada görebilme durumu oluşturabilmektedir. Bu iki ayrı mesele de aslında maddiyatla bir şekilde bir araya gelmektedir. Her ne kadar zorunluluk olmasa da kişilerin oyunlara olan ilgisi, buralarda geçirilen zamanlar, ya da birçok ilişkiyi aynı çatıda görme gerçek para ilişkileri ile sonuç verebilmektedir. Böylelikle karakterleri güçlendirme ve geliştirme adına yatırılan paralar doğrudan tüketim ilişkilerine dâhil edilebilmektedir. Öte yandan oyunda uzun zaman geçirme ve gerçek hayatla oyun arasında bağ kurma da dolaylı olarak tüketim ilişkilerine dâhil edilebilmektedir. Tüm bunlar da nihayetinde, gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları ile oyunlardaki tüketim alışkanlıklarını bir arada değerlendirmemize yardım edebilmektedir. Kişilerin kendi ifadelerinden de anlaşıldığı üzere bu iki tüketim alışkanlığı da birçok açıdan tıpatıp benzerlik gösterebilmektedir. Bu da oyunlar ve oyuncuların bir arada olabileceği düşüncesini güçlendirebilmektedir.

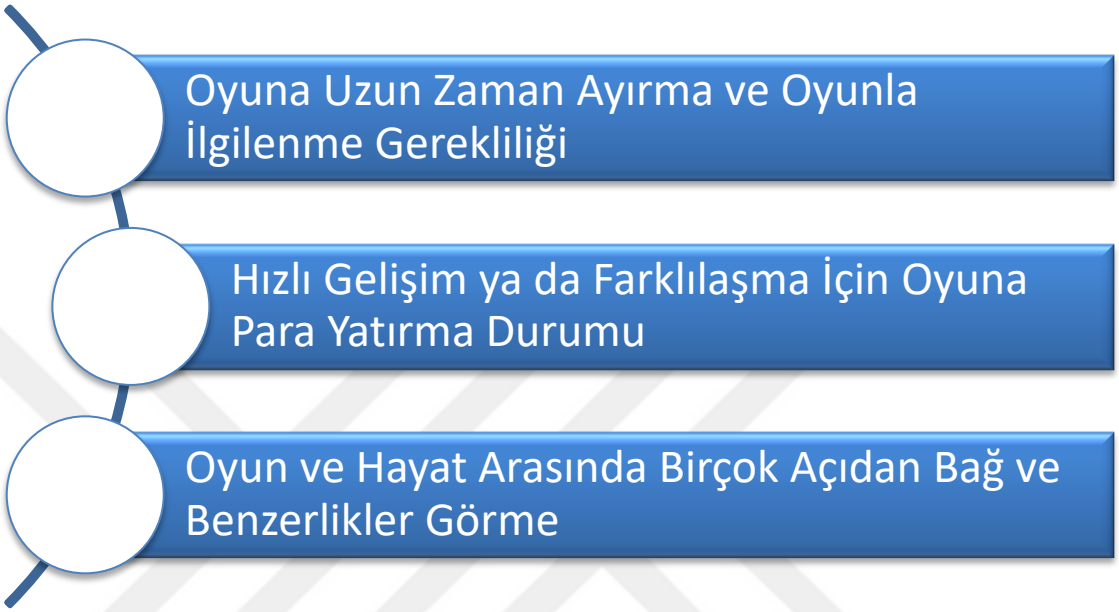
Kişilerin ifadelerini boylu boyunca değerlendirdiğimizde önemli olan bazı başlıkları belirlememiz mümkün olacaktır. Oyuncuların, oyun karakterlerini güçlendirmek ve diğerlerinden farklılaştırabilmek için dikkate aldıkları unsurlar şu şekildedir:

- ✓ Oyuna Uzun Zaman Ayırma ve Oyunla İlgilenme Gerekliliği

✓ Hızlı Gelişim ya da Farklılaşma İçin Oyuna Para Yatırma Durumu

✓ Oyun ve Hayat Arasında Birçok Açıdan Bağ ve Benzerlikler Görme

Şekil 10. Oyuncuların, Oyun Karakterlerini Güçlendirmek ve Diğerlerinden Farklılaştırabilmek İçin Dikkate Aldıkları Unsurlar



Son olarak, oyuncuların gerçek yaşamlarındaki tüketim alışkanlıklarının, *Metin2* ve *LoL*'deki tüketim alışkanlıklarıyla ilişkisine dair başka bir noktayı bu başlık altında ele almamız değerlidir. Oyuncuların kendi kimlik ve yapılarının, oyunlar içerisinde ne derece ifade edilebildiği bu kapsamda önemli olmaktadır. Yine oyuncuların kendilerini daha iyi ifade edebilmek için neler yaptıkları da burada etkileyici bir role sahiptir. Çünkü tüketim alışkanlıkları kapsamında kişilerin kendi karakterleri ve bunun oyun içerisinde ifade edilme biçimi çalışmamız için kaçınılmaz konumdadır. Böylelikle oyuncuların, oyunlarla kurmuş oldukları ilişkiler de doğrudan tüketim alışkanlıklarının sanal ve gerçek yaşam arasındaki ilişkisi çerçevesinde değerlendirilebilmektedir. Bunun sebebi ise yine oyun içi birçok ekstra özelliğin gerçek para ile elde edilebilmesinden gelmektedir. Oyuncular, kendilerini ifade ederken birbirinden farklı yöntemleri belirleyebilmektedirler. Lakin bu yöntemler arasında belki de en etkilileri yine gerçek

maddi durumla yakın olanlarıdır. Böylelikle de tekrar anlaşılmaktadır ki gerçek yaşam ve oyunlar arasında doğrudan bağlantıların kurulması mümkündür. Bu durumlar da doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim alışkanlıkları kapsamında, çevrimiçi oyunlar dâhilinde ele alınabilmektedir.

Oyuncuların kişisel görüşlerini incelediğimiz zaman, bazı noktaların dikkat çektiğini görmekteyiz. Oyun ve gerçek hayat arasında kişisel benzerlikler görme durumu, burada öne çıkan önemli detaylardan biridir. Diğer yandan, oyuna para yatırıp daha geniş ve farklı imkânlara sahip olma isteği de oldukça önemli görünmektedir. Böylelikle oyuncular, artı avantajlarla birlikte kendilerini daha iyi ifade edebileceklerini bildirmektedirler. Öte yandan oyun içi imkânlardan yararlanma durumu da burada dikkatleri çekmektedir. Üç ayrı durumu incelediğimizde, tüketim ilişkileriyle bağlantılı olarak, doğrudan oyuna para yatırmayı görebilmekteyiz. Lakin dolaylı yollardan, oyun içi imkânların kullanılması da buraya dâhil edilebilmektedir. Çünkü isim değiştirme, duruma farklı ifadeler ekleyebilme vs. birçok açıdan zorluklar barındırmaktadır. Uzun süre çabaların ardından bazı işlemler gerçekleştirilebilmektedir. Oyun içerisindeki görevler, yenilmeme serileri vs. bunlara örnektir. Bu yüzden bu imkânlar da birçok zaman gerçek parayla, kısa yoldan halledilebilmektedir. Öte yandan oyun ve oyuncu bağı da birçok noktada daha önceleri de bahsettiğimiz gibi konuya temel oluşturmaktadır. Bu da maddi ilişkilerle iç içedir. Nihayetinde tüketim alışkanlıklarının sanal ve gerçek yaşam arasındaki benzer ilişkilerine bunlar örnek gösterilebilmektedir.

> Örneğin, gerçek hayatta biz, kendimizi ifade etmek için giyim tarzımızı değiştiririz. Kıyafetler satın alırız. *Metin2*'de mesela maske var, *LoL*'de ise kıyafetler var. Yani dediğim gibi, örneğin *Metin2*'de maske aldığımda birçok şeyi yapmamı sağlıyor. Maske aldığımızda sevdiğimiz bir kişi, eğer kişiyi seviyorsan öpücük atabilirsin, sevmiyorsan kızabilirsin ve dans edebilirsin. Ve bu oyunda kendimizi farklı göstermek için diğer oyunculardaolmayan bir eşyayı bir kıyafeti satın alarak kendimizi farklı gösterebiliriz. Düşünsenize yani, sizde olan bir eşya diğer oyunculardayok! Bu size bir üstünlük sağlar! Diğerlerinden farklı olduğunuzu gösterir. (Aras, 22, Serbest Meslek, 3 Yıllık Oyuncu)

Mesela, oyuncular genelde isim koyarken kendilerine, hani kendi kimlik yapıları mesela şey, nasıl anlatayım, hani diyelim ismime işte soy ismimi yazarım hani oyundaki dersin şu şu ad soyadında şeyi var dersin, işte oyuncu var dersin. Ondan sonra açıkçası bu çoğu insanın hoşuna gider hani sonuçta senin adın yazıyor orada. Hani kendilerini daha iyi ifade etmek adına onu yapabilirler. *Metin2*'de de aynı şekilde. Hani *Metin2*'de de oyuna ilk başladığında kendime ait ya da kendime ait kullandığım lakabım varsa, bu lakabı koyduğun zaman hani kendin oynuyormuşsun gibi hissedersin. Daha iyi ifade edebilirsin yani. Ayrıca hani bu her insanın, her oyuncunun kendini ayrı gösterebilmesi için oyuna para yatırması, hani önceden de bahsettim sorularda hani para yatırma olayını. Bu para yatırma olayı hani sizi diğer oyunculardan farklı kılar. Hani sen bir kostüm giyersin, o oyuncu sade oyunun kendi verdiği kostümüyle oynar ve senin oynadığın kostüm daha havalıdır, böyle daha hani attığın hareket, skill şey olur böyle daha kuvvetli çıkar. Şeyde de aynı şekilde mesela, ejder parasıyla eşyalar alınır vesaire, bu alınan eşyalar daha değerli olur ve daha hani böyle bir parlak heybetli görünür. Onun haricinde işte mesela diyelim senin yanındaki arkadaşın bazı kostümlerde vardır hani böyle kombine olan kostümler. Bunlar da hani diyelim mesela iki oyuncu diyelim, bu oyunu sevgilinle oynuyorsun mesela. Şahsen ben oynuyorum. Hani diyelim kız arkadaşında da aynı kostüm var bende de ve bu kostümler hani bir bütün oluyor. Hani base (üs) atarken falan böyle şey oluyor bunlar, böyle ayrıcalık her oyuncu için ayrıcalık. Mesela sadece ikimizde var o kostümler. O yüzden kendilerini böyle ayrı göstermek için kullanılabilir. (Ata, 15, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Oyuncular kendilerini ifade ettiğini düşündükleri karakterlerle daha bir özdeşleşiyorlar yani aynileşiyorlar eski tabirle. Mesela bayan oyuncular, makyaj yapmakta ya da alımlı ve güzel görünen herolara, karakterlere yönelmekte iken, erkekler kendilerini daha güçlü hissettirecek karakterlere yönelmekte. Mesela daha bir yakışıklı olan, görünüşü düzgün olan karakterler daha çok tutulmakta. (Tunç, 40, Memur, 6 Yıllık Oyuncu)

İkincisi sanırım ikinci soruydu, ikinci soruda da söylediğim gibi yenilmeyi hiç sevmiyordum. Tahammül edemiyordum ve biri beni yenince hani VS atarken kesince nedense ben daha çok hırslanıyordum ve daha da güçlü olmaya çalışıyordum. Bu benim karakterimin savaşçı olduğunu gösteriyor ve oyun da bana hitap ediyor. Buna *LoL*'den örnek vermek gerekirse Garen gibi tank oynamak yerine Jinx gibi hasar veren, rakip takımı öldürmeye yönelik, genelde başrol oynayan hani, oyunun en iyisi olmaya çalışan, o elin en iyisi MVP'si olmaya çalışan karakterler beni daha çok anlatıyor gibi. O da hırslı bir yapım olduğunu gösteriyor. Genelde Ashe, Master ve Jinx oynuyordum. Ashe ve Jinx oynamamdaki amaç uzaktan ve çok hasar vermesiydi, Master oynamamdaki amaç ani ve büyük hasar vermesiydi. Bu genelde hep saldırıya yönelik, hiç savunmaya yönelik karakterler değil. Ama bunlar kastığımızda oyun taşıyacak karakterler, genelde başrolde oynayan karakterler. (Efe, 22, Öğrenci, 2,5 Yıllık Oyuncu)

Yani oyuncular burada zaten kendi karakterlerine benzeyen, kendi kişisel karakterine benzeyen karakterleri daha çok tercih ettiklerini düşünüyorum. Yani bu şekilde kendini daha iyi ifade edebilmek için de yani nasıl oynamak istediklerini o şekilde oyuna yansıttıklarına inanıyorum ben. Mesela, bir

> karakter seçmişimdir ben o karakter üzerinden gidecek olursam mesela bazı karakterler hayvana benziyor, bazı karakterler insana benziyor bir insanın karakterinin sevimli olması o insanın o şekilde sevimli karakterlerden hoşlandığını gösterir benim için yani. Ben öyle düşünüyorum. Kötü karakterler var mesela, böyle canavar ya da ne bileyim olumsuz şeyler hissettirebilecek karakterler. O karakterleri seçen insanların da o tarzda bir kişiliklere yaklaştıklarını düşünüyorum yani. Bana göre. (Umut, 30, İşletme Sahibi, 5 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların yorumlarını incelediğimizde yine benzer durumların ön planda olduğunu görebilmekteyiz. Oyunlar ve yaşam arasında kişisel olarak, kimlik ve karakter olarak benzerliklerin bulunması buna örnek gösterilebilmektedir. Literatürde de Güngör (2012), yapmış olduğu çalışmada doğrudan bu noktaya değinmiştir. Oyuncuların kendi kimliklerini oyunlar içerisine yansıtabileceklerini belirtmiştir. Ayrıca ekonomik olarak önemli sayılan takıların, giysilerin ya da pek çok şeyin önemine de bu kapsamda vurgu yapılmıştır. Diğer yandan yine oyuna para yatırıp, ekstra özelliklerle, kendini daha iyi ifade edebilme de burada önemli olmaktadır. Bunlarla birlikte oyun içerisindeki imkânların kullanımının da etkili olabileceği belirtilmektedir. Tüm bunlar da oyuncuların yorumlarının literatürle desteklenebileceğini göstermektedir.

> Bu durum genellikle çelişkili olmakta. Çünkü oyuncunun kişiliklerine göre oyun içi yaptıkları da farklılaşıyor. Örneğin gerçekte sizin anlaşamayacağınız bir kişi oyunda en iyi arkadaşınız bile olabiliyorken, bazı oyuncular ise bu kişiler özellikle küçük yaşlarda ortaya çıkmaktadır, bizi göremeyeceği, bizi tanımayacağı veya bizi bulamayacağı için istediği kişilik, istediği kötülüğü yapmaya çalışır oyunda. Buna siber zorbalık durumu da diyebiliriz bir yandan. Diğer yandan mesela daha hızlı güç sahibi olmak için yani içindeki o yenilgi duygusunu hazmedemeyenler farklı yollar araştırırken örnek olarak *Metin2*'de kendini daha güçlendirmek için silah satın alabiliyorlar. Özellikle o güçlü silahları almak için yatırabileceği para miktarı tahmin bile edilemez. (Ali, 18, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Genel itibarıyla *Metin2* ve *LoL*'deki insanlar kendilerini daha iyi ifade edebilmek için öncellikle, kendi oyun içi arayüzünde bulunan yerlerde mikrofonla konuşma ya da kendi mesajlaşarak yazma bölümleri var, iletişimi daha rahat kurabilmek için. Genel itibarıyla insanlar, diğer insanlarla daha iyi anlaşabilmek için iyi bir mikrofona, iyi bir sisteme, iyi bir internete, iyi bir imkâna sahip olmak istiyorlar. Daha iyi ifade ederken de diğer insanlardan kendilerinin daha iyi olduklarını kanıtlamaya çalışıyorlar. (Cenk, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

> *LoL*'de şöyle mesela farklı farklı kostümler var, yüzlerce kostüm var, *LoL*'de her birinde farklı farklı seslendirmeler var, farklı kişilerle geldiğinde

> mesela Zed'in yedi farklı kostümü var, benim oynadığım yediden fazla bile belki de tam hatırlamıyorum ama farklı profil simgeleri var, farklı çerçeveler var. Bunları parayla satın alabiliyorsun. *Metin2*'de mesela şey kasıp, artı dokuz Dolunay düşürebiliyorsun ama onun yerine parayla satın alıp şey yapabiliyorsun, alabiliyorsun, tüm her şeyi alabiliyorsun işte. (Mustafa, 25, Öğrenci, 4 Yıllık Oyuncu)

> Şimdi şöyle, gerçek hayattan örnek vereyim. Şimdi sen mesela bir arkadaşın var çok yakın gördüğün. Onunla anlaşmak için mesela diğerleri anlamıyor, sen onunla şifreli bir dil kurmuşsun anlatabiliyor muyum o zaman. Şimdi iki farklı takım var, biri senin kendi takımın ve karşı rakip takım. Kendi takımın o maçlık için senin arkadaşın oluyor. Sen orada haritaya sinyal veriyorsun mesela diyelim yardım ettin veya adam kayboldu. Senin sadece takım arkadaşlarına, karşı takım bunları göremiyor. Ve çok büyük bir yük oluyor, bunların dediğim gibi takibi çok önemli bu oyunda. Sen takibi yapmazsan mesela yakın bir arkadaşın var, oyunda da Xayah ve Rakan diye iki karakter var. Ve iki karakterin kombosu müthiş. Mesela bu karakteri alıp takım arkadaşınla gerçekte de gerçek arkadaşın olarak güzel bir kombo yapabilirsin. Bot pre dediğimiz olayı gerçekleştirebilirsin. (Alp, 20, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Kendi kimlik ve yapılarını düşündüğünde, bence kendi kimliğim ve yapıma göre cevap vereyim. Ben oyun içinde hırs, mücadele ve uğraştığım, emek harcadığım için kendimi böyle ifade ettiğimi düşünüyorum. Yani kendimi gösterdiğimi düşünüyorum… Aynen bu çerçevede koyuyorum yani, uğraşmak, yani örnek olmak istiyorum, yani hakaret etmeden kendimi ifade etmek istiyorum, yani mücadele. Hiçbir zaman mücadeleden kaçmamak, mücadeleyi bırakmamak, bu tanımlarla kendimi ifade ettiğimi düşünüyorum. Bu zaten kendi kimliğimle, yapımla da çok alakalı. Gerçek hayattaki. (Nurettin, 38, Serbest Meslek, 7 Yıllık Oyuncu)

Oyuncuların kişisel görüşlerini incelediğimizde benzer başlıkları tekrar tekrar görmekteyiz. Oyun içine para yatırarak kendini ifade edebilme burada yine ön plana çıkmaktadır. Binark, Bayraktutan-Sütcü ve Fidaner (2009), ele almış oldukları kapsamlı çalışmada tam olarak bu nokta üzerine de odaklanmışlardır. Özellikle oyun içerisindeki ekonomik döngünün ve bu durumun kimlik ile birlikte farklı boyutlara da ulaşabilmesinin önemine değinmişlerdir. Ayrıca oyun içerisindeki durumdan yararlanma da yine burada önemli olabilmektedir. Diğer yandan oyun ve gerçek yaşam arasında ciddi bir ilişkinin olduğunu görmek de ayrıca dikkatleri çekmektedir. Tüm bunlar da oyuncuların ifadelerinin literatürde karşılık bulabileceğini gösterir niteliktedir.

> Bizim Türkiye'deki çoğu oyuncunun sıkıntısı cidden küfür edilmesidir oyunda. Ve nasıl diyeyim çok pahalı olmasıdır eşyaların, biz de onları

alamıyoruz dolar üzerinden olduğu için. Kendi kimliklerimiz ne için önemli, bir çocuk oradan gelip bize küfür ediyor değil mi, mesela bu çocuğun küçük yaşta olduğunu belli ediyor, kesinlikle belli ediyor. Dış görünüş vesaire açısından oyunlarda şöyle diyeyim zaten sanalda olduğun için kimse senin yüzünü görmüyor. Hani sen istediğin gibi, istediğin yani kadar kendini iyi tanıtabilirsin, ne bileyim kaslı tanıtabilirsin, güzel tanıtabilirsin öyle diyeyim ben sana. Mesela şöyle bir konu da var, eğer çocuk kendini tatmin etmek istiyorsa, mesela gerçek hayatta çocuğun hiçbir özelliği yok. Sadece yani koltuğa oturup oyun oynayabiliyor öyle diyeyim ben size. Dış görünüş açısından da kendini beğenmiyor ve bu oyuna para yatırarak kostüm alıyor kendine, saç stili alıyor. *Metin2*'de mesela, *LoL*'de kostüm alıyor ve bu çocuğun kendini tatmin etmesini sağlıyor. Gerçek hayatta erişemediği şeylere oyunda erişmesini sağlıyor öyle diyeyim ben sana. (Kartal, 17, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

Metin2'de genellikle stratejiye bağlı kalır bir oyuncu veya player. Sessiz sakin kalır. Ortama göre ayak uydurur. Ve savaşına devam eder, savaşmaya devam eder yani kısacası. Çünkü yaşama dayalı olduğundan dolayı. *LoL*'de ise stratejiye ve takım oyununa ve takım savaşlarında konum almasında etken bir konudur, öyle diyeyim cevap olarak… Karakter olarak olur mu, evet olur ama bazı kişilerde olmayabiliyor. Çoğu kişi karakterini yansıtabiliyor ama çoğu oyuncu kişiler ise yansıtamamaktadır. (Vefa, 19, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Karakter elbiselerini standart elbiseler yerine, farklı bir elbise yapabiliriler. Onu güçlendirebilirler zırhlarını falan. Ondan sonra nick, oyuncu isimlerini kendi isimleri yapmak yerine ya mesela farklı gelebilir. Telefon numarası koyabilir, kendi telefonunu oradan ulaşmaları için, ondan sonra değişik isimler olabilir, göze çarpıcı, hitap eden. Ya ondan sonra karakter elbiseleri dedik, saç, yüz yapısı, ya ten rengi bunları da kendine uyumlu yapabilirsin zaten. (Kansu, 21, Futbolcu, 3 Yıllık Oyuncu)

Bence şampiyon seçimi demek daha doğru olur, yani kişi kendine özel şampiyonları, kendine yakın bulduğu şampiyonları oyun içinde bence daha fazla oynamaktadır. Yani bunlarda zaten şampiyonların seviyelerini yükseltmektedir. O şekilde düşünüyorum… Evet, mesela ben kendim Yasuo oynuyorum, yani bu karakteri kendime daha yakın buluyorum nedense. Onun kullandığı kılıçlar falan yani sonuçta bilmiyorum ama psikolojik olarak herhalde daha yakın buluyorum ve sürekli o karakteri oynuyorum, seviyesini kasıyorum. O şekilde daha iyi oluyor yani. (Yalçın, 18, Öğrenci, 2 Yıllık Oyuncu)

Nasıl günlük hayatta insanlar bize daha çok dikkat çeksin diye saçımızı boyatıyorsak ya da iddialı kıyafetler giymeyi tercih ediyorsak, makyajımızla ya da hareketlerimizle göz önünde olmaya çalışıyorsak, oyunlar için de aynı şekilde böyledir. Benim fikrim, şöyle bir şey mesela. Oyun karakterlerinin hemen hemen hepsi birbirinin aynısıdır. Eğer farklı etnik gruplarda değillerse yani büyücüyle ninja arasında bir fark vardır ama büyücüyle büyücü arasındaki farkı görmek çok zordur. Bunun için genellikle işte karakterin ya kostümü değiştirilir ya saç rengi değiştirilir. Hani bu şekilde kendini oraya daha farklı biriymiş gibi gösterebilirsiniz. Çünkü şöyle bir şey

> var mesela, ben zamanında oyun karakterim diğerlerinden daha farklı görünsün diye *Metin2*'de işte kendi normal o zamanlar, kontörlü sistemle yapıyorlardı henüz daha kredi kartı vesaire çok fazla geçerli değildi o dönemlerde, ben kontör üzerinden mesela kendi karakterime bir saç almıştım. Çok da güzel bir saç rengiydi, kırmızı bir renkti saçta mesela. Kendi arkadaş çevremde daha ben oyuna giriş yapmadan o saç renginden ben olduğumu görüyorlardı ve hani o şekilde takılmalar oluyordu. Selamlaşmalar oluyordu. Bunları yapmak size keyif verir, oyuna para harcamak size keyif verir. Bunlar sizin gözünüzde gereksiz harcamalara dönüşmez. Yani bunun için sadece bağımlı olmaya da gerek yok, yani *hardcore* oyuncu olmaya da gerek yok. Sadece keyif aldığınız için bile bunu yapabilirsiniz yani... Tabii şöyle bir şey var şimdi *Metin2*'de. Duygu maskesi diye bir öğe var yine mağazalardan satın alınabiliyor. Oyun içerisinde çok fazla mesela hareketiniz kısıtlıdır sizin. Koşamazsınız, hep standart şekilde yürürsünüz. Yani diğerleriyle aynı şekilde. Ama bu duygu maskesini aldığınız zaman mutluysanız dans edebilirsiniz, sinirliyseniz eğer bunu belli edebilirsiniz. Farklılaştırmayı bu tarz *item*ler sağlıyor genellikle. (Yudum, 24, Öğrenci, 10 Yıllık Oyuncu)

Kişilerin görüşlerini incelediğimizde, genel olarak ana noktaları tekrar görmekteyiz. Özellikle oyun para yatırıp, kendini daha iyi ifade edebilme durumu çok daha fazla ön plandadır. Bunun hemen ardından gelen, oyun içi sistemi iyi bir şekilde kullanma da önemli görünmektedir. Diğer yandan bunlarla birlikte, oyun ve gerçek yaşam etkileşimini de aynı şekilde ön saflarda görebilmekteyiz. Lakin burada ekstra bir durumdan da bahsetmek önemlidir. Oyuncuların yine birçoğu, kendilerini istedikleri gibi ifade ettiklerinde psikolojik olarak mutlu hissettiklerini ve rahatladıklarını belirtmektedirler. Bu da yine ayrıca önemli bir nokta olarak ele alınabilmektedir.

> Ben buna *LoL*'den örnek verecek olabilirsem, burada bir oyunumuza çerçevemiz vardır. Parayla alabiliyoruz mesela bu oyunumuzu. Burada çerçevelerde yazması, diğer tarafın bakması, orada sana bir, oyuna ayrı bir haz, ayrı bir zevk veriyor… Mesela *Metin2*'de bir de şöyle bir şey var, evcil hayvan daha sonrasında satın alarak gelebiliyorsun. Daha farklı oluyor, daha bir eğlenceli oluyor. Yani diğer arkadaşların baktığı zaman, onların olmadığında senin olduğunda, farklı şeyler, ya onun çok farkındalaşıyor yani. Çok güzel şeyler olabiliyor. Kendin psikolojik olarak daha bir iyi hissediyorsun. Bu da sürükleyici oluyor, çok oynamak istiyorsun, sürükleniyorsun. Oyunun içindesin adeta, bu sanaldan çıkıyorsun adeta oyunun içine giriyorsun diyebiliriz. (Yağmur, 39, Ev Kadını, 4 Yıllık Oyuncu)

> Oyunda bazı işaretleri kullanabiliyoruz. İletişime geçmek için yazıyı kullanabiliyoruz. Sesli iletişimi kullanabiliyoruz. Aynı zamanda oyundaki bazı insanlar gereksiz kullansa da o oyunda ifadeler denen özellikten de var.

> Simge gösterme var bu tarz şeyler… Bazı oyuncular için tilt edici olabiliyor, yani gıcık ediyor insanı. Çok nasıl desem düşüneyim biraz. Kimisi iyi kullanıyor kimisi kötü kullanıyor, o yüzden kişiye göre değişiyor yani. (Asya, 22, Öğrenci, 3 Yıllık Oyuncu)

> Bu soruya şu şekilde cevap verebilirim. Bildiğimiz üzere bu online oyunlar genel olarak sesli sistem üzerinden oynanıyor. Ve oyuncuların birbirleriyle yazışmaktan ziyade, kendilerini ifade etmek adına sesli yöntemleri kullanıyorlar. Ve bu yazışmaktan ziyade dediğim gibi sesli yöntem insanın kendini ifade etmesinde daha büyük rol oynuyor. Ve önemli bir iletişim aracı olduğunu düşünüyorum. (Aylin, 25, Memur, 5 Yıllık Oyuncu)

> Sohbet esnasında yapılan yazışmalar ya da oyun içerisindeki şeyler gösteriyor… Evet, evet. Yazışmalar, görüşmeler önemli. (Sema, 37, Ev Kadını, 9 Yıllık Oyuncu)

> Daha iyi ifade edebilmek için belki loncalar burada daha önemli bir durumda. Çünkü bu loncaların isimlerinin anlamlarına baktığımız zaman aslında baya sosyal okuma yapabileceğimizi düşünüyorum ben, çünkü normal isimler koymuyorlar bu loncalara. Baya aslında siyaset içeren, belli bir etnik grubu ya da kültürel grubu içeren isimler verebiliyorlar. O yüzden belki o loncalara katılmak olabilir çünkü o loncalara katıldığın zaman karakterinin adının üstünde katıldığın loncanın adı var. Ve oradan belki hangi siyasi fikre sahip olduğunu diğer insanlar görebiliyorlar, bunu yapabilirler. Kullanıcı adı koymak da çok önemli, yani anlamlı bir kullanıcı adı koymaya çalışıyorsun kendine seni yansıtabileceğini düşündüğün. (Janset, 24, Öğrenci, 7 Yıllık Oyuncu)

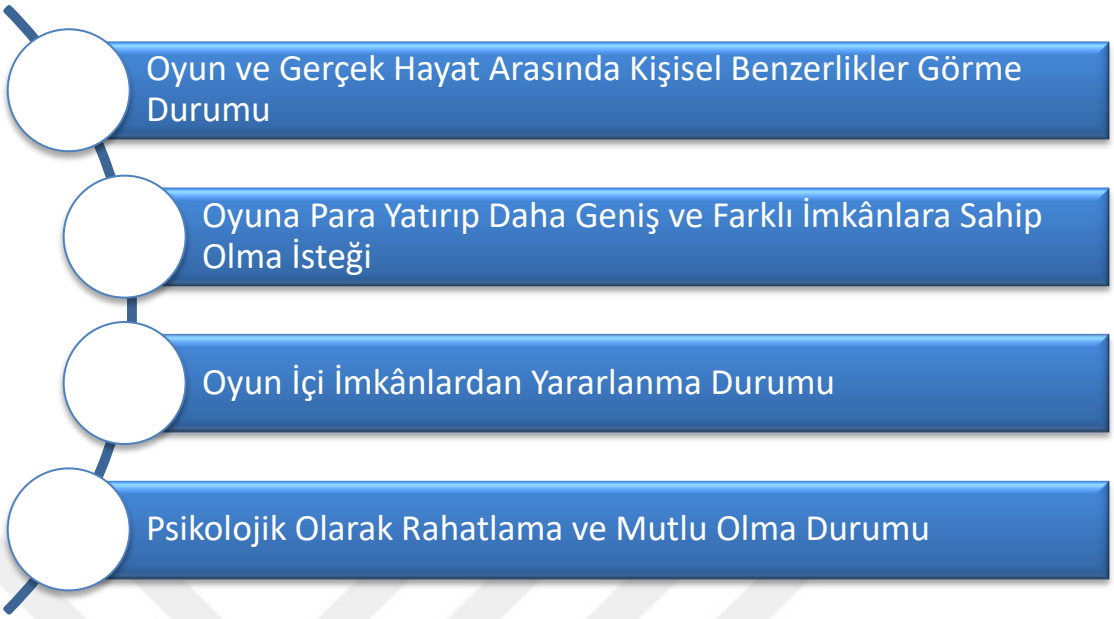
Oyuncuların bu çatı altındaki tüm yorumlarını incelediğimiz zaman, gerçek yaşam ve oyunlar arasında birçok açıdan ilişkinin olduğunu ve bunların birçoğunun da tüketim ilişkilerini kapsadığını söyleyebilmekteyiz. Burada önemli olan noktalardan birini de kişilerin kendi kimlik ve yapılarını oyun içerisinde temsil etme isteği oluşturmaktadır. Oyuncular, büyük oranda, kendi kişilik ve yapılarını bu oyunlar içerisinde göstermek istemektedirler. Aynı gerçek yaşamda olduğu gibi oyunlar içinde de güzel, yakışıklı, güçlü ya da mücadeleci görünmek birçok oyuncunun isteyebilecekleri şeyler arasında gösterilebilmektedir. Bu durum da tüketim ilişkileri kapsamında değerlendirilebilmektedir. Çünkü oyun ve yaşam arasında kurulan bağlar dolaylı yollardan birçok şekilde oyuna maddiyat olarak dönebilmektedir. Yine oyun içerisine direkt yatırılan paralar da tüketim ilişkilerini doğrudan kapsamaktadır. Bunlarla birlikte oyunun kendi imkânlarını kullanmak, ayrı bir seçenek olarak görünse

de yine buralarda birçok işi kısa yoldan ve hemen halletmek maddi durumlarla sağlanabilmektedir. Öte yandan bütün bunlara ek olarak, psikolojik açıdan iyi ve rahat hissetmek de maddiyata işaret etmektedir. Çünkü kişiler, kendilerini tamamen amaçladıkları gibi ifade etmek istediklerinde oyun içine doğrudan ya da dolaylı olarak maddi yatırımlar gerçekleştirmek zorundadırlar. Ciddi anlamda psikolojik olarak rahatlama ve mutlu hissetme de bu kapsamda tüketim ilişkileriyle bir arada değerlendirilebilmektedir. Nihayetinde kişilerin kendi yorumlarında da açık bir şekilde anlaşıldığı gibi oyunlar ve gerçek yaşam arasındaki ilişkiler, tüketim ilişkileriyle paralel bir şekilde ele alınabilmektedir. Oyuncular, aynı gerçek yaşamlarında oldukları gibi oyunlarda da birçok şeyi yapmak istemektedirler. Bu da genel olarak gerçek maddiyatla gerçekleşebilmektedir.

Oyuncuların tüm ifadelerini genel olarak incelediğimizde bazı başlıkları öne çıkarmamız mümkün olacaktır. Oyuncuların kendi kimlik ve yapılarına uygun olarak, oyun içerisinde kendilerini daha iyi ifade edebilmeleri için önemli olan unsurlar şu şekilde belirtilebilir:

- ✓ Oyun ve Gerçek Hayat Arasında Kişisel Benzerlikler Görme Durumu
- ✓ Oyuna Para Yatırıp Daha Geniş ve Farklı İmkânlara Sahip Olma İsteği
- ✓ Oyun İçi İmkânlardan Yararlanma Durumu
- ✓ Psikolojik Olarak Rahatlama ve Mutlu Olma Durumu

Şekil 11. Oyuncuların Kendi Kimlik ve Yapılarına Uygun Olarak, Oyun İçerisinde Kendilerini Daha İyi İfade Edebilmeleri İçin Önemli Olan Unsurlar



SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde, bulgular yardımıyla ulaşılan sonuçlar açıklanmış ve konuya dair kısa bir tartışma yürütülmüştür. Ayrıca konuya dair farklı çalışmalar için yardımcı öneriler de yine burada kendine yer bulabilmiştir.

Yapılan çalışmada, çevrimiçi oyunlardaki tüketim alışkanlıkları ile gerçek yaşamdaki tüketim alışkanlıkları arasında nasıl bir ilişkinin olduğu ele alınmıştır.

Tüketim, insanların yaşamları boyunca farklı şekillerde var olarak süreklilik gösterebilmiştir. Farklı coğrafyalarda, farklı kültürlerde ve farklı şartlar altında tüketim, değişik biçimlere bürünebilmiştir. Diğer yandan insanlar da dünyada gerçekleştirmiş oldukları birçok devrim, yenilik ya da reformlar ile birçok yönden tüketim anlayışını etkilemişlerdir. Böylelikle olaylar ve anlayış arasında belirli bağların olduğunu söylememiz de mümkündür. İşte bu yüzden geçen zamanla çağın gerekliliği haline gelen internetle birlikte, tüketim anlayışı da farklı bir alana taşınabilmiştir. Artık sanal âlem olarak uzun yıllardır bilinen internette, sayısızca eylem gerçekleştirilebilmektedir. Gerek yasal, gerekse yasal olmayan birçok internet sitesi burada kendini gösterebilmektedir. Böylelikle tüketim alışkanlıkları da birçok yönden, internet anlayışıyla birlikte olabilmektedir. Tüketicilerin davranışları bu sitelerle birlikte şekillenebilmektedir. Artık yedi gün yirmi dört saat boyunca istenilen mağazadan, istenilen ürünler aynı dakikada sipariş edilebilmektedir. Böylelikle tüketim kapsamındaki harcamalar da yedi gün yirmi dört saat boyunca gerçekleştirilebilmektedir.

Çevrimiçi oyunlar, sanal tüketim anlayışı içerisinde oldukça önemli bir role sahiptir. Örneklerde gösterilen *LoL* ve *Metin2*'de olduğu gibi birçok çevrimiçi oyun, temel olarak maddi ayaklar üzerinde durmaktadır. Oyunlardaki güncellemeler, oyunlara getirilen yenilikler, oyuncuların buralara olan ilgileri tam olarak bu döngüye destek sağlar niteliktedir. Çünkü oyunlar içerisindeki ciddi anlamda işe yarar oyun eşyaları,

gerçek para karşılığında satılmaktadır. Gerçek paralar, oyun paralarına dönüştürülmektedir. Böylelikle oyun içerisinde güçlü olmak, farklı görünmek ya da birçok değişik şey yapmak mümkün olabilmektedir. Oyuncuların, bu kapsamda tüketim davranışları gerçekleştirmelerinin de birçok sebebi bulunmaktadır. Kimi oyuncu daha güçlü olmak istemekte, kimi oyuncu da daha güzel görünmek istemektedir. Böylelikle para akışı, oyunlar içerisinde sürekli olarak gerçekleşmektedir.

Çevrimiçi oyunlar ve bu oyunların oyuncuları arasında birçok farklı bağın olduğunu söylemek anlamlıdır. Çünkü bu bağlar, tüketim davranışlarını doğrudan şekillendirebilmektedir. Oyuncular oyunlar içerisinde sosyalleşebilmekte, dini ritüellerini yerine getirebilmekte, psikolojik olarak rahatlayabilmekte, ekonomik açıdan kazanç sağlayabilmekte, evlilik gibi toplumsal kurumların simülasyonlarını gerçekleştirebilmekte ve birçok açıdan gösterişte bulunabilmektedirler. Tüm bu başlıklar da ancak oyun parası yoluyla, yani gerçek parayla dört dörtlük sağlanabilmektedir. Oyunlardaki farklı özelliklerin elde edilmesi için oyunlara para yatırılması önem taşımaktadır. Örneğin sosyalleşme için oyun içerisinde farklı bir maske satın alınması mümkündür. Böylelikle diğer karakterlerden farklı şekilde davranmak olasıdır. Bunun sonucu olarak da farklı kişilerle etkileşime geçilmesi mümkündür. Ya da dini bir ritüel oyun içerisinde gerçekleştirilebilmektedir. Bunun için de oyun içi ekstra eşyanın alınması değerlidir. Bu durum da böylelikle maddiyatla bir araya gelebilmektedir. Öte yandan psikolojik olarak rahatlayabilmek için oyuncular, kendi kimliklerini oyun içerisine yansıtmak isteyebilmektedirler. Bunun için de kıyafet, saç stili vs. önemli olmaktadır. Bu da yine gerçek para yolu ile sağlanabilmektedir. Ayrıca oyun içinden ekonomik kazanç sağlamak da yine yatırımlar gerektirmektedir. Daha iyi kasılmak için daha çok yüzük ve *item* almak önem taşır. Bunlar da gerçek para ile sağlanmaktadır. Diğer yandan evliliğin oyun içerisinde simüle edilmesi, yine gerçek parayı olaya dâhil etmektedir. Güç ya da sevgi seviyesini artıracak birçok özellik para

karşılığı satın alınabilmektedir. Son olarak gösteriş yapmak da bu noktada para ile mümkün olmaktadır. Farklı oyun hayvanı satın almak, farklı zırh ya da kostüm almak bu noktada örnek olarak gösterilebilmektedir.

Sonuç olarak şu durum ortaya çıkmaktadır: Çevrimiçi oyunlardaki tüketim alışkanlıkları ile gerçek yaşam içerisindeki tüketim alışkanlıkları arasında benzer ilişkiler bulunmaktadır. Yani tüketicilerin gerçek yaşam içerisinde gerçekleştirmiş oldukları tüketim davranışları, aynen oyunlar içerisinde de var olabilmektedir. Zaten açıkladığımız üzere evlilik yapmak, bazı dini ritüelleri gerçekleştirmek, psikolojik olarak rahatlamak, gösteriş yapmak, hatta sevmek birçok yönden para ile gerçekleştirilebilmektedir (Bauman, 2010). Tüketim toplumu içerisindeki bu durum, yine oyunlar içerisinde de gerçek para ile sağlanabilmektedir. Yani dini bir günde, yardıma muhtaç olan birine yardım etmek, maddi güçle mümkündür. Bir kıyafet almak, bir yemek almak ya da birkaç gece kalacak yer ayarlamak bu noktada önemlidir. Yine oyunda da aynı şekilde yemek almak gerçek parayla sağlanmaktadır. Bu da gerçek yaşam ve oyun arasında doğrudan tüketim bağı oluşturmaktadır. Böylelikle tüketim toplumu içerisinde kendini gösteren tüketim kültürünün, çevrimiçi oyunlarda bile ne kadar etkili olduğu tekrar görülebilmektedir. Bu kapsamda yardım amaçlı gerçekleştirilen tüketim davranışı, oyun ve gerçeği aynı şekilde kapsayabilmektedir. Öte yandan gösteriş yapmak, gerçek yaşam içerisinde birçoklarınca önemsenmektedir (Baudrillard, 2008). Tüketim toplumunda gösteriş de doğrudan maddiyatı ilgilendirmektedir (Bauman, 2010). Pahalı arabalar, pahalı kıyafetler, pahalı evler binlerce lirayı gerektirmektedir. Oyun içerisinde de gösteriş yapmak parayla sağlanmaktadır. Böylelikle bu kapsamda gerçekleştirilen tüketim davranışları da iki alanı bir araya getirebilmektedir. Bunlarla birlikte, birçok farklı bağ da olayı ilgilendirmektedir. Gerçek yaşam içerisinde zevk amaçlı olarak gerçekleştirilen tüketim

davranışları, oyunlar içerisinde de aynen mümkün olabilmektedir. Bu da tüketim davranışlarının iki alanda da paralel ilerleyebileceğine başka bir örnektir.

Çevrimiçi oyunlar temel olarak, oyuncular dolayımlı sağlanan ekonomik gelirler ile ayakta durabilmektedir. Bu yüzden oyunların içerisindeki dinamikleri iyi bilmek önemlidir. Bunun sebebi ise birçok dinamiğin tüketim davranışları ile ilişkilendirilebilmesinden kaynaklanmaktadır. Birçok çevrimiçi oyun içerisinde oyun karakterlerinin, birbirlerine karşı üstünlük sağlayabilmeleri farklı şekillerde mümkün olabilmektedir. Alınan oyun eşyaları ya da doğrudan oyun içerisinden elde edilen birçok ekstra özellik bu noktada önemsenmelidir. Oyuncuların kendi ifadelerinden de anlaşıldığı üzere, çoğu zaman uzun süreler beklemek ve üst düzey emek harcamak yerine doğrudan oyun içerisinde tüketim davranışı gerçekleştirilebilmektedir. Böylelikle oyun içerisindeki iktidar ve üstünlük ilişkilerinde istenilen seviyeye yaklaşılabilmektedir. Bu anlayış bir bakıma oyun içerisindeki tüketim davranışları dinamiğinin de harekete geçtiğini gösterir niteliktedir. Diğer yandan çevrimiçi oyunları önemli kılan noktalardan biri, birçok kişinin aynı anda bir araya gelebilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durum yine oyunlar içerisindeki tüketim davranışları dinamiğini etkilemede önemli olmaktadır. Oyuncular, takım olmanın gereği olarak, birbirleri ile aynı anda aynı davranışları sergilemek istediklerinden ötürü gerçekleştirilen herhangi bir tüketim davranışı, grup içerisindeki diğer üyeleri de etkileyebilmektedir. Böylelikle oyunların içerisinde olan tüketim dinamiği de harekete geçebilmektedir. Tüm bu anlatılanlar ise bizlere, oyunlar içerisinde bilinçli bir şekilde kurgulanan tüketim davranışları dinamiklerini göstermektedir. Bu dinamikler; sosyal etkileşim, ekonomik ve emek, evlilik, din, psikoloji, gösterişli olmak gibi faktörlerle birlikte tüketim davranışlarında etkili olabilmektedir.

Öte yandan oyunlar içerisinde, oyuncu tüketicilerin tüketim davranışı gerçekleştirmesini tetikleyen iki noktadan da bahsetmek önemli olacaktır. İlk olarak

birçok çevrimiçi oyunun yapısında, seviye atladıkça zorlaşan bir ilerleme anlayışı bulunmaktadır. Yani oyuncular her seviye atlayışında, sonraki seviye için çok daha fazla zaman ve emek harcamak zorundadırlar. Bu gereklilik, oyuncuları oyunda tutmayı sağladığı gibi birçok oyun içi harcamanın yapılmasına da sebep olabilmektedir. Böylelikle birçok oyuncu tüketici de oyun içerisinde tüketim davranışı sergileyebilmektedir. Başka bir mesele de oyun karakterlerinin birçok yönden birbirine benzemesi üzerinedir. Çevrimiçi oyunlardaki karakterler, genel olarak kalıplaşmış bazı özellikler ile oyunculara sunulmaktadır. Dolayısıyla birçok oyuncu oyun karakterinin diğerlerinden farklı olması için oyun içi tüketim davranışında bulunabilmektedir. Bazı durumlarda dış görünüş temelli olarak gerçekleştirilen bu davranışlar, oyun karakterinin yapısında da değişiklikler yaratabilmektedir. Örneğin, farklı bir görünüme sahip olma çabasından ötürü oyun içerisinde satın alınan bir bandana, oyun karakterine ekstra olarak farklı güçler de sağlayabilmektedir. Bu gibi birçok bileşenin oyun eşyalarında sunulması, oyuncuların tüketim davranışlarında bulunmasını tetikleyebilmektedir. Oyun yapımcıları da bütün bu sebeplerden ötürü oyunlarda farklı kombinasyonlar yaratmaktadırlar. Böylelikle gerek seviye atlamaktaki zorluklar, gerekse oyun tarafından sunulan karakterlerin kişilere özgü hale getirilmesi, iki temel noktada oyun içi tüketim davranışının gerçekleştirilmesine sebep olabilmektedir.

Oyuncu tüketicilerin kendi yorumlarından yola çıktığımızda, bazı sebeplerden ötürü oyun içerisinde tüketim davranışlarının gerçekleştiğini görebilmekteyiz. Genel anlamı ile tüketim davranışlarının oyun içerisinde kendini gösterebilmesi için bazı noktalar önemlidir: Burada, oyun karakterini güçlendirme, diğer kişilerden daha farklı görünme, çok kısa sürede oyunda istenilen noktaya varma, oyun içerisinde sosyal ortamı yakalayabilme, oyun içerisine yatırım yaparak para kazanma, oyun içi kaliteyi artırabilme, gerçek yaşam içerisinde yapılamayanları oyun içerisinde yapma, oyun içerisinde kendini ispat edebilme ve psikolojik olarak rahatlama ön plana çıkan

başlıklardandır. Tüm bu başlıklara baktığımızda oyun içerisinde oyuncuların, neden tüketim davranışlarında bulunduklarını daha rahat anlayabilmekteyiz. Ayrıca tüm bunların, gerçek yaşam içerisinde de tüketim davranışları açısından ne kadar önemli olduğunu düşündüğümüzde, oyun ve yaşam arasındaki bağı bu kapsamda daha iyi değerlendirebilmekteyiz.

Son olarak bu noktada, sanal toplulukları ayrıca değerlendirmek önemli olacaktır. Oyunlar içerisinde tüketim davranışlarının gerçekleştirilmesinde, sanal topluluklar ayrı bir değere sahiptir. Aynı nesnel, gerçek yaşamdaki gibi bu topluluklar, oyuncular üzerinde oyun içerisinde etkili olabilmektedir. Böylelikle bu etki, tüketim davranışlarıyla birlikte de değerlendirilebilmektedir. Sanal ortam, özellikle oyuncuların birçok farklı oyuncu ile bir araya gelebildiği değerli bir alandır. Burada oyuncu tüketiciler, gerek oyuna dair hamleler öğrenebilmekte, gerekse ekonomik açıdan oyun anlayışlarını değiştirebilmektedirler. Özellikle farklı oyun eşyaları yolu ile daha kısa süre içerisinde hızlı bir gelişim göstermenin mümkün olabilmesi, oyuncuların tüketim davranışlarında bulunmalarında etkili olabilmektedir. Aynı şekilde, grup içerisinde yapılan herhangi bir davranışın diğer oyuncu tüketicileri de etkileyebileceği atlanmaması gereken noktalardan biridir. Sanal topluluklar yapısı gereği, oyunlar içerisinde çevrimiçi ortamlarda da benzer özellikleri barındırabilmektedir. Bu yüzden çevrimiçi ortamlarda birçok insanın bir araya gelmesi, yine güç ve iktidar ilişkileri başta olmak üzere birçok parametreyi olaya dâhil etmektedir. Dolayısıyla oyuncuların, diğer kişilerden yani oyunculardan farklılaşma istekleri, daha güçlü olma istekleri vs. tüm bu kapsamı, doğrudan ya da dolaylı olarak tüketim davranışları kapsamına sokabilmektedir.

En nihayetinde birçok örnekle detaylıca anlatıldığı gibi tüketim alışkanlıkları, oyunlarda ve gerçek yaşamda aynı şekilde seyir gösterebilmektedir. Yani kişiler, gerçek yaşamlarında daha güzel görünmek için kıyafet alabildikleri gibi bunu oyunda da

yapabilmektedirler. Güçlü görünmek için gerçek yaşamda satın alınan ürünler, oyunlarda da farklı şekillerde satın alınabilmektedir. Ya da eşlerin, birbirlerine olan sevgilerini maddi perspektifte ifade etmeleri, oyunda da aynen geçerli olabilmektedir. Tüm bunlar da tekrar tekrar göstermektedir ki oyunlar ve gerçek yaşam arasında benzer yönde tüketim ilişkileri bulunmaktadır. Katılımcıların yorumları, anlattıkları ve birebir yaşadıkları da bu sonucu doğrudan desteklemektedir.

Oyunlara, çevrimiçi oyunlara ve bunların bileşenlerine dönük olarak literatürde sayısız çalışma yapılmıştır. Ama gerçek hayat ve oyunlar arasındaki tüketim alışkanlıklarının birbirleri ile ilişkisini, birçok bağ ve etkileşim dâhilinde ele alan çalışmaya rastlanmamıştır.

Sağlam (2019), oyun oynamanın öznel iyi oluşa katkı sağlayabileceğini tez çalışmasında ortaya koymuştur. Çalışmamızda, katılımcıların görüşlerini göz önünde bulundurduğumuzda benzer verilerin ortaya çıktığını görebilmekteyiz. Özellikle birçok oyuncu, oyun oynadıkları zaman daha iyi hissettiklerini, mutlu olduklarını ya da kafalarını dağıtabildiklerini belirtmiştir. Diğer yandan Sucu (2014), tez çalışmasında oyunlar içerisinde doyumların yakalanabileceğini göstermiştir. Yine katılımcıların yorumlarına baktığımız zaman birçok kişinin oyun içerisinde doyum yakalayabildiğini anlamaktayız. Oyuncular, gerek kendi kimliklerini oyunlara yansıtarak, gerekse hayat içerisinde yapamadıklarını buralarda yaparak duygularını tatmin edebilmektedirler.

Oyuncular için oyunlarda sosyalliği yakalamak oldukça önemli görünmektedir. Literatürde de bu noktaya dair bazı çalışmalar mevcuttur. Wu, Wang ve Tsai (2010), oyunlarda arkadaş edinmenin, deneyim kazanmanın ve buralarda sosyalleşebilmenin önemine değinmiştir. Benzer sonuçlar, görüşme yapılan oyuncular tarafından da aktarılmıştır. Özellikle oyunlar içerisinde sosyalleşme ve yeni arkadaşlar edinmenin oldukça önemli olduğuna birçok kez değinilmiştir. Ayrıca buralarda deneyim kazanmanın da aynı şekilde sosyalleşme kadar mühim olduğu belirtilmiştir. Bunlarla

birlikte oyuncular için önemli olan başka bir mesele de oyun karakterleridir. Literatürde oyun karakteri ve kişiler arasında sıkı sıkıya ilişkilerin olabileceği gösterilmiştir. Sabah (2016), oyun karakterlerinin oyuncuları temsil dahi edebileceğini anlatmıştır. Böylelikle karakterler ve oyuncular arasındaki iletişim çok daha anlaşılır olmaktadır. Çünkü birçok oyuncu, kendi oyun karakterleri ile arasında yakınlık gördüğünü belirtmiştir. Bu da yine literatürdeki çalışmalarla benzer şekilde örtüşmektedir. Aynı noktaya dair yapılan başka bir çalışma da Yiğitoğlu (2018), tarafından tez çalışmasında ele alınmıştır. Oyuncuların oyun karakterleri ile duygusal anlamda etkileşimi neticesinde, özdeşleşmenin ortaya çıkabileceğini aktaran yazı, öncüllerini destekler niteliktedir.

Araştırmada, oyuncuların oyun oynama sebepleri de irdelenmiştir. Daha çok boş zamanı değerlendirme, psikolojik olarak rahatlama, gerçek hayatın sıkıntılarından kurtulma, sosyalleşme ve eğlenme amaçlarının ön plana çıktığı görülmüştür. Elde edilen veriler, birçok çalışmayla benzerlik taşımaktadır. Alan, Kabadayı ve Cavdar (2017), oyun oynamadaki psikolojik ve sosyal sebepleri belirli açılardan ele almıştır. Benzer başka bir çalışma Taydaş ve Karakoç (2019) tarafından kaleme alınmıştır. Yine benzer sonuçların çıktığı bu çalışma da eldeki verilerle doğrudan örtüşebilmektedir.

Çalışmada ele alınan başka bir nokta da sadakat ve bağımlılık üzerinedir. Oyuncular, genel olarak oynadıkları oyunlara, belirli seviyelerde bağımlı olabilmektedirler. Ya da gereğinden fazla şekilde oyunlara karşı sadakat gösterebilmektedirler. Hsu ve Lu (2007), oyunlara olan bağlılığın algılanan zevkle doğru orantılı olduğunu saptamıştır. Katılımcıların da bu sonucu destekler yönde açıklamalar yaptığını belirtmek mümkündür. Özellikle, takım oyunları ve etkinlikler ile birlikte artan zevkin, oyun oynama süresinde değişiklikler yapabileceği birçok katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Bu da çalışmadaki verilerin, literatürdeki araştırmalarla benzer sonuçlara ulaştığını göstermektedir.

Çalışmada en önemli nokta, belki de oyun içerisindeki tüketim alışkanlıkları olarak belirtilebilmektedir. Özellikle oyun içindeki harcamalar meselesi, burada dikkatleri toplamaktadır. Mäntymäki ve Salo (2015), oyunlara neden para harcandığını farklı açılardan incelemiştir. Ortaya çıkan sonuçlar, katılımcıların görüşleriyle birçok noktadan örtüşmektedir. Oyuncular genel olarak, oyun içerisinde güçlenmek, daha iyi eğlenebilmek ve diğerlerinden farklılaşabilmek amaçlı olarak oyunlara para yatırmaktadır. Diğer yandan Constantiou, Legarth ve Olsen (2012), ele aldıkları çalışmada sosyal statü ve oyuna para yatırma ilişkisini birçok açıdan değerlendirmiştir. Burada statü durumu çok daha iyi olanların, oyunlara para yatırmada diğerlerine göre etkili olabilecekleri anlayışı belirmiştir. Aynı veriler, katılımcılar tarafından da dile getirilmiştir. Birçok katılımcı, durumlarının el vermesi halinde oyun içine para yatırabileceklerini söylemiştir. Bu da literatürdeki çalışmalarla paralel sonuca işaret etmektedir.

Çalışmamızı, literatürdeki önceki çalışmalarla birlikte değerlendirdiğimizde, çalışmalar arasında çok büyük oranda benzerlikler yakalamaktayız. Alandaki birçok çalışmanın sonuçları ile kendi çalışmamızın sonuçları büyük benzerlikler taşımaktadır. Bu da araştırmanın önceki araştırmalarla örtüştüğünü göstermektedir.

Gerçek yaşam içerisindeki tüketim alışkanlıkları ile çevrimiçi oyunlardaki tüketim alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışma, elde etmiş olduğu bulgularla, farklı noktalara yardımcı olabilir niteliktedir. Tüketim alışkanlıkları, sanal ortamda ve gerçek yaşamda birçok yönden benzerlikler göstermektedir. Dolayısıyla yapılacak diğer çalışmalar için öneriler, şu şekilde sıralanabilir:

Çalışma, *Metin2* ve *LoL* örnekleri çerçevesinde tamamlanmıştır. Dolaysıyla tüketim alışkanlıklarının çevrimiçi oyunlar içerisindeki durumunu çok daha iyi anlayabilmek için farklı oyunlar üzerine de araştırmalar yapılması mümkündür.

Araştırma kapsamında yedi oyuncu ile yüz yüze görüşme sağlanabilmiştir. Dolayısıyla farklı çalışmalarda mümkünse çok daha fazla kişi ile doğrudan görüşülmesi önemli görülmektedir.

Oyuncular ve oyunlar arasında birçok şekilde etkileşim görmek, anlatıldığı gibi olasıdır. Bağ düzeyine kadar ilerleyebilen bu ilişkiler, detaylıca değerlendirilmeyi hak etmektedir. Gerek pazarlama kapsamında gerekse psikoloji kapsamında bu bağlar, farklı şekillerde ele alınabilir görünmektedir. Dolayısıyla bu çerçevede, oyuncular ve oyunlar arasındaki ilişki, iletişim ve etkileşimleri kapsayan bağlara dair, farklı türden çalışmaların yapılabilmesi uygun bulunmaktadır.

Odaklanılan konu, tüketici perspektifini temel almaktadır. Buradaki bağların önemli olduğu birçok şekilde belirtilmiştir. Dolayısıyla bu kapsamda yapılacak yeni çalışmalar için üretici temelli perspektif de göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü oyunlar, en nihayetinde üreticiler ile var olmaktadır. Bu yüzden üreticilerin, bu bağları ne kadar önemsedikleri, tüketici davranışlarını hangi ölçülerle birlikte ele aldıkları sektör bazında incelenmeye değerdir.

Demografik özelliklere göre oyunlara para yatırma eğilimlerinin incelenmesi ise ayrı bir öneri olarak sunulabilmektedir. Önceki çalışmalar bazı sonuçları ortaya koymaktadır. Lakin popüler çevrimiçi oyunlar üzerinden, demografik özelliklerin, tüketim kapsamında değerlendirilmesi önemli olacaktır. Böylelikle oyunların maddi açıdan, daha çok kimlere hitap ettiği ortaya çıkarılabilecektir.

Çevrimiçi oyunları oynayan oyuncular, farklı şekillerde sınıflandırılmaktadırlar. Dolayısıyla farklı sınıflardaki oyunculardan edinilen veriler ile tüketim kapsamında farklı çalışmalar yapmak mümkündür. Böylelikle tüketim ilişkilerine daha yakın olan oyuncu kitlesini net bir şekilde görmek olasıdır. Bu durum hem oyun firmaları için hem oyun sektörü için hem de oyuncular için kapsayıcı olabilecektir.

Oyunlar içerisindeki para akışı göz önüne alındığında, oyuncuların konuya dair ne kadar ilgisi ve bilgisinin olduğu ayrıca incelenebilir görünmektedir. Bu hem şirketler açısından hem de tüketiciler açısından değerli olabilmektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetleri, tanıtım faaliyetleri ya da reklam faaliyetleri birçok yönden önemlidir. O yüzden oyunlar içerisindeki reklamların, halkla ilişkiler uygulamalarının ve tanıtım faaliyetlerinin tüketici davranışlarını ne derecede etkilediği ayrıca araştırılabilir görünmektedir.

Çalışma, her ne kadar pazarlama ve tüketim alanına hitap ediyor gibi görünse de bazı psikolojik noktaları gözden kaçırmamak önemlidir. Oyun oynama sebeplerinin altında yatan psikolojik nedenleri, gerçek hayatta başarılamayan ama oyun içerisinde elde edilmek istenen amaçları ya da oyunların oyunculara sunduğu faydaları düşündüğümüzde, psikolojik durumun önemi çok daha iyi anlaşılacaktır. Böylelikle bazı hastalıkların tedavi süreçleri için de kullanılabilen oyunlar, bu çerçevede değerlendirilebilir. Çünkü araştırma kapsamındaki veriler, oyunların, oyunculara birçok noktada psikolojik faydalar da sağlayabileceğini göstermiştir.

Ayrıca çalışmada incelenen grubun yaş sınırı, 15-40 arası olarak belirlenmiştir. Yapılacak diğer çalışmalar için yaş aralığının çok daha alt seviyelere indirilebileceği önerilmektedir. Farklı oyun örnekleri dâhilinde, daha küçük yaş gruplarını incelemek mümkündür. Çünkü çocuk tüketicilerin baskın ağırlığı da söz konusudur. Bugün özellikle mobil ortamda birçok oyun, milyonlarca çocuk oyuncu tarafından beğenilmektedir. Ve bu oyunlara ciddi para akışı sağlanmaktadır. O yüzden yaş sınırı aşağılara çekilebilir görünmektedir.

Son olarak, benzer çalışmalar için karma yöntemin kullanılması önerilmektedir. Böylelikle hem nitel hem de nicel veriler, aynı çatı altında çok daha zengin tablo sunabilir.

KAYNAKÇA

Adams, J. (25 Ekim 2017). *Your product team is a professional Esports team*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://medium.com/@itsjadaknight/your-product-team-is-a-professional-esports-team-b43d5afa4a3.

Akgöl, O., 2019, "Spor Endüstrisi ve Dijitalleşme: Türkiye'de Espor Yapılanması Üzerine Bir İnceleme", **TRT Akademi**, 4(8): 213-215.

Aktuna, H. C.; Ünlüönen, K., 2017, "Yeni Bir Turizm Çeşidi Olarak Elektronik Spor Turizmi", **Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi 2**, 2: 1-15.

Alan, A. K.; Kabadayı, E. T.; Cavdar, N., 2017, "İnsanlar Neden Online Oyunlar Oynar? Online Oyuncu Yenilikçiliğinin Rolü", **International Journal Of Eurasia Social Sciences,** 8(30): 2260-2280.

Albayrak, A. K.; Duyku, M., 2014, "Tüketim Toplumunun Dinamiklerine Bir Bakış", **Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi**, 3: 52-55.

Anka Elo Boost. (7 Ocak 2014). *LoL Elo Boost*. Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020, https://www.ankaeloboost.com/elo-boost.

Ankara Kalkınma Ajansı., 2016, "Genel Kavramlar ve Oyun Endüstrisi", **Dijital Oyun Sektörü Raporu**, 4-59.

Apaydın, B. (14 Aralık 2011). *Online Oyun Karakterleri Çalınan Türk Savcılığa Başvurdu*. Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020, https://sosyalmedya.co/metin-2-savcilik/.

Bae, J.; Koo, D. M.; Mattila, P., 2016, "Affective Motives To Play Online Games", **Journal of Global Scholars of Marketing Science**, 26(2): 174-184.

Baek, S.; Song, Y. S.; Seo, J. K., 2004, "Exploring Customers' Preferences for Online Games", **Proceedings of the Third Annual Workshop on HCI Research in MIS**, 6: 75-78.

Bahar, S. (20 Nisan 2014). *Gösteriş için tüketiyoruz*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://www.sabah.com.tr/pazar/2014/04/20/gosteris-icin-tuketiyoruz.

Başaran Alagöz, S.; Güler, B., 2018, "Bilgisayar Oyunlarında Ürün Yerleştirmeye Yönelik Tüketici Tutumu ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişki", **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 15(2): 479-496.

Baudrillard, J., (1988), *Selected Writings*, Cambridge, Polity Press.

Bauman, Z., (2010), *Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?*, Ankara, De Ki Yayınları.

Baybaş, G., (2015), **In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration in the Department of Business Administration**, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Bayes. (13 Ocak 2017). *PAZARLAMA ANLAYIŞININ GELİŞİMİ*. Erişim Tarihi: 9 Haziran 2020, https://www.bayesarastirma.com.tr/pazar-anlayisinin-gelisimi-hakkinda-detayli-bilgi/#:~:text=Üretim%20yönlü%20pazarlama%20düşüncesi%2C%20talebin,sorun%20olduğu%20bir%20ortamın%20anlayışıdır.

Bayram, A. T., 2018, "Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde E-Spor Turizmine Katılma Niyeti", **Turizm Akademik Dergisi**, 5(2): 18-27.

Bekir, S., (2018), **Üniversite Öğrencilerinde Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Duygusal Şemalar, Eylemli Kişilik ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi**, Sakarya Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Binark, M.; Bayraktutan, G., (2011), *Katılımın E-Hali*, İstanbul, Alternatif Bilişim.

Binark, M.; Bayraktutan-Sütcü, G.; Fidaner, I. B., (2009), *Dijital Oyun Rehberi*, İstanbul, Kalkedon Yayınları.

Bocock, R., (1997), *Tüketim*, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları.

Bostan, B.; Tıngöy, Ö., 2015, "Dijital Oyunlar: Tasarım Gereksinimleri ve Oyuncu Psikolojisi", **AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology**, 6(19): 7-19.

Bozkurt, A. (2 Ocak 2014). *Homo Ludens: Dijital oyunlar ve eğitim*. Erişim Tarihi: 9 Nisan 2020, https://www.researchgate.net/publication/317342269_Homo_Ludens_Dijital_oyunlar_ve_egitim.

Bozkurt, Y.; Oyman, M., 2016, "Oyun ya da Reklam? Genç Oyuncular Eğlence İçerikli Oyun Reklamları Nasıl Algılıyor?", **Akademik Bakış Dergisi**, 58: 519-533.

Brey, P., 2014, "Virtual Reality and Computer Simulation", **Ethics and Emerging Technologies,** 1: 315-329.

Buyukweb. (24 Eylül 2020). *Oyunun Özellikleri Görmek İçin Tıklayınız*. Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020, https://www.buyukweb.com/metin2-tanitim/v1_files/94-99.html.

Chen, L. S.; Chang, P. C., 2012, "Extracting Knowledge of Customers' Preferences in Massively Multiplayer Online Role Playing Games", **Original Article**, 1: 1-12.

Cheung, C. M. K.; Shen, X. L.; Lee, Z. W. Y.; Chan, T. K. H., 2015, "Promoting Sales of Online Games Through Customer Engagement", **Electronic Commerce Research and Applications,** 14: 241-250.

Choi, D.; Kim, J. W., 2004, "Why People Continue to Play Online Games: In Search of Critical Design Factors to Increase Customer Loyalty to Online Contents", **Cyberpsychology&Behavior**, 7(1): 11-23.

Civan Kemiksiz, R., (2019), **Çevrimiçi Bağımlılığın Habitatı: Çevrimiçi Oyuncuların E-Spor Faaliyetleri ve Oyun Bağımlılığı İlişkisi**, İstanbul Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Cole, H.; Griffiths, M. D., 2007, "Social Interactions in Massively Multiplayer Online Role-Playing Gamers", **Cyberpsychology&Behavior**, 10(4): 575-583.

Constantiou, I.; Legarth, M. F.; Olsen, K. B., 2012, "What Are Users' Intentions Towards Real Money Trading in Massively Multiplayer Online Games?", **Electron Markets**, 22: 105-115.

Çınar, Ö. F. (16 Ocak 2019). *Yemeklerde 'Altın tozu' furyası*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://www.gzt.com/jurnalist/yemeklerde-altin-tozu-furyasi-3472732.

Debord, G., (2016), *Gösteri Toplumu*, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

Dedei, M. (1 Ekim 2019). *Evlilikte Kültür Farklılığı*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, http://www.on4haber.com/koseyazisi/1038/evlilikte-kultur-farkliligi.

Demirbaş, K. Y., 2015, "Dijital Oyunlara 'Oyun Türü' Yaklaşımlarının Sorunları: 'Platform Oyunları' Türü Örneği", **Selçuk İletişim**, 9(1): 363-387.

Doğu, B., (2006), **Popüler Kültürün Tüketim Aracı Olarak Bilgisayar Oyunlarında Sunulan Yaşam Tarzı**, Ege Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Donanım Haber. (30 Temmuz 2014). *LOL TR | 342 Kostüm ve Tüm şampiyonlar (119) | Değerli tüm kostümler | 60797 IP PLATIN DIV*. Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020, https://forum.donanimhaber.com/lol-tr-342-kostum-ve-tum-sampiyonlar-119-degerli-tum-kostumler-60797-ip-platin-div--95363816.

Dönmez, Ş., (2018), **Çevrimiçi Oyun Bağımlılığının Bilinçli Farkındalık ve Yaşam Doyumu ile İlişkisi**, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Ducheneaut, N.; Yee, N.; Nickell, E.; Moore, R. J., 2006, "'Alone Together?' Exploring the Social Dynamics of Massively Multiplayer Online Games", **CHI 2006 Proceedings Games and Performances**, 1: 407-416.

Duman, K.; Özdoyran, G., 2018, "Dijital Emek ve Kullanıcı İçeriğinin Metalaşması: Katılımcı Sözlük Yazarları Üzerine İnceleme", **Erciyes İletişim Dergisi**, 5(4): 75-99.

Durgun, C. H. (2 Ocak 2013). *Tüketim Toplumunda Tüketici Olmak – 3 (Modern ve Postmodern Tüketici)*. Erişim Tarihi: 3 Haziran 2020, https://pazarlamasyon.com/tuketim-toplumunda-tuketici-olmak-3-modern-ve-postmodern-tuketici/.

Efendioğlu, İ. H., 2019, "Sosyal Medyadaki Gösteriş Tüketiminin Satın Alma Niyetine Etkisi", **Business and Organization Research (International Conference)**, 1:1.

Epinsultan. (8 Şubat 2020). *Ejder Parası (EP)*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://www.epinsultan.com/metin2-ejder-parasi?ref=51415&gclid=EAIaIQobChMI8-Hrtort6AIVRLUYCh2GqQlwEAAYBCAAEgJCIvD_BwE.

Ercansungur, D. O., (2018), **Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Oyunların Oyuncularının Gündelik Hayat Pratikleri: Tribal Wars Örneği**, Ege Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Erdoğan Tuğran, F., 2016, "Dijital Yerlilerin Siber-Uzamda Çoklu Kimlik Kullanımı ve Oyun Oynama Pratikleri", **Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi**, 1(1): 8-16.

Fixmt2. (1 Mayıs 2012). *FixMT2 Özellikleri*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, http://fixmt2-online.blogspot.com/p/sitemiz-fixer-metin2.html.

Gamermarkt. (2 Mart 2020). *League of Legends Satılan Son 100 Hesap*. Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020, https://www.gamermarkt.com/lol-satilan-son-100-hesap.

GaminginTurkey. (8 Ocak 2020). *Türkiye Oyun Sektörü 2019 Raporu Öncesi Genel Bakış*. Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2020, https://www.gaminginturkey.com/tr/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2019-oncesi-genel-bakis/.

Guegan, J.; Moliner, P.; Buisine, S., 2015, "Why Are Online Games so Self-Involving: A Social Identity Analysis of Massively Multiplayer Online Role-Playing Games", **European Journal of Social Psychology**, 45: 349-354.

Guvenliweb. (11 Ağustos 2017). *Dijital Oyunların Olumlu ve Olumsuz Etkileri*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/wXK68.pdf.

Gümüşay, B. (22 Ekim 2014). *Algılama Nedir? Tüketici Davranışları ve Algılama*. Erişim Tarihi: 5 Haziran 2020, https://www.slideshare.net/burakgmsy/alglama-nedir-tketici-davranlar-ve-alglama.

Gündüz, U., 2011, "Kitlesel katılımlı Çevrimiçi Rol Yapma (MMORPG) Oyunlarının Ergenlerdeki Etkileri Üzerine Bir Bağımlılık Araştırması", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi**, 1: 102-124.

Güngör, M. O., 2012, "Çevrimiçi Satışta Yenilikçilik ve İş Ortaklıkları", **Researchgate**, 1: 1-12.

Gür, M. R., (2018), **Çok Oyunculu Dijital Oyunlarda Oyun Oynama Pratikleri: MOBA ve MMORPG Oyunlar Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme**, İstanbul Arel Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Güven, E.; Yıldız, G., 2012, "Sanal Bir Ülkenin Vatandaşı Olmak: E-Republik Örneği", **E-Journal of New World Sciences Academy**, 7(3): 192-203.

Güvenli İnternet Merkezi., 2019, "Dijital Oyunlar Raporu 2019", **Dijital Oyunlar Raporu 2019**, 1: 6-29.

Habertürk. (16 Şubat 2020). *Türkiye'de kaç kişi, kaç saat League of Legends oynuyor?*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, https://www.haberturk.com/league-of-legends-turkiye-de-ne-kadar-oynaniyor-haberler-2585440-teknoloji.

Hamari, J.; Tuunanen, J., 2014, "Player Types: A Meta-synthesis", **TamPub**, 1: 29-49.

HisarMt2. (4 Nisan 2020). *Savaş Başlıyor*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://www.hisarmt2.com.

Ho, C. H.; Wu, T. Y., 2012, "Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games", **International Journal of Electronic Business Management**, 10(3): 204-212.

Hsu, C. L.; Lu, H. P., 2007, "Consumer Behavior in Online Game Communities: A motivational factor perspective", **ScienceDirect**, 23: 1642-1656.

Huhh, J. S., 2008, "Simple Economics of Real-Money Trading in Online Games", **Electronic Copy Available**, 1: 1-21.

Huizinga, J., (2006), *Homo Ludens*, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

Hürriyet. (11 Kasım 2006). *Müşteri çekmenin yeni yolu: Koku tuzakları*. Erişim Tarihi: 7 Haziran 2020, https://www.hurriyet.com.tr/musteri-cekmenin-yeni-yolu-koku-tuzaklari-5403142.

Hürriyet. (23 Temmuz 2018). *E-spor nedir? E-spor nasıl ortaya çıktı?*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, https://www.hurriyet.com.tr/sporarena/e-spor-nedir-e-spor-nasil-ortaya-cikti-40906145.

İlbay, F. (7 Kasım 2017). *En Zor Bulunan LoL Kostümleri*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://www.redbull.com/tr-tr/en-zor-bulunan-lol-kostumleri.

İnci Sözlük. (28 Ocak 2017). *Edilee geri döndü*. Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020, http://incisozluk.com.tr/w/edilee-geri-döndü/.

İskender, Ö., (2015), **Çevrimiçi Oyun Oynama Motivasyonları ve Oyuncuların Bireysel Değerleri: Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Açısından Bir Değerlendirme**, Uludağ Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

İşbilen, D., (2014), **Gender Representation in the League of Legends**, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

İşbilen, D., (2018), **Etkisel Oyunbilim: Kitlesel Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları Oynama Motivasyonları**, Ege Üniversitesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Jeng, S. P.; Teng, C. I., 2008, "Personality and Motivations for Playing Online Games", **Social Behavior and Personality**, 36(8): 1053-1058.

Kahn, A. S.; Shen, C.; Lu, L.; Ratan, R. A.; Coary, S.; Hou, J.; Meng, J.; Osborn, J.; Williams, D., 2015, "The Trojan Player Typology: A cross-genre, cross-cultural, behaviorally validated scale of video game play motivations", **Elsevier**, 49: 354-359.

Karahisar, T., 2013, "Türkiye'de Dijital Oyun Sektörünün Durumu", **Sanat Tasarım ve Manipülasyon**, 1: 107-113.

Kerr, A., 2006, "The business and culture of digital games Gamework/Gameplay", **Sage Publications**, 1: 1-24.

Kırcova, İ., (1999), *İnternette Pazarlama*, İstanbul, Beta Basım Yayım.

Kim, Y. Y.; Oh, S.; Lee, H., 2005, "What Makes People Experience Flow? Social Characteristics of Online Games", **Int. J. Advanced Media and Communication**, 1(1): 76-91.

Kocadağ, M., 2017, "Elektronik Spor Kariyeri ve Eğitim", **Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi**, 1(2): 49-58.

Kocaömer, C., (2018), **Elektronik Spor Faaliyetlerinde Sponsorluğun Marka Değeri Üzerine Etkisi: League of Legends Örneği**, Ege Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Koçoğlu, Y. (27 Haziran 2017). *Türkiye'de 30 milyon kişi dijital oyun oynuyor.* Erişim Tarihi: 3 Haziran 2020, https://www.evrensel.net/haber/324796/turkiyede-30-milyon-kisi-dijital-oyun-oynuyor.

Koçoğlu, D., 2019, "Üniversite Öğrencilerinin Çevrimiçi Oyun Bağımlılık Düzeyine Göre Tüketici Karar Verme Tarzlarının Değerlendirilmesi", **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 8(2): 1815-1827.

Koo, D. M.; Lee, S. H.; Chang, H. S., 2007, "Experiential Motives for Playing Online Games", **Journal of Convergence Information Technology**, 2(2): 37-46.

Korkmaz, S.; Eser, Z.; Öztürk, S. A.; Işın, F. B., (2009), *Pazarlama*, Ankara, Siyasal Yayın-Dağıtım.

Kotler, P.; Keller, K. L., (2006), *Marketing Management*, New Jersey, Pearson Prentice Hall.

Koyun, S. (4 Ocak 2019). *Bütünsel Holistik Pazarlama Nedir? Örnekleri, Boyutları, Önemi*. Erişim Tarihi: 9 Haziran 2020, https://www.sezginkoyun.com/holistik-pazarlama-nedir/.

Köseliören, M., (2017), **İnternet, Online Oyun ve Bağımlılık**, Selçuk Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Kurşun, H. (17 Mayıs 2018). *Tüketim kültürü veya kültür tüketimi*. Erişim Tarihi: 4 Haziran 2020, https://www.mepanews.com/tuketim-kulturu-veya-kultur-tuketimi-13439yy.htm.

Kuşay, Y.; Akbayır, Z., 2015, "Dijital Oyunlar ile Tüketime Yolculuk: 'Öğrenme Yaklaşımı Açısından Çocuk Kullanıcılara Yönelik Bir Araştırma'", **Akdeniz İletişim Dergisi**, 1(1): 135-152.

Küngerü, A., 2016, "Bir İfade Aracı Olarak Dijital Öykü Anlatımı", **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)**, 1(2): 33-44.

League of Graphs. (2 Mart 2020). *Derece Dağılımı*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://www.leagueofgraphs.com/tr/rankings/rank-distribution.

League of Legends. (3 Mart 2020). *Şampiyonunu Seç*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/champions/.

League of Legends. (3 Mart 2020). *Üçte Üç*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/champions/.

League of Legends. (3 Mart 2020). *140'tan fazla şampiyonun arasında oynayış tarzına birebir uyanı bulabilirsin. İster birinde ister hepsinde ustalaş!*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/champions/.

League of Legends. (10 Mart 2020). *Etkinlikler*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://events.tr.leagueoflegends.com.

League of Legends. (10 Mart 2020). *Topluluk Etkinlikleri*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://events.tr.leagueoflegends.com.

Lee, C. W., 2010, "Influential Factors of Player's Loyalty Toward Online Games for Achieving Commercial Success", **Australasian Marketing Journal**, 18: 81-91.

Lee, H. J.; Choi, J.; Kim, J. W.; Park, S. J.; Gloor, P., 2013, "Communication, Opponents, and Clan Performance in Online Games: A Social Network Approach", **Cyberpsychology, Behavior and Social Networking**, 16(12): 878-883.

Lee, M. C.; Tsai, T. R., 2010, "What Drives People to Continue to Play Online Games? An Extension of Technology Model and Theory of Planned Behavior", **Journal of Human-Computer Interaction**, 26(6): 601-616.

Lin, H.; Sun, C. T., 2011, "Cash Trade in Free-to-Play Online Games", **Games and Culture**, 6(3): 270-285.

Lin, H.; Sun, C. T., 2015, "Massively Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPGs)", **TheInternational Encyclopedia of Digital Communication and Society**, 1(1): 1-6.

Lo, S. K.; Wang, C. C.; Fang, W., 2005, "Physical Interpersonal Relationships and Social Anxiety among Online Game Players", **Cyberpsychology&Behavior**, 8(1): 15-20.

Mäntymäki, M.; Salo, J., 2015, "Why Do Teens Spend Real Money in Virtual Worlds? A Consumption Values and Developmental Psychology Perspective on Virtual Consumption", **International Journal of Information Management**, 35(1): 124-134.

Marx, K., (1959), *Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*, Londra, Lawrence&Wishart.

Metin2. (2 Şubat 2020). *Metin2 - Karakter Sınıfları*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://metin2event.org/main/characterclasses/.

Metin2 Bilgisi. (4 Haziran 2016). *Çeyiz Hazırlıkları*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://metin2-bilgisi.tr.gg/Metin2-Evlilik.htm.

Metin2 Tr. (1 Nisan 2020). *Marmara, Türkiye ve Ege Sunucuları Nisan Etkinlik Takvimi*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://board.tr.metin2.gameforge.com/index.php?thread/612736-marmara-türkiye-ve-ege-sunucuları-nisan-etkinlik-takvimi/.

Metin2 Tr. (1 Nisan 2020). *Metin2 Etkinlik*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://board.tr.metin2.gameforge.com/index.php?thread/612736-marmara-türkiye-ve-ege-sunucuları-nisan-etkinlik-takvimi/.

Metin2 Wiki. (25 Aralık 2016). *Nesne Market*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://tr-wiki.metin2.gameforge.com/index.php/Nesne_Market#D.C3.BC.C4.9F.C3.BCn_ve_Evlilik.

Metin2 Wiki. (25 Aralık 2016). *Düğün ve Evlilik*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://tr-wiki.metin2.gameforge.com/index.php/Nesne_Market#D.C3.BC.C4.9F.C3.BCn_ve_Evlilik.

Metin2 Wiki. (11 Mart 2017). *Ramazan Bayramı Etkinliği*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, https://tr-wiki.metin2.gameforge.com/index.php/Ramazan_Bayramı_Etkinliği.

Metin2 Wiki. (15 Mart 2018). *Ep-Ejderha Parası Fiyatları*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://tr-wiki.metin2.gameforge.com/index.php/EP?gclid=EAIaIQobChMI5pO4jfzs6AIVxKwYCh0keQmiEAAYAiAAEgJqZfD_BwE.

Metin2 Wiki. (23 Mayıs 2020). *Karakter Sınıfları*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://tr-wiki.metin2.gameforge.com/index.php/Anasayfa.

Metin2 Wiki. (7 Ekim 2020). *Şablon: Haritalar*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://tr-wiki.metin2.gameforge.com/index.php/Şablon:Haritalar.

Milliyet. (13 Aralık 2019). *2019 yılında Türkiye'de en çok oynanan oyunlar!*. Erişim Tarihi: 11 Nisan 2020, https://www.milliyet.com.tr/galeri/2019-yilinda-turkiyede-en-cok-oynanan-oyunlar-6100084/16.

Mmorpg24. (18 Mart 2010). *Metin2*. Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020, http://mmorpg24.net/print.php?type=A&item_id=258.

MobaTr. (13 Ağustos 2017). *Arcade Miss Fortune*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://mobatr.net/kostum/arcade-miss-fortune.

Mynet. (10 Kasım 2009). *Musa vahşice öldürülmüş.* Erişim Tarihi: 5 Haziran 2020, https://www.mynet.com/musa-vahsice-oldurulmus-110100479259.

O'connor, E. L.; Longman, H.; White, K. M.; Obst, P. L., 2014, "Sense of Community, Social Identity and Social Support Among Players of Massively Multiplayer Online Games (MMOGs): A Qualitative Analysis", **Journal of Community & Applied Social Psychology**, 25(6): 459-473.

Odabaşı, Ş., (2016), **Üniversite Öğrencilerinin Online Oyun Bağımlılığı Düzeylerinin Öznel Mutluluk Düzeyleriyle İlişkisi**, Sakarya Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Odabaşı, Y.; Barış, G., (2008), *Tüketici Davranışı*, İstanbul, MediaCat Akademi.

OyunGG. (25 Aralık 2017). *Video Oyun Türleri Nelerdir, Açıklamalarıyla*. Erişim Tarihi: 9 Nisan 2020, https://oyungg.com/video-oyun-turleri-nelerdir-aciklamalariyla/.

Oyunmaxs. (28 Haziran 2014). *Metin2 Ramazan Eventi 2014*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, http://oyunmaxs.blogspot.com/2014/06/metin2-ramazan-eventi-2014.html.

Ömerbaş, A. Ç., (2018), **Power Relations in Video Games: A Quantitative Research on Turkish Gamers**, Bahçeşehir Üniversitesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Özbıçakçı, S. T., (2016), **E-Sports: Alternative Fandom Research in Turkey**, Bilkent Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Özgürlük Dünyası. (18 Kasım 1996). *Kapitalist üretim, proletaryanın tarihsel eylemi ve toplumsal kurtuluş*. Erişim Tarihi: 7 Haziran 2020,

https://ozgurlukdunyasi.org/arsiv/376-sayi-082/1523-kapitalist-uretim-proletaryanin-tarihsel-eylemi-ve-toplumsal-kurtulus.

Papatya, D. (17 Haziran 2014). *Tüketici davranışlarını etkileyen sosyal ve kültürel faktörler*. Erişim Tarihi: 8 Haziran 2020, https://www.slideshare.net/didosssssss/tketici-davranlarn-etkileyen-sosyal-ve-kltrel-faktrler.

Park, B. W.; Lee, K. C., 2011, "Exploring the Value of Purchasing Online Game Items", **Computers in Human Behavior**, 27: 2178-2182.

Parlak, A., (2005), **İnternet ve Türkiye'de İnternetin Gelişimi**, Fırat Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Perdigital. (17 Ocak 2020). *League Of Legends Riot Points (RP)*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://www.perdigital.com/online-oyun/riot-games/league-of-legends-riot-points-lol-rp.

Picard, M., 2006, "Machinima: Video Game As An Art Form?", **University of Montreal**, 1(1): 1-6.

Play Sultan. (12 Temmuz 2019). *RP Nedir ve Nasıl Satın Alınılır?*. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020, https://www.playsultan.com.tr/league-of-legends-rp-satin-alma-rp-nerelerden-alinir-nasil-alinir.

Playerbros. (18 Ekim 2019). *En çok kazanan League of Legends oyuncuları*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, https://playerbros.com/en-cok-kazanan-league-of-legends-oyunculari/.

Playerbros. (11 Şubat 2020). *2019'un En Popüler Espor Oyunları*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, https://playerbros.com/2019un-en-populer-espor-oyunlari/.

Refiana, L.; Mizerski, D.; Murphy, J., 2005, "Measuring The State Of Flow In Playing Online Games", **Anzmac**, 1(1): 108-112.

Sabah, Ş., 2016, "Ben, Kendim ve Avatarım: Sanallık ve Gerçeklik Arasında Tüketim, Sahip Olunanlar ve Kişisel Benlik", **Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi**, 9(1): 117-149.

Sağlam, Ş., 2014, "Oyunun Yeni Hali", **Researchgate**, 1: 1-22.

Sağlam, M., (2019), **Dijital Oyunların Öznel İyi Oluşa Etkisi: Y Kuşağına Yönelik Bir Araştırma**, Ege Üniversitesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Sağlam, M.; Topsumer, F., 2019, "Dijital Oyunlar ve Öznel İyi Oluş İlişkisi: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği", **Humanities Sciences (NWSAHS)**, 14(2): 31-47.

Saruhan, M. (13 Ağustos 2010). *Ürün Odaklı Pazarlama Yaklaşımı*. Erişim Tarihi: 5 Haziran 2020, https://www.mehmetsaruhan.com/2010/pazarlama/reklam/urun-odakli-pazarlama-yaklasimi/.

Senkaya, A. (7 Mart 2013). *Gelişen Teknoloji ve Değişen Tüketim Alışkanlıkları*. Erişim Tarihi: 2 Haziran 2020, https://pazarlamasyon.com/gelisen-teknoloji-ve-tuketim-aliskanliklari/.

Sezen, D., 2013, "Bir Sanatsal İfade Aracı Olarak Dijital Oyunlar", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2(45): 129-145.

Sosyogazi. (10 Temmuz 2013). *Metin2 Ramaz Etkinligi SİMİT*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, http://sosyogazi.blogspot.com/2013/07/metin2-ramaz-etkinligi-simit.html.

Sosyolojim. (15 Temmuz 2008). *BURJUVAZİ'NİN DOĞUŞU ve KAPİTALİZME GEÇİŞ*. Erişim Tarihi: 5 Haziran 2020,

http://sosyolojim.blogspot.com/2008/07/burjuvazinin-douu-ve-kapitalizme-gei.html.

Suárez, L.; Thio, C. F. W.; Singh, S., 2013, "Why People Play Massively Multiplayer Online Games?", **International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning**, 3(1): 7-11.

Subaşı, N., 2005, "İnternet ve Sanal Cemaat Tartışmaları", **İnternet, Toplum, Siyaset**, 1(1): 1-7.

Sucu, İ., 2012, "Sosyal Medya Oyunlarında Gerçeklik Olgusunun Yön Değiştirmesi: Smeet Oyunu Örneği", **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 3: 55-82.

Sucu, İ., (2014), **Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından Sosyal Medya Sanal Dünya Oyunu Olarak Second Life Örneği**, Maltepe Üniversitesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Şahin, H. (1 Ocak 2017). *SANAL TÜKETİM, GERÇEK TÜKENİŞ*. Erişim Tarihi: 4 Haziran 2020, http://ukbadergisi.com/2017/01/sanal-tuketim-gercek-tukenis/.

Şeker, A. Ö., (2018), **Üniversite Öğrencilerinde Oyun Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Değerlendirilmesi**, Marmara Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Şengün, S., 2015, "Sanal Hikaye Anlatıcılığı Çağında Yaşayan Bilimkurgu ve Fantastik Dünyalar Olarak Video Oyunları", **Researchgate**, 1(1): 211-218.

Tarihibilgi. (2 Ocak 2020). *Fordizm Nedir?*. Erişim Tarihi: 3 Haziran 2020, https://tarihibilgi.org/fordizm-nedir/.

Taşpınar, M.; Gümüş, Ç., 2005, "Ülkemizde İnternet Kafelerin Ortam ve Kullanıcı Profili: Bilgi Toplumu Açısından Değerlendirme", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 4(14): 80-92.

Taydaş, O.; Karakoç, E., 2019, "Sanal Üretim ve Sanal Tüketim Bağlamında Bilgisayar Oyunları ve Boş Zaman Kavramı: Farmvılle Örneği", **Erciyes İletişim Dergisi**, 6(2): 1191-1208.

Taylan, H. H.; Kara, H. Z.; Durğun, A., 2017, "Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alişkanliklari ve Oyun Tercihleri Üzerine Bir Araştırma", **Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 3(1): 78-86.

Tekin, M. (15 Ağustos 2016). *POSTMODERN PAZARLAMA YAKLAŞIMIYLA MODERN PAZARLAMA YÖNTEMLERİ: GÜNCEL ŞİRKET UYGULAMALARI*. Erişim Tarihi: 7 Haziran 2020, http://www.mahmuttekin.com.tr/tr/makaleler~274/pazarlama-yaklasimlari~431#:~:text=Pazarlamada%20ikinci%20dönem%20"Satış%20Odaklı,Anlayışı"nın%20ortaya%20çıktığı%20dönemdir.&text=Bu%20dönemde%20doğan%20tüketici%20odaklı,işbirliğini%20esas%20alan%20yöntemler%20geliştirilmiştir.

Teng, C. I., 2008, "Personality Differences between Online Game Players and Nonplayers in a Student Sample", **Cyberpsychology&Behavior,** 11(2): 232-234.

Topal, A., (2016), **Sanal Karakterin Gerçek Gündemi: Çevrimiçi Oyunlarda Metin Tabanlı İletişim ve "World of Warcraft" Örneği**, Kocaeli Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Tramontano, T. (12 Mayıs 2012). *Metin2 Marriage*. Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020, https://www.deviantart.com/toniatramontano/art/Metin2-Marriage-301620546.

Tunga, Y. (10 Şubat 2015). *Çağımızda İnternet Kullanımı ve Toplumsal Hayata Etkileri*. Erişim Tarihi: 6 Haziran 2020, https://www.slideshare.net/yeliztunga/amzda-internet-kullanm.

Turkmmo. (2 Nisan 2016). *Yeni OX Haritası*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, https://forum.turkmmo.com/konu/3437247-nopehyte-yeni-ox-haritasi-dogru-yanlis-efeckli/.

Turkmmo. (12 Kasım 2016). *Gelişmiş Saltanat Tipi Files +20 Zırhlar +20 Eller Dönüşümler Ayarlı 1v1 Saltanat*. Erişim Tarihi: 15 Nisfan 2020, https://forum.turkmmo.com/konu/3502412-gelismis-saltanat-tipi-files-20-zirhlar-20-eller-donusumler-ayarli-1v1-saltanat/page-3.

Türk, G. D.; Tugen, B., 2014, "Dijital Cemaatler ve Postmodern Kabile Örneği: İnci Sözlük", **XIX. Türkiye'de İnternet Konferansı**, 1: 1-7.

Ünal Miçooğulları, S., 2018, "Yeni Ekonomide Dijital Emek", **IJLLSP**, 1: 5-16.

Vecihibeyforum. (12 Eylül 2008). *En çok oynayan ülke hangisi acaba!*. Erişim Tarihi: 4 Haziran 2020, https://vecihibeyforum.yetkin-forum.com/t178-dnyada-metin2-oynayan-oyuncu-says-airacaksiniz.

Vikipedi. (14 Mart 2020). *Türkiye'de din*. Erişim Tarihi: 12 Nisan 2020, https://tr.wikipedia.org/wiki/Türkiye%27de_din.

Weber, M., (1971), *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Londra, Allen&Unwin.

Wei, H.; Wu, N.; Wang, T.; Zhou, Z.; Cui, N.; Xu, L.; Yang, X., 2017, "Be loyal but not addicted: Effect of online game social migration on game loyalty and addiction", **Journal of Consumer Behaviour**, 1: 1-8.

Wilkie, W. L., (1986), *Consumer Behavior,* Australia, John Wiley&Sons Australia.

Wu, J. H.; Wang, S. C.; "Tsai, H. H., 2010, "Falling in Love with Online Games: The Uses and Gratifications Perspective", **Computers in Human Behavior**, 26: 1862-1869.

Yalçın Irmak, A.; Erdoğan, S., 2016, "Ergen ve Genç Erişkinlerde Dijital Oyun Bağımlılığı: Güncel Bir Bakış", **Türk Psikiyatri Dergisi**, 27(2): 128-135.

Yamaguchi, H., 2004, "An Analysis of Virtual Currencies in Online Games", **Researchgate**, 1: 1-8.

Yee, N., 2006a, "The Psychology of Massively Multi-User Online Role-Playing Games: Motivations, Emotional Investment, Relationships and Problematic Usage", **Avatars at Work and Play**, 1: 187-205.

Yee, N., 2006b, "Motivations for Play in Online Games", **Cyberpsychology&Behavior**, 9(6): 772-774.

Yıldırım, E., (2019), **Çevrimiçi Oyun Bağımlılığının Algılanan Sosyal Destek ve Temel Psikolojik İhtiyaçlarla İlişkisi**, Yıldız Teknik Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yıldırım, A.; Şimşek, H., (2003), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara, Seçkin Yayınları.

Yıldız, H., 2007, "Homo Sapiens'in Boş Zamanı-Homo Ludens'in Sanal Kariyeri", **Folklor/Edebiyat**, 50(13): 57-67.

Yiğitoğlu, V., (2018), **Oyun Değer-Dijital Oyunlar ve Kullanıcılar Üzerine Bir İnceleme: To The Moon Örneği**, Maltepe Üniversitesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Yolaç, A., (2017), **Multiplayer Online Gamers' Subcultural Interactions: Body as a Bridge in Between Real and Virtual Lives**, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yolgörmez, C., (2016), **Construction of Everyday Reality in a Virtual World: The Case of "World of Warcraft"**, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yoluk, Ö. (17 Mart 2016). *MODERN PAZARLAMA ANLAYIŞI NEDİR?*. Erişim Tarihi: 6 Haziran 2020, https://omeryoluk.com/modern-pazarlama-anlayisi-nedir/.

Yükçü, S.; Kaplanoğlu, E., 2018, "E-Spor Endüstrisi", **UİİİD-IJEAS**, 17: 533-546.

Zackariasson, P.; Wahlin, N.; Wilson, T. L., 2010, "Virtual Identities and Market Segmentation in Marketing in and Through Massively Multiplayer Online Games (MMOGs)", **Services Marketing Quarterly**, 31: 275-288.

Zhao, F.; Fang, X., 2009, "Factors Affecting Online Game Players' Loyalty", **Internationalization, Design and Global Development**, 1: 197-205.

ÖZET

Araştırmada, gerçek yaşam içerisindeki tüketim alışkanlıkları ile çevrimiçi oyunlardaki tüketim alışkanlıkları arasında nasıl bir ilişkinin olduğu ele alınmıştır. Bu kapsamda *Metin2* ve *League of Legends* adlı iki çevrimiçi oyun, örnek olarak belirlenmiştir. Nitel araştırma ile tamamlanan çalışmada, toplam yirmi oyuncu ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sonucunda ortaya çıkan veriler, yazarın da yorumlarıyla birlikte, betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Verilerin elde edilmesi için on bir tane yarı yapılandırılmış görüşme sorusundan yararlanılmıştır. Ayrıca kişilerin demografik durumlarının da öğrenilebilmesi için ayrı bir form oluşturulmuştur. Böylelikle oyunculardan, hem oyunlardaki tüketim davranışları hakkında hem de kendileri hakkında bilgiler toplanabilmiştir.

Verilerin analizi neticesinde ortaya çıkan sonuç şu şekildedir: Çevrimiçi oyunlardaki tüketim alışkanlıkları ile gerçek yaşam içerisindeki tüketim alışkanlıkları arasında benzer yönde ilişkiler bulunmaktadır. Dolayısıyla tüketicilerin, oyunlar içerisinde ya da gerçek yaşam içerisinde benzer şekilde tüketici davranışlarında bulunabilmeleri mümkün görünmüştür. Tüketim ilişkileri açısından yaşamdaki birçok örneğin, oyunlar içerisinde de nasıl aynı şekilde var olduğu gözler önüne serilmiştir.

Çalışma, detaylı bir literatür taramasının ardından ortaya çıkarılmıştır. Dolayısıyla literatürde var olan eksiklikler olabildiğince giderilmeye çalışılmış, göz önünden kaçırılan noktalar da mümkün olduğunca düzeltilmek istenmiştir. Böylelikle son yıllarda git gide popülaritesi artan çevrimiçi oyunlar ile tüketici davranışları arasındaki ilişki, güncel bir şekilde ortaya konmuştur.

Anahtar Sözcükler: Çevrimiçi oyunlar, tüketici davranışları, tüketim alışkanlıkları, *Metin2*, *League of Legends*

ABSTRACT

The study focused on how there is a relationship between consumption habits in real life and consumption habits in online games. In this context, two online games, *Metin2* and *League of Legends*, are set as examples. In the study, which was completed with qualitative research, interviews were conducted with a total of twenty players. The data that emerged as a result of these interviews were analyzed with the descriptive analysis method along with the comments of the author. Eleven semi-structured interview questions were used to obtain the data. In addition, a separate form has been created to learn the demographic status of people. In this way, information was collected from the players both about consumption behavior in the games and about themselves.

The result of the analysis of the data is as follows: There are similar relationships between consumption habits in online games and consumption habits in real life. Therefore, it seems possible that consumers can engage in similar consumer behavior within games or in real life. In terms of consumption relations, it has been revealed how many examples there are in the same way as life within the games.

The study was revealed after a detailed literature scan. Therefore, the deficiencies in the literature were tried to be eliminated as much as possible and the problems were corrected as much as possible. Thus, the relationship between online games and consumer behavior, which has grown increasingly popular in recent years, has been revealed in an up-to-date manner.

Keywords: Online games, consumer behavior, consumption habits, *Metin2*, *League of Legends*

EKLER

Ek-1: Görüşme Soruları ve Görüşmeye Katılan Kişiler

Konu bağlamında gerçekleştirilecek derinlemesine görüşmeler için görüşülecek kişilerin bazı özellikleri taşıması göz önünde bulundurulmuş ve bazı sınırlamalar belirlenmiştir. Öncelikle, görüşülecek kişiler "Seçkisiz Olmayan Örnekleme" türlerinden "Amaçsal Örnekleme" içerisinde "Ölçüt Örnekleme" uygun kişiler arasından seçilmiştir. Oyuncuların 15-40 yaş aralığında olması istenmiştir. Görüşmeye katılacakların *Metin2* ve *League of Legends* adlı iki oyunu da en az iki yıldır oynamaları gerekli görülmüştür. Yine aynı kişilerin günlük olarak ortalama bir ila iki saat arasında düzenli bir şekilde bu oyunları oynamaları önemsenmiştir. Dolayısıyla araştırma, literatürde kesin bir ortak görüşe sahip olunmasa da genel olarak benimsenen adıyla "*Hardcore Gamer*" veya "Sıkı Oyuncu" olan oyuncuları değerlendirmiştir. Bu oyuncular, oyunları rastgele ve zaman buldukça oynamamaktadırlar, sürekli olarak bu oyunlarla iç içedirler. Öte yandan Sıkı Oyuncular, bu kadar ilgili olmalarına rağmen Profesyonel Oyuncular gibi buralardan gelir de sağlamamaktadırlar. Bu yüzden bu oyuncular, oyunlarla özel bir şekilde ilişki kurmaktadırlar.

"Yarı Yapılandırılmış Görüşme" soruları şöyle belirlenmiştir:

1- Oyuncular kendi yaşamlarını da göz önünde bulundurduğunda, *Metin2* ve *LoL*'ü hangi amaçlarla ve neden oynamaktadır?
2- Oyuncular kişisel karakterlerini de düşündüğünde, *Metin2* ve *LoL* karakterleri ne ifade etmektedir?
3- Oyunlardaki kulüpleri ve loncaları, takım oyunu ve ekip motivasyonu açısından nasıl değerlendirirsiniz?

4- *Metin2* ve *LoL*'ü gerçek yaşama dair, sosyalleşme, yeni kişilerle tanışma, hayata dair deneyim kazanma ve kendini geliştirme açısından nasıl değerlendirirsiniz?
5- *Metin2* ve *LoL* oyuncularının oyun içi temelli gerçekleştirdikleri ticari ilişkiler ve oyuna gerçek para yatırma hakkında düşünceleriniz nelerdir?
6- Özellikle dini ve özel günler için yapılan birçok etkinlikteki indirimli ürünleri nasıl değerlendirirsiniz?
7- *Metin2* ve *LoL*'de oyun karakterlerinin güçlenmesi ve diğerlerinden farklılaşabilmesi için neler yapmak gerekir?
8- Oyuncular kendi kimlik ve yapılarını da düşündüklerinde, oyun içinde kendilerini daha iyi ifade edebilmek adına neler yapmaktadır?
9- Oyun içi emek anlayışını maddi ve manevi açıdan nasıl değerlendirirsiniz?
10- *Metin2* ve *LoL* için düzenlenen e-spor müsabakaları ve birçok turnuva hakkında neler düşünmektesiniz?
11- *Metin2* ve *LoL*'de oyuncuların, gerçek yaşam deneyimleri sonucunda oyunlara dair beklenti, öneri ya da isteklerini herhangi bir karşılık ya da ücret beklemeden sunmalarını nasıl değerlendirirsiniz?

Ek-2: Demografik Bilgi Formu

1- Adınız ve Soyadınız:
2- Yaşınız:
3- Mesleğiniz:
4- Yaşadığınız Şehir:
5- Eğitim Durumunuz:
6- Araştırmadaki Kodunuz:
7- Örnek Oyunları Kaç Yıldır Oynuyorsunuz:
8- Örnek Oyunları Oynama Süreniz:

Ek-3: Aydınlatılmış Onam Formu

“Çevrimiçi Oyun Oynayan Kişiler ile Oyun Karakterleri Arasındaki Bağlar ve Tüketici Davranışları İlişkisi: Metin2 ve League of Legends Örnekleri”

"Sayın gönüllü,

Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı kapsamında yürüttüğüm ve adını yukarıda belirttiğim tez çalışmam için davet edilmiş bulunuyorsunuz. Çalışmama katılmayı kabul etmeden önce, araştırmamın neden yapıldığını anlamanız ve kararınızı bu bilgilendirme kapsamında özgürce vermeniz gerekmektedir. Aşağıda belirtilenleri lütfen dikkatlice okuyunuz ve aklınızda sorular varsa açıklanması için belirtiniz."

1. Tez çalışmamın amacı, *Metin2* ve *League of Legends* adlı iki online oyunu da oynayan oyuncuların verileri ile sanal ve gerçek tüketim arasındaki ilişkiyi gün yüzüne çıkarmaktır.

2. Çalışmaya katılabilmek için kişilerin *Metin2* ve *LoL* adlı iki oyunu da en az iki yıldır oynuyor olması gereklidir. Ayrıca günde ortalama bir ila iki saat arasında bu oyunlara zaman ayırılması gerekmektedir. Literatürdeki genel anlamıyla “*Hardcore Gamer*” yani “Sıkı Oyuncu” olunması lazımdır. Ayrıca oyuncuların 15-40 yaş aralığında olması istenmiştir.

3. Tez çalışması kapsamında on bir sorudan oluşan görüşme soruları, gerekli kişilere sorularak, cevaplar ses kayıt cihazı tarafından kaydedilecektir. Daha sonra kaydedilen veriler gizlilik çerçevesinde deşifre edilerek çalışmada gerekli yerlerde aktarılacaktır.

4. Çalışmaya yirmi kişi dâhil olacaktır.

5. Her bir gönüllünün görüşme için ortalama yirmi dakika harcayacağı öngörülmüştür.

6. Katılımcıların araştırma kapsamında maddi ya da manevi açıdan herhangi bir riskle karşılaşmayacakları öngörülmüştür.

7. Gönüllüler, araştırmaya katılmayı kabul etmedikleri ya da araştırmadan ayrıldıkları durumlarda herhangi olumsuz bir sonuçla karşılaşmayacaklardır.

"Bu çalışmaya katılmak tamamen sizin isteğinize bağlıdır. Çalışmaya katılmak istemeyebilir ya da çalışma başladıktan sonra ayrılmak isteyebilirsiniz. Bu araştırmanın sonuçları tamamen bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Araştırmadan ayrılmak istemeniz ya da araştırmacı tarafından çıkarılmanız durumunda, verileriniz kullanılmayacaktır. Ama veriler anonimleştikten sonra çalışmadan ayrılmanız mümkün olmayacaktır. Sizden sağlanan bilgiler tamamen gizli tutulacak, araştırma yayınlandığında da varsa kimlik bilgileriniz vs. gizli kalacaktır."

"Yukarıda belirtilen ve araştırmaya başlanılmadan önce katılımcılara verilmesi gereken bilgileri içeren metni okudum (ya da sözlü olarak dinledim). Eksik kalındığını düşündüğüm yerleri araştırmacıya sordum ve tatmin edici cevaplar aldım. Yazılı ve sözlü olarak belirtilen açıklamaları anladığım kanısındayım. Çalışmaya katılıp katılmayacağım konusunda karar verebilmem için gerekli süre verildi.

Bu şartlar altında, araştırma çerçevesinde elde edilen şahsıma ait bilgilerin bilimsel amaçlar için kullanılabileceğini, gizlilik ilkeleri içerisinde sunulmasını ve

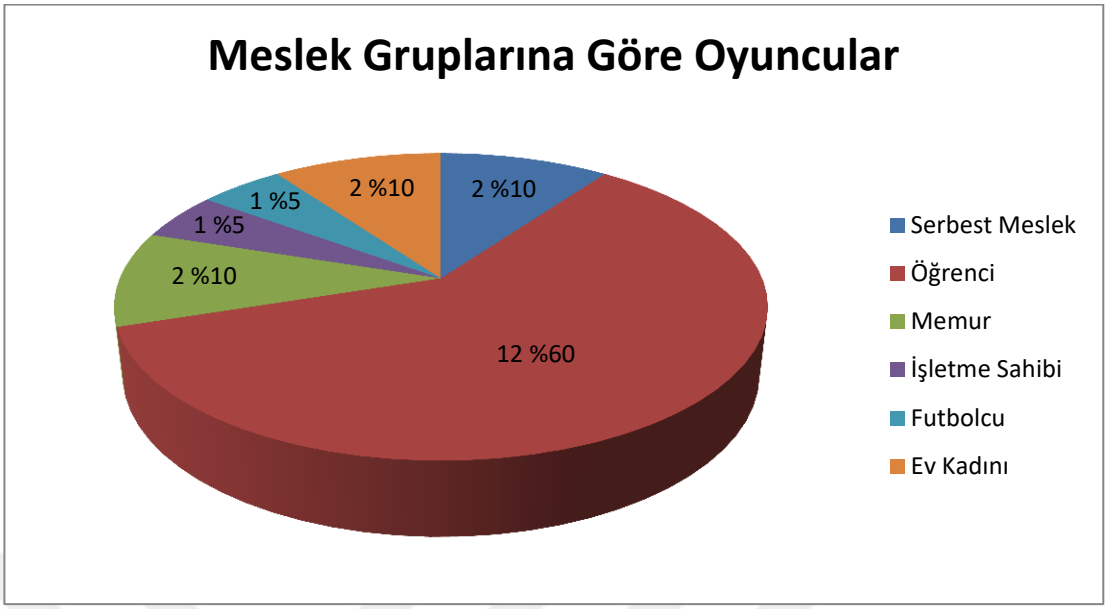
yayınlanmasını, hiçbir baskı ve zorlama içerisinde kalmadan, kendi özgür irademle kabul ettiğimi bildiririm."

Katılımcının Adı/Soyadı	Araştırmacının Adı/Soyadı
İmza/Tarih	İmza/Tarih

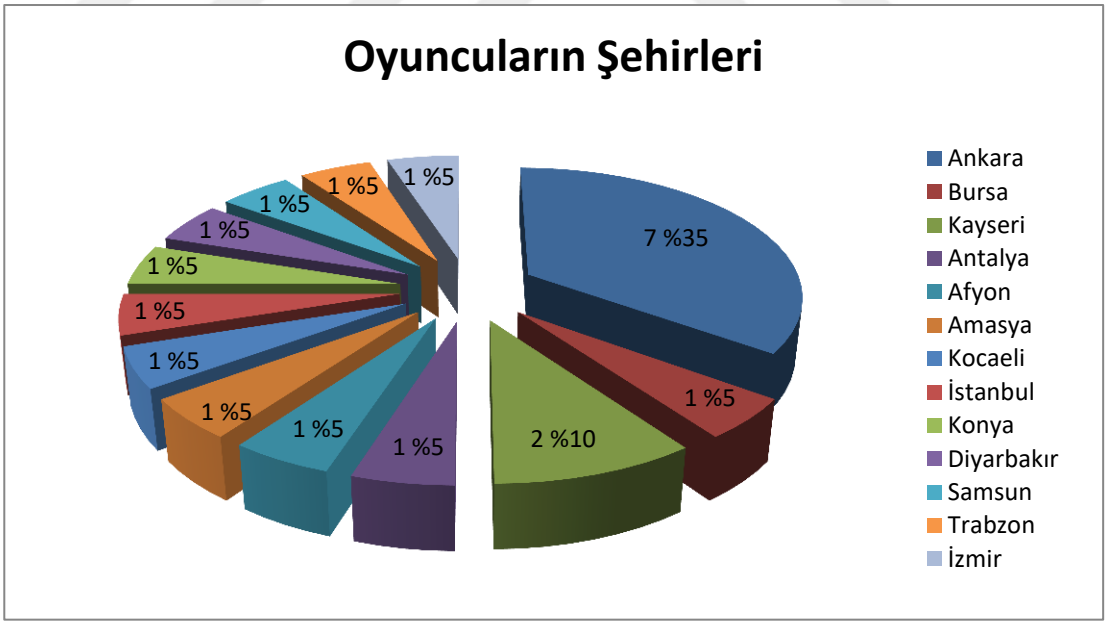
Ek-4: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Kod	Yaş	Katılımcı Şehri	Eğitim	Meslek
1	Aras	22	Ankara	Lise	Serbest Meslek
2	Ata	15	Bursa	Lise	Öğrenci
3	Tunç	40	Kayseri	Yüksek Lisans	Memur
4	Efe	22	Ankara	Lisans	Öğrenci
5	Umut	30	Antalya	Lise	İşletme Sahibi
6	Ali	18	Afyon	Lise	Öğrenci
7	Cenk	18	Amasya	Lise	Öğrenci
8	Mustafa	25	Kocaeli	Lisans	Öğrenci
9	Alp	20	İstanbul	Lise	Öğrenci
10	Nurettin	38	Konya	Lisans	Serbest Meslek
11	Kartal	17	Diyarbakır	Lise	Öğrenci
12	Vefa	19	Samsun	Lise	Öğrenci
13	Kansu	21	Ankara	Lise	Futbolcu
14	Yalçın	18	Trabzon	Lise	Öğrenci
15	Yudum	24	Ankara	Lisans	Öğrenci
16	Yağmur	39	Ankara	Lisans	Ev Kadını
17	Asya	22	Kayseri	Lisans	Öğrenci
18	Aylin	25	Ankara	Lisans	Memur
19	Sema	37	İzmir	Lise	Ev Kadını
20	Janset	24	Ankara	Lisans	Öğrenci

Ek-5: Oyuncuların Meslek Grupları



Ek-6: Oyuncuların Yaşadığı Şehirler



Ek-7: Oyuncuların Eğitim Durumları

