

KİTLESEL KATILIMLI ÇEVİRİMİÇİ ROL YAPMA (MMORPG) OYUNLARININ ERGENLERDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE BİR BAĞIMLILIK ARAŞTIRMASI¹

Arş. Gör. Dr. Uğur Gündüz²

ÖZET

İnternet üzerinden dünyanın çeşitli yerlerinden kişilerin karşılıklı oynadığı tarzdaki oyunlara kısaca MMORPG (massively multiplayer online role playing game) yani kitlesel katılımlı çevrimiçi rol yapma oyunu denmektedir. Yaygınlık ve çeşitlilik açısından farklı yaş gruplarına hitap eden oyunlar olsa da özellikle yetişme çağındaki 12-18 yaşları arasında ergen diye tabir edilen grubun bu tür oyunlardan nasıl etkilendiğini ortaya koymak gerekir. Yapılan araştırmalar medya içeriklerinin taşıdığı riskler nedeniyle toplum üzerinde çeşitli etkilere neden olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni medya ortamlarından internet, taşıdığı yeni, hızlı ve cazip anlatım ve tasarım zenginlikleri yanında çevrimiçi riskler diye tanımlayabileceğimiz birtakım olumsuz etkilere de sahiptir. Bu etkilerin ortaya konması ve kitlesel katılımlı çevrimiçi oyunların ergenler üzerinde bağımlılık etkisinin incelenmesi çalışmamızın temelini oluşturmaktadır..

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi oyunlar, oyun bağımlılığı, medya okuryazarlığı.

ABSTRACT

The games which are played by people from various parts of the world via the Internet, shortly named as MMORPG (massively multiplayer online role playing game) can be explained as massively participated online role playing games. Although they appeal to different groups of age in terms of its popularity and variety, especially the group between the ages of 12-18 so called adolescents are highly affected by these type of games and it is needed to reveal the ways they are affected. Studies have showed that media contents has many effects on society caused by having risky elements. The internet, one of the new media tools, have some negative effects which can be called as "online risks". As a result of its fast, new and attractive way of expression together with rich designs, these risks have been occurring. To reveal these effects and examine addiction impact of massively online role playing games on adolescents will constitute the basis of this study.

Keywords: Online games, game addiction, media literacy.

¹ The Effects of Massively Online Role Playing Games (MMORPG) on adolescents: An Addiction Research

² İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Giriş

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

Oyun bağımlılığının nedenlerini gözden geçirdiğimizde özellikle gerçek hayatta sorunlu insanların, asıl kimliklerinden feragat edip zamanlarının tamamını bilgisayar başında geçirmekte, sanal alemde sanal bir karakter olmayı gerçek hayata tercih etmesinden kaynaklandığı görülmektedir. Reel hayatın olumsuzluklarından kaçışların çevrimiçi oyunlara yönelmesiyle ilgili dünyanın çeşitli yerlerinde araştırmalar yapılmakta, psikolojik yardım ve tıbbi tedavi yöntemlerine kadar uzanan bir dizi önlem alma yoluna dahi gidilebilmektedir. Çalışmamız kapsamında olumsuz sonuçlarına rağmen bu tür oyunlardan vazgeçemeyenlerin özellikle ergenlik döneminde çeşitli sorunlarla karşılaştığı, okul ve ev yaşamı gibi hayatın çeşitli alanlarından kendisini soyutladığı ya da soyutlama eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır.

Bu tür oyunların neden bu kadar çok ilgi gördüğü sorusunun cevabını MMORPG'ların özünde getirdiği sanal evrenin yapısında aramak gerekir. Aralıksız 7 gün 24 saat oynanabilen bu oyunlarda herhangi bir oyuncu oyun dışındayken bile başkalarınca oynandığı için oyundaki gelişmeler devamlı sürmekte, bu yüzden kişi oyundan geri kalmama, sürekli gelişmeleri kontrol edebilme isteğine kendini kaptırmaktadır. Ayrıca oyunun amacı kullandığı karakteri güçlendirip en üst düzeye ulaştırmak olduğu için sürekli oynama isteğini kamçılayan oyunun özündeki bu yapı, oyunculara bağımlılık duygusunu tetiklemektedir.

ABD, Güney Kore, Japonya, Malezya, Çin gibi ülkelerde oldukça yaygın olan MMORPG tarzı oyunlar ülkemizde ne kadar yaygın durumda olduğunu ortaya koymak gerekir. ADSL'nin yaygınlaşması ve Türk Telekom'un özelleştirilmesiyle başlayan internetin yaygınlaşması süreci elbette ki MMORPG oyunlarının oynanabilirliğini arttıran bir faktördür. Evlerde bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşmasının yanında, özellikle büyük şehirlerde yaygın olarak bulunan internet kafelerin bu tür oyunlara

ulaşmayı ve oynamayı teşvik edici yönde bir etkisi olduğu da bilinen bir gerçektir.

Oyun Bağımlılığı ve Etkileri Üzerine

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, küreselleşme alanında önemli gelişmelere neden olduğu gibi iletişim dünyasını da oldukça yakından etkilemiştir. İletişim tarihindeki teknolojik yenilikler göz önünde bulundurulduğunda her yeniliğin toplumsal iletişim anlamında değişimlere neden olduğu ve beraberinde kendi kültürünü de oluşturduğu anlaşılmaktadır. Kitlese katılımlı çevrimiçi rol yapma oyunları ya da kısaca dijital oyunların da kendi kültürünü oluşturduğu ve toplumsal anlamda birtakım etkilere yol açtığı görülmektedir.

Gadamer'e göre oyun, ne de olsa oyundur, ciddi değildir. Ancak, her oyun kendi kurallarında da ciddi bir biçimde gözetilmesini gerektirir. Saklambaç, körebe, futbol, kağıt oyunları, zar oyunları, sahnede bir tiyatro oyunu, kendi kuralları içinde, oyuncuların bilincinden bağımsız bir devingenlik, bir amaç taşır. Oyuncular, öznel tepkileri ne olursa olsun, oyunun kurallarını gözetmek zorundadırlar. Oyunun kendisi, katılan ya da katılmayan özneler karşısında, bağımsız bir nesne durumundadır. Bizim oyuncu olarak katılmamızla, oyun belli bir biçimde gerçekleşmiş olur, ama gerçekleşen yalnız bizim öznel katkımız değil, oyunun kendisidir: oyun hem bizde, hem de bizim aracılığımızla böylece gerçekleşmiş olmaktadır. (H. G. Gadamer'den akt. Göktürk, 1988:59)

Toplumsal alanda yaşanan etkilerin sebep sonuç ilişkisi açısından değerlendirildiğinde kültürel etmenlerin yanında, ekonomik etmenlerin de etkili olduğu görülmektedir. Bireysel anlamda oyun bağımlılığı olgusunu incelemeyen önce bahsettiğimiz bu ekonomik ve sosyal argümanları incelemek gerekir.

Günümüzde dijital oyun endüstrisinin küresel film endüstrisinin gelirin yaklaşığı ve hatta geçtiği bilgisi önemli bir gerçekliğe işaret etmektedir. Gelecek beş yılda çevrimiçi oyun endüstrisinin pazar payının 13 milyar doları aşacağı öngörülmektedir. Bu gelirin yarısının oyunların üyelik aidatından, yarısının da oyun içi reklam ve malzeme satışından gerçekleşeceği öngörülmektedir. Üstelik dijital oyunların tüketimi, diğer kültür endüstrisi ürünleri gibi reklamlar ve çeşitli pazarlama teknikleriyle de desteklenmekte, dijital oyun metinlerinden beslenen ama başka kültür endüstrilerinin formlarında üretilen meta değeri taşıyan yeni üretimler giderek daha fazla sayıda ortaya çıkmaktadır. Dijital oyunlar bu anlamda gündelik yaşamın en önemli boş zaman etkinliği haline dönüşmüştür. Her

yaştan insan gündelik yaşamlarının önemlice bir bölümünü bu oyunlara ayırmaktadır. Oyunlara ayrılan bu sürenin farklı düzlemlerde taşıdığı anlamlar değişmektedir. Örneğin, ekonomik anlamda dijital oyunların geliştirilmesinde ayrılan bütçe ve endüstrinin büyüklüğü kadar kişisel, yani oyuncu düzeyinde oyuna ayrılan bütçe de(örneğin, pc oyun satın alınması, çevrimiçi oyun abonelik ücreti gibi) önemli bir alan kaplamaktadır. Dijital oyun oynama edimine ayrılan zaman ve bütçe, farklı oyuncu türevlerinin de ortaya çıkmasına yol açmaktadır: gündelik-sıradan oyuncu, sıkı oyuncu, pro-gamer ve oyun uzmanı gibi... (Binark, 2009: 125-126)

Bilgisayar oyunları tıpkı TV ve müzik gibi kültürel açıdan önemli bir fenomen haline geldiğinden bu konu üzerine çalışmak oyunların teknolojik, ekonomik, estetik, sosyal ve kültürel yapıları açısından önemlidir. Oyun olgusu kültürün nerede olduğunu anlamak isteyen herkesin bakmak zorunda olduğu bir araç olduğu gibi dijital oyun endüstrisi kültür üzerinde oldukça büyük bir etkiye sahiptir. İstatistiklere göre, eğlence sektörünün en hızlı gelişen kolu ve getirdiği kazanç bakımından film endüstrisiyle rekabet içinde olduğu görülmektedir. (Raessens,2006: 52-53)

Asya kaplanları olarak bilinen uzak doğu ülkelerinin dijital oyun endüstrisi ve bu oyunları oynayanlara yaygın rastlanan ülkeler olduğu rakamlarla ortaya konmuştur. Oyunların yaygın olması beraberinde önemli bir sorunu da gündeme getirmiştir: Oyun bağımlılığı...

Gelişmiş bir Uzakdoğu ülkesi olan Güney Kore dünyanın en yoğun bilgisayar ağları ile donanmış ve interneti en çok kullanan ülke olarak tanınmaktadır. Evlerin %90'ı ucuz ve yüksek hızda geniş bant internete bağlanmış bu ülkede çevrimiçi oyun profesyonel nitelikte bir spora dönüşmüş durumda olup gençlerin sosyal hayatı hemen her köşebaşında yarı aydınlatılmış internet salonlarında geçtiği bilinmektedir. Oyun bağımlılığının özellikle çevrimiçi oyunlara bağımlılığı sağlık sorunlarına yol açmaktadır. Devletin oyun bağımlılığını toplumsal bir sorun olarak ele alması ve çözümünü için yapılan araştırma ve tedavi çalışmalarını desteklemesi bu konunun ne kadar önemli bir toplumsal olgu olarak ele alınması gerektiğinin bir göstergesidir. (Kunt, 2008:44)

2005 yılında Kore'de hükümetin yaptırdığı bir araştırmaya göre, yaklaşık 546 bin kişinin yani 9 ile 39 yaşları arasındaki Korelilerin % 2,4'ü internet bağımlılıklarına karşı tedaviye ihtiyaç duymakta; kimi uzmanlara göre bu bağımlılık alkol, kumar ve uyuşturucudan daha ciddi bir sorun oluşturmaktadır. Seul'deki net bağımlılık tedavi merkezinin yöneticisi psikiyatrist Kim Hyun Soo "online oyun bağımlılığı ulusal bir sorun halini aldı" diyerek şunları ifade eder: "Sorun ölümcül boyutlara bile varabiliyor.

Kimi oyuncular deneyim puanı ya da büyüklük kılıçlar, güce güç katan kolyeler gibi dijital eşyaları kazanmayı öyle bir takıntılı haline getiriyor ki, okullarını asıyor, işlerinden ayrılıyor ve günler geceler boyunca hiç durmaksızın oynuyor. Sadece geçen yıl, yedi kişi online oyun oynarken kalp krizi veya aşırı yorgunluktan hayatını kaybetti. Bir kişi de, hile yaptığı gerekçesiyle bir oyuna girmesine izin verilmediği için intihar etti. Devlet destekli internet bağımlılığını önleme ve danışma merkezinde danışmanlık yapan Jang Woo Min'a göre sorunun ana kaynağı kişinin özdenetimini yitirmesi. Sorunun nedeni Kore'de ülkenin her yanına internet erişimi götürme kampanyasına kolaylıkla bağlanabilir. Sonuçta meskenlerin dörtte üçünden çoğu yüksek hızlı internet erişiminden faydalanıyor. Bu sayede online oyun üreticileri 2005'te 1,5 milyar dolarlık satış yaptı ki, bu rakam dünya online oyun pazarının neredeyse yarısına karşılık gelmektedir.“(Ihlwan ve Jacobs,2006:44) Ortaya konan örnekler ve rakamlar; uzakdoğu ve özellikle Güney Kore açısından oyun bağımlılığı olgusunun ne kadar ciddi bir toplumsal sorun haline geldiğini göstermektedir.

Dünya ülkelerinde yaygınlık açısından durum böyleyken, ülkemizde durum nasıldır? Bu sorunun cevabını Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden elde etmek mümkündür. Buna göre bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24 yaş grubudur. Bu oranlar tüm yaş gruplarında erkeklerde daha yüksektir. 2010 yılı Nisan ayı içerisinde gerçekleştirilen hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre hanelerin %41,6'sı İnternet erişim imkânına sahiptir. Bu oran 2009 yılının aynı ayında %30'dur. Yine aynı verilere göre Ocak-Mart 2010 itibarıyla internet kullanan bireylerin %72,8'i e-posta göndermek-almak, %64,2'i sohbet odalarına, haber gruplarına veya çevrimiçi tartışma forumlarına mesaj göndermek, anlık ileti göndermek, %58,8'i haber, gazete ya da dergi okumak, haber indirmek, %55,7'si mal ve hizmetler hakkında bilgi aramak, %51,2'si oyun, müzik, film, görüntü indirmek ya da oynatmak için interneti kullanmıştır.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6308>

İstatistiksel verilerden de anlaşılacağı üzere tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de internet kullanımında genel bir artış eğilimi söz konusudur. İnternet kullanım oranlarındaki artış, yeni bir iletişim ortamı olarak internetin farklı amaçlarda kullanımını da gündeme getirmiştir. Çevrimiçi oyunlar ya da diğer bir deyişle dijital oyunlar da bu kullanım alanlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24 yaş grubu olduğundan hareketle bu grup içinden çocuklukla yetişkinlik arasındaki ergenlik diye adlandırarak ara bir

dönem olarak ifade edebileceğimiz 12-18 yaş grubu anket çalışmamızı gerçekleştirdiğimiz grup olarak araştırmamızda yer almıştır. Oyunlar ve doğasının cazibesi yetişkinleri olduğu kadar bahsettiğimiz ergen yaş grubunu da önemli ölçüde etkilemektedir.

Oyunlar ve oyun oynamak insan doğasının en temel yapı taşlarından birini teşkil etmekte, her yaşta ve her ortamda oyun oynamanın bir yolu bulunmaktadır. Gelişen teknoloji paralelinde öncelikle dijitalleşen oyunlar, internet devrimi sayesinde artık çevrimiçi bir yapı kazanmıştır. Milyonlarca insan farklı başlıklar altında ve çeşitli dijital oyunlar vasıtası ile sanal dünyada bir araya gelerek, zar atmak, kart açmak, savaşmak, fantastik dünyalarda dolaşmak, devasa yaratıklara karşı işbirliği yapmak gibi hareketlerde bulunmaktadır. Oyun sektörüne ait rakamlara bakıldığında dünya oyun pazarının büyüklüğü 50 milyar doların üstünde bir hacme sahip ve bu değer sinema sektöründen daha büyük olduğu görülmektedir. Her yıl yüzde 9 büyüme kaydeden oyun sektöründeki en büyük katalizörlerden biri internet. 300 milyondan fazla internet kullanıcısının çevrimiçi oyunlar oynadığı bilinmektedir. (Usta,2010:54)

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin kültür endüstrisi açısından değerlendirildiğinde kapitalist sistemle uyumlu, günümüz tüketim ekonomisiyle paralel bir seyir izlediği bilinen bir olgudur. Reklamlar, eğlence endüstrisi, şirket stratejileri ve pazarlama faaliyetleri hepsi bir sinerji halinde hareket eder. Dijital oyunları ve eğlence endüstrisi içindeki rolünü de bu anlamda bir ekonomik faaliyetten ve kültür endüstrisi kavramından ayrı düşünmek mümkün değildir.

Bilindiği gibi kültür endüstrisi kavramı, kültürel eylemlerin endüstriyel ürünlere dönüşümünü sembolize eden bir kavramdır. Eşyalaşan yani bir anlamda metalaşarak soyuttan somuta indirgenen kültürel olguları sosyal bilimciler farklı görüşlerle açıklamaya çalışmışlardır.

Bahsettiğimiz sosyal bilimcilerden biri olan Fransız düşünür Pierre Bourdieu'nun ortaya koyduğu habitus kavramı da bu kültürel olgulardan bir tanesidir. Habitusu çevrimiçi oyuncular açısından tanımlamadan önce genel bir açıklamasını yapmak gerekirse; sosyal bilimciler; toplumsal aktörlerin gündelik yaşamlarındaki davranışlarını çözümlenmeye olanak sağlayan üretken projeler sistemi olarak açıklamaktadır. Toplumsal aktörün habitusu öz-düşünümseldir ve habitus her zaman pratiğe dönüşür. Ayrıca habitus kendini toplumsal aktörün davranışlarının, beğenilerinin, tercihlerinin şekillenmesiyle karşılar. Bu durum, verili kültürün hem içselleştirilmesi hem de birleştirilmesi anlamına gelmektedir. Bourdieu'nun ifadesiyle söylersek, oyuncular gündelik yaşamda aile çevresinde, arkadaşlık ağlarında, okul ve iş

yaşamında edindikleri özelliklerini ve kazanımlarını, özellikle devasa çevrimiçi oyunlarda kullanmakta bir başka deyişle çevrimdışı habituslarını çevrimiçinde yeniden konumlandırmaktadırlar. (Binark ve Sütcü, 2009:276-277)

Kanadalı iletişim bilimci Marshall McLuhan'ın "küresel köy" (Baldini,2000:89) olarak ortaya koyduğu kavramın günümüzde gerçeğe dönüştüğünü görmek şaşırtıcı olmamıştır. McLuhan, özellikle elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla birlikte, bütün dünyanın küçük bir köye dönüşeceğini ileri sürmüştü.

Çevrimiçi oyunlarda Travian olarak yer alan bir oyunda böyle bir köy kurmakla ilgilidir. İşte öyle bir köy düşünün ki, 6 kitadan insanın bir arada yaşadığı, ticaret yaptığı ve savaştığı sanal oyunda 56 ayrı ülkeden 38 farklı dil konuşan 3 milyon kişinin Travian oynadığı bilinmektedir. 2004'te Alman yazılımcı Gerhard Mueller tarafından hobi olarak tasarlanan oyun, takip eden zamanda word of mouth yani kulaktan kulağa yayılmıştır. (Topbaş,2008:23)

Özellikle 2000'li yılların başlarından itibaren tüm dünyada gücünü hissettiren muhafazakar ideolojiler ve bu ideolojilerin yönetsel uzanımları, toplumsal yaşamı denetlemeye dönük bir söyleme sahip olup ve bu söyleme uygun olarak geliştirilen pratiklere işlerlik kazandırmaya çalışmaktadırlar. Bu konuda Türkiye özelinde verilebilecek en belirgin özelliklerden birisi internet, internet kafeler ve bu kafeler üzerine ana akım medyada üretilen muhafazakar söylem ve kamu otoritesinin düzenlemeden çok, çoğunlukla denetim ve yasaklama biçiminde kendini gösteren icraatlarıdır. (Binark ve Sütcü,2008:20)

İnternetin yaygınlaşması ve kamusal alanda internet kafeler aracılığıyla geniş bir alana hitap etmesi beraberinde birtakım riskleri de getirmiştir. İnternet yapısı ve içeriği itibarıyla sahip olduğu avantajların yanında çevrimiçi riskleri de taşımaktadır. Aşağıdaki tabloda bu çevrimiçi olanaklar ve riskler yer almaktadır:

Çevrimiçi olanakların ve risklerin karşılaştırılması	
Çevrimiçi olanaklar	Çevrimiçi riskler
*Küresel enformasyona erişim	*Yasadışı içerik
*Eğitim kaynakları	*Pedofiller, yabancılar
*Eski ve yeni arkadaşlar için toplumsal ağlar	*Aşırı veya cinsel şiddet
*Eğlence, oyunlar	*Diğer zararlı veya saldırgan içerikler
*Kullanıcı tarafından yaratılmış içerik üretimi	*İrkçi/nefret materyali/aktiviteleri
*Yurttaş katılımı / politik katılım	*Reklam/ticari ikna
*Kimliğin ifadesinde mahremiyet	*Taraflı/yanlış enformasyon (tavsiye, sağlık)
*Topluluklarla bağlar/aktivizm	*Kişisel bilginin istismarı
*Teknoloji uzmanlığı ve okuryazarlığı	*Siberkabadayılık, taciz
*Kariyer gelişimi veya istihdam	*Kumar, finansal suçlar
*Kişisel/sağlık/cinselliğe dönük tavsiye	*Kendine zarar(intihar, anoreksiya, vd)
*Uzman grupları ve fan siteleri	*Mahremiyetin ihlali
*Uzaktakilerle deneyim paylaşımı	*Yasadışı aktiviteler(korsanlık, dosya yükleme)

Tablo-1: Çevrimiçi olanakların ve risklerin karşılaştırılması (Binark vd.,2009:220)

Çevrimiçi (online) oyunlar yapı itibariyle çeşitli kategorilerde ele alınmaktadır. Bu kategorilerden en önemlisi kitlesel(çok oyunculu) çevrimiçi rol yapma oyunları (MMORPG) olarak tabir edilen aynı anda binlerce kişinin zaman geçirdikleri sanal platformlardır. Amerika ve Avrupa’da MMORPG pazarının yüzde 80’lik bölümü kutu halinde satılan ve aylık sabit bir ücret ödenerek oynanan oyunlar tarafından ele geçirilmiş durumdadır. Bu oyunların içinde en önemlilerinden biri Blizzard tarafından piyasaya sürülen 11 milyondan fazla aboneye sahip olan World of Warcraft (WoW) adlı oyundur. (Usta,2010:54)

Bir MMORPG oyununa katılan, önce kendisine bir avatar yani bir sanal karakter seçmekte örneğin, terzi, hırsız, rahip, büyücü, savaşçı gibi. Daha sonra onu geliştirip kendisine verilen hedefe ulaştırmaya çalışarak bu süreçte deneyim kazanmalı, daha yetenekli, daha güçlü olarak düzeyini yükseltmeyi amaçlamalıdır. Deneyim kazanabilmenin başlıca yolu, sanal dünyada kendisine biçilen rolü en iyi şekilde oynamak, verilen görevleri yapabilmektedir. (Atasoy,2007:14) Dolayısıyla bu tür bir amaca yönelik olarak oyun başında mümkün olduğunca fazla zaman harcanması gerekmekte, bağımlılık yaratacak ortam, oyunun yapısında kendine has bir özellik olarak yer almaktadır.

Çevrimiçi Oyuncu Profili Etki ve Bağımlılık Araştırmasında Kullanılan Yöntem

Oldukça genç bir nüfusa sahip ülkemizde özellikle 12-18 yaş grubunda yer alan ergenlerin; bu tür oyunlara yaklaşımını, hangi şartlarda oynadıklarını, nasıl etkilendiklerini ve bağımlı olup olmadıklarını anlamaya

yönelik hazırladığımız bir anket çalışmasıyla oyun bağımlılığına yönelik etkiler ve sonuçların ortaya konması amaçlanmıştır. Hazırladığımız soru formu doğrultusunda İstanbul'daki internet kafelerde basit tesadüfi örnekleme yoluyla belirlenmiş ergen diye tabir edilen 12-18 yaş grubu MMORPG oyuncularıyla yüz yüze görüşerek anket yöntemi ile 203 kişi üzerinde yaptığımız çalışmamızda aldığımız sonuçlar ve bunların analizi ülkemizdeki özellikle 12-18 yaş grubu ergen nüfusun MMORPG oynama alışkanlıkları ve yarattığı etkileri ortaya koyma açısından önem taşımaktadır.

Bulgular

Gerçekleştirilen araştırma sonucunda aşağıdaki bulgular elde edilmiş, anket formunun 12-18 yaş grubu çevrimiçi oyun oynayan deneklerce doldurulması sonucunda elde edilen veriler SPSS 11.5 programıyla analiz edilerek aşağıdaki nitelikler ortaya konulmuştur:

- Demografik özellikler
- Oynanan oyunun sosyal yaşama ve okul yaşamına etkileri
- Oyun oynamak için ne kadar zaman harcadığı
- Oyunda başarı ya da başarısızlık durumunda hissedilen duygular
- Ne kadar zamandır oyun oynandığı
- Oyunla ilgili gelişmelerin hangi kanallardan takip edildiği incelenmiştir.

Tartışma

Çalışmamız ortaya koyduğu araştırma sonuçlarıyla aşağıdaki tartışma sorularına cevap bulmayı amaçlamaktadır:

- 1- 12-18 yaş grubunda yer alan ergenliğe yönelen çocukların online oyun oynama alışkanlıkları ve etkilenme biçimleri ne şekildedir?
- 2- Oyun bağımlılığı nedir, etkileri nelerdir, nasıl mücadele edilebilir?
- 3- Oyun bağımlılığı sürecinde anne-baba bilinci nasıl oluşturulmalıdır?

Çevrimiçi Oyuncu Profili Etki ve Bağımlılık Araştırması ve Sonuçları

Dijital oyun endüstrisinin gelişmiş batılı toplumlar ve ekonominin hızlı büyüdüğü uzakdoğu ülkelerinde önemli bir kültürel yapıt ve serbest zaman etkinliğine dönüşmesinin önemli sonuçlarından biri de oyun bağımlılığı olmuştur. İnternet kullanımında görülen hızlı artış sonucunda özellikle ergen diye tabir edilen 12-18 yaş grubunun internet ve internet üzerinden

oynanan çevrimiçi oyunların en önemli kullanıcısı olduğu istatistiksel bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’de çevrimiçi oyun oynayanların sayısı ise 10 milyon pazarın mevcut büyüklüğünün 50 milyon lira olduğu tahmin edilmektedir. Kesin bir parasal değer belirlemek ise çevrimiçi oyunların yapısı göz önüne alındığında mümkün değildir. Doğan online yöneticisi Babür Çelebi siteleri arasında yer alan oyuncu.com’a her ay 3,5 milyon tekil ziyaretçi geldiğini belirtmektedir. Oyuncuların her ziyaretlerinde ortalama 45 dakika oyun oynadığı, oyuncuların ortalama yüzde 27’sini kadınlar, yüzde 73’ünü ise erkeklerin oluşturduğu belirtilmiştir. (Usta,2010:54)

İnternet kullanımındaki dünya çapındaki bu artış ülkemizde de yaşanmakta, internet erişiminin evlerde yaygınlaşması, Türk Telekom’un özelleştirilmesi sonrasında ADSL aboneliğinin daha ucuz ve farklı firmalardan verilebilmesi, bilgisayar kullanımının ve sahipliğinin evlerde artması gibi nedenlerle çevrimiçi oyunları oynayanların sayısında da bir artış görülmüştür. Bu artış beraberinde bağımlılık sorununu da gündeme getirmiştir. 12-18 yaş grubu ergenlerin çevrimiçi oyunlardan nasıl etkilendiğine yönelik araştırmamızın sonuçlarını irdelemek ve analiz etmek bu alandaki sorunların çözümünde önemli bir kaynak oluşturacaktır.

Demografik Özellikler:

1. CİNSİYET

	N	%
Kız	24	11,8
Erkek	179	88,2
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal dağılımı %88,2 erkek, %11,8 kız olarak görülmektedir. Yapılan birçok araştırmada çevrimiçi oyunlara yönelik ilgide erkeklerin bu tür oyunlara daha fazla ilgi gösterdiği görülmektedir.

2. YAŞ

	N	%
16	58	28,6
15	49	24,1
17	39	19,3
18	29	14,3
14	14	6,9
13	5	2,5
12	4	2,0

	11	3	1,5
	10	2	1,0
	Toplam	203	100,0

Örneklemler olarak aldığımız 12-18 yaş grubunda ağırlığın 15 ve 16 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Bu yaş grubunu 17 ve 18 yaş grubu takip etmektedir.

3. EĞİTİM

	N	%
Lise öğrencisi	156	76,8
İlköğretim öğrencisi	25	12,3
Mezun	22	10,8
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğunun (%88,2) lise öğrencisi olduğu görülmektedir.

4. AİLE REİSİNİN MESLEĞİ

	N	%
Serbest meslek	71	35,0
Esnaf	39	19,2
Emekli	25	12,3
Öğretmen	12	5,9
Memur	12	5,9
İşçi	11	5,4
Mühendis	7	3,4
Doktor	5	2,5
Teknisyen	3	1,5
Avukat	3	1,5
Eczacı	2	1,0
Yönetici	2	1,0
Pilot	1	0,5
Satış temsilcisi	1	0,5
Vefat	1	0,5
Yanıtız	8	3,9
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin aile reislerinin yüzde 35'i serbest meslek sahibidir. Yüzde 19,2'si esnaf, yüzde 12,3'ü ise emeklidir.

5. ALDIĞINIZ HAFTALIK HARÇLIK MİKTARINIZ?

	N	%
20	31	15,3
30	25	12,3
50	25	12,3
40	18	8,9
10	14	6,9
15	14	6,9
60	9	4,4
25	8	3,9
5	7	3,4
100	7	3,4
35	6	3,0
150	4	2,0
45	3	1,5
2	1	0,5
7	1	0,5
17	1	0,5
21	1	0,5
55	1	0,5
65	1	0,5
70	1	0,5
75	1	0,5
90	1	0,5
120	1	0,5
170	1	0,5
200	1	0,5
250	1	0,5
Yanıtsız	19	9,4
Toplam	203	100,0

Haftalık 20 YTL harçlık alanların oranı yüzde 15,3, 30 YTL alanların yüzde 12,3, 50 YTL alanların oranı ise yüzde 12,3'tür. Gelir durumuna bakıldığında üst düzey gelir olarak değerlendirebileceğimiz bir veriye rastlanmamaktadır. Alt ve orta gelir düzeyinin ağırlıkta olduğu bir oyuncu profili olduğu göze çarpmaktadır.

6. AYLIK HANE GELİRİ

	N	%
1000	21	10,3
1500	12	5,9
800	9	4,4
2000	9	4,4
700	7	3,4
550	6	3,0
600	6	3,0
650	6	3,0
900	6	3,0
500	5	2,5
1200	5	2,5
850	4	2,0
2500	4	2,0
750	3	1,5
3000	3	1,5
10000	2	1,0
25	1	0,5
200	1	0,5
400	1	0,5
675	1	0,5
780	1	0,5
825	1	0,5
950	1	0,5
1300	1	0,5
1800	1	0,5
1850	1	0,5
4000	1	0,5
5000	1	0,5
6000	1	0,5
9000	1	0,5
12500	1	0,5
14000	1	0,5
Yanıtız	79	38,9
Toplam	203	100,0

Aylık hane gelirinde 1000 YTL cevabını verenlerin oranı yüzde 10,3, 1500 YTL yüzde 5,9, 2000 YTL yüzde 4,4 ve 800 YTL yüzde 4,4'tür.

TERCİHLER :**7. OYNAMAYI TERCİH ETTİĞİNİZ OYUNLAR**

	N	%
Knight Online	131	37,1
Counter Strike	40	11,3
Fifa	36	10,2
Warcraft III	20	5,7
GTA	16	4,5
NFS	12	3,4
NBA	11	3,1
Age of Empires	11	3,1
Half Life	10	2,8
Call of Duty	7	2,0
Sims 2	5	1,4
O Game	4	1,1
Okey	3	0,8
LOTR	3	0,8
Winning Eleven	3	0,8
Gun 2	3	0,8
CM	3	0,8
Spider Solitaire	2	0,6
Satranç	2	0,6
Ultima Online	2	0,6
Silkroad	2	0,6
Underground	2	0,6
Tomb Raider	2	0,6
Spider Man The Game	2	0,6
Hitman 2	2	0,6
Battle of The Middle	2	0,6
Redalers	1	0,3
Playboy	1	0,3
Gall Maklory	1	0,3
Avidich 2	1	0,3
Tavla	1	0,3
Omerta	1	0,3
Soccer 3	1	0,3
Tetris	1	0,3
Sebico	1	0,3
Manager 06	1	0,3
Vietnam	1	0,3
Metal Slug	1	0,3

	Duke Naken Forever	1	0,3
	Resident Evil	1	0,3
	Godfather	1	0,3
	Postal 2	1	0,3
	Harry Potter	1	0,3
	Toplam	353	100,0

Oyun tercihleri sorulduğunda katılımcıların yüzde 37,1'i Knight Online, yüzde 11,3'ü Counter Strike, yüzde 10,2'si Fifa, yüzde 5,7'si Warcraft oyunlarını oynadıklarını belirtmektedir.

8. HAFTADA KAÇ GÜN OYNUYORSUNUZ?

	N	%
7	65	32,0
3	36	17,7
2	32	15,8
5	31	15,3
4	23	11,3
1	14	6,9
6	2	1,0
Toplam	203	100,0

Katılımcıların yüzde 32'si haftada 7 gün oyun oynadığını belirtirken, yüzde 17,7'si haftada 3 gün, yüzde 15,8'i haftada 2 gün, yüzde 15,3'ü haftada 5 gün, yüzde 11,3'ü ise haftada 4 gün oyun oynadıklarını belirtmektedir.

9. HAFTADA KAÇ SAAT OYNUYORSUNUZ?

	N	%
2	46	22,7
3	31	15,3
1	29	14,3
4	22	10,8
5	21	10,3
6	14	6,9
7	9	4,4
10	9	4,4
8	8	3,9
12	2	1,0
16	2	1,0
20	2	1,0

	24	2	1,0
	11	1	0,5
	13	1	0,5
	14	1	0,5
	15	1	0,5
	17	1	0,5
	70	1	0,5
	Toplam	203	100,0

Katılımcıların yüzde 22,7'si haftada 2 saat oyun oynadığını belirtirken, yüzde 15,3'ü haftada 3 saat, yüzde 14,3'ü haftada 1 saat oyun oynadıklarını belirtmektedir.

10. OYNADIĞINIZ OYUNLARLA İLGİLİ FORUMLARA ÜYE MİSİNİZ?

	N	%
Evet	44	21,7
Hayır	159	78,3
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu oyunlarla ilgili forumlara üye değildir (%78,3).

11. ÜYE OLUNAN FORUMLAR

	N	%
Knightonline.gen.tr	14	48,3
Frmtr	6	20,7
Gold Premium	2	6,9
Simarine	1	3,4
Spko.org	1	3,4
Pcmagazin	1	3,4
Elon-patriot.com	1	3,4
Donanimhaber	1	3,4
Oynasana.com	1	3,4
Warcraft.com	1	3,4
Toplam	29	100,0

En çok üye olunan forum knightonline.gen.tr sitesinin forumudur (%48,3). En çok oynanan oyun da Knight Online adlı oyun olduğu (%37,1) 7. soruda belirtilmiştir.

12. ÜCRETLİ ÜYELİK ALARAK OYUN OYNUYOR MUSUNUZ?

	N	%
Evet	52	25,6
Hayır	151	74,4
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu ücretli üyelik hizmeti almamaktadır (%74,4).

13. OYUNDA DİĞER OYUNCULARLA HANGİ SEBEPLERLE DİYALOG KURARSINIZ?

	N	%
Genel amaçlı sohbet	59	24,9
Oyunda kullanılan malzeme alışverişi	58	24,5
Diyalog kurmam	37	15,6
Oyunla ilgili yardım almak	34	14,3
Belirli bir nedeni yok	32	13,5
Tartışma	17	7,2
Toplam	237	100,0

Katılımcılara hangi sebeplerle diğer oyuncularla diyalog kurdukları sorulduğunda yüzde 24,9'u genel amaçlı sohbet, yüzde 24,5'i oyunda kullanılan malzeme alışverişi cevabını vermektedir. Katılımcıların yüzde 15,6'sı ise diyalog kurmadığını belirtmektedir.

14. İNTERNET KAFEDE OYUN DIŞINDA İNTERNET KULLANIYOR MUSUNUZ?

	N	%
Evet	150	73,9
Hayır	53	26,1
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu internet kafede oyun dışında internet kullandığını belirtmektedir (%73,9).

15. HANGİ ARALIKLARLA OYUN OYNAMA İHTİYACI HİSSEDİYORSUNUZ?

	N	%
Bazen	83	40,9
Sık sık	56	27,5
Her zaman	34	16,7
Seyrek	28	13,8
Hiçbir zaman	2	1,0
Toplam	203	100,0

Katılımcılara hangi aralıklarla oyun oynama ihtiyacı hissettikleri sorulduğunda yüzde 40,9'u bazen yanıtı verirken, yüzde 27,5'i sık sık, yüzde 16,7'si her zaman, yüzde 13,8'i ise seyrek yanıtı vermiştir.

16. OYUN NEDENİYLE OKUL İŞ GÜNDELİK İHTİYAÇLAR GİBİ ŞEYLERİ İHMAL ETTİĞİNİZ OLUYOR MU?

	N	%
Hayır	126	62,1
Kısmen	47	23,2
Evet	30	14,8
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu oyun nedeniyle okul, iş, gündelik ihtiyaç gibi şeyleri ihmal etmemektedir (%62,1)

17. FAZLA OYUN OYNAMANIZ NEDENİYLE AİLENİZ, ÖĞRETMENLERİNİZ VE ARKADAŞ ÇEVRENİZDEN UYARI ALIYOR MUSUNUZ?

	N	%
Evet	56	27,6
Hayır	147	72,4
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu fazla oyun oynama nedeniyle yakın çevresinden uyarı almamaktadır (%72,4).

18. BOŞ ZAMANLARINIZDA OYUN OYNAMAK DIŞINDA DA AKTİVİTELERE ZAMAN AYIRIYOR MUSUNUZ?

	N	%
Evet	143	70,4
Hayır	60	29,6
Toplam	203	100,0

Araştırmaya katılanların oransal çoğunluğu oyun dışında da aktivitelerde bulunmaktadır. (% 70,4)

19. OYUN DIŞINDAKİ AKTİVİTELER

	N	%
Futbol	44	23,4
Basketbol	24	12,8
Kitap	15	8,0
Müzik	14	7,4
MSN	14	7,4
Gezmek	13	6,9
Sinema	11	5,9
Ders çalışmak	10	5,3
Gazete	7	3,7
İnternet	7	3,7
TV	5	2,7
Yüzme	3	1,6
Atletizm	2	1,1
Sudoku	2	1,1
Dans	2	1,1
Voleybol	2	1,1
Tiyatro	2	1,1
Satranç	2	1,1
Play station	2	1,1
Spor	1	0,5
Bowling	1	0,5
Puzzle	1	0,5
Bisiklet	1	0,5
Buz pateni	1	0,5
Masa tenisi	1	0,5
Resim çizmek	1	0,5
Toplam	188	100,0

Oyun dışındaki aktiviteler futbol (%23,4), basketbol (%12,8), kitap (%8,0), müzik (%7,4) ve MSN'dir (%7,4). Spor aktivitelerinin ağırlık olduğu görülmekte kitap, müzik, msn, gezmek gibi eğlenceye dönük aktivitelerin oyuna alternatif olarak verilen cevaplar arasında yer aldığı anlaşılmaktadır.

20. OYUN OYNAMADIĞINIZ ZAMAN KENDİNİZİ NASIL HİSSEDİYORSUNUZ?

	N	%
normal	62	30,5
iyi	51	25,1
kötü	22	10,8
sıkıntılı	12	5,9
mutlu	10	4,9
çok iyi	5	2,5
fena değil	5	2,5
çok kötü	4	2,0
eksik	3	1,5
mükemmel	2	1,0
rahat	2	1,0
berbat	1	0,5
boş	1	0,5
düşünceli	1	0,5
güzel	1	0,5
harika	1	0,5
her yerim ağrıyor	1	0,5
heyecanlı	1	0,5
hırslı	1	0,5
süper	1	0,5
yorgun	1	0,5
Yanıtsız	15	7,4
Toplam	203	100,0

Oyun oynamadıkları zaman katılımcıların yüzde 30,5'i kendisini normal, yüzde 25,1'i iyi, yüzde 10,8'i ise kötü hissetmektedir. Kötü, sıkıntılı, fena değil, çok kötü, eksik gibi olumsuz ifadelerle cevap verenlerin oranının %23 gibi bir düzeyde olduğu görülmektedir.

21. OYUNDAN SONRA FİZİKSEL AĞRI ÇEKİYOR MUSUNUZ?

	N	%
Ağrı çekmiyorum	103	42,6
Göz ağrısı	59	24,4
El ve bileklerde ağrı	32	13,2
Baş ağrısı	25	10,3
Sırt ağrısı	22	9,1
Diğer	1	,4
Toplam	242	100,0

Katılımcıların yüzde 42,6'sı oyundan sonra fiziksel ağrı çekmezken, yüzde 24,4'ü göz ağrısı, yüzde 13,2'si el ve bileklerde ağrı, yüzde 10,3'ü baş ağrısı, yüzde 9,1'i ise sırt ağrısı çekmektedir. İnsan bedeninin bilgisayar başında en çok kullanılan kısımları olan göz, el, bilek, baş ve sırt bölgelerinde oluşan ağrılar oyun oynarken geçen sürelerin uzun olduğunun göstergesidir.

Sonuç ve Öneriler

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması toplumun çeşitli olumsuz etkilere de açık olduğu gerçeğini gündeme getirmiştir. Medya okur yazarlığı kavramıyla medyanın olumsuz etkilerine karşı bireylerin zararlı medya içeriklerine karşı bilinçlenme ve karşı çıkabilme yeteneğine sahip olabilmesi amaçlanmaktadır. Medya okur yazarlığı programı bu amaçla son yıllarda sistemli bir eğitim programı olarak gündeme gelmiştir. İnternetin yaygınlaşması ve içerik açısından çeşitliliği iletişim medyası olarak internetin de internet okur yazarlığı olarak ele alınması gerekliliğini kaçınılmaz kılmaktadır.

İnternet okuryazarı olan bireyin internette risk yaratabilecek içeriklere erişim konusunda bir çeşit farkındalıkla donanmış olması ve bu içeriklere erişimde kontrollü olması beklenir. Bu nedenle, yeni medya ortamları olan internet, internet kafeler ve dijital oyunlar teknotoplumsal uzamlar olarak toplumsal iletişimin ve demokratik değişimin araçları olarak kullanılabilir. Bunu gerçekleştirebilmek için yeni medya okuryazarlığı, gerçek yaşamın belirlenimleri ve sanal uzam arasında bağlantı kurmalı ve bu alanlar hakkında toplumsal, politik, kültürel, ekonomik ve tarihi bağlamlarda kavrayış sağlamalıdır. Böylelikle bu makro ve mikro politik kavrayış ve sanal uzamı kullanabilmek için geliştirilen eleştirel çözümleme yeteneğinin ardından, birey çevrimiçi dünyada gerçekleştirdiği eylemlerin sorumluluğunu alabilecek duruma gelir. Bu bağlamda yeni medya okur

yazarlığının hedefi internet kafelerde oyun oynama edimi sırasında gençlerin, sanal dünyaya ve oradaki temsil pratiklerine dair farkındalık geliştirebilmesi, üretimin meta değerini görebilmesi, anlatılardaki verili ve egemen ideoloji ile değerleri (örneğin cinsiyetçilik, ırkçılık, etnik milliyetçilik vb.) fark etmesi, göstergeler ve temsil pratikleri arasındaki bağı kurması ve belli bir medya estetiğinin üretildiğini kavrayan bir bakış açısı elde etmesidir. (Binark vd.,2009:219-220)

Oyun bağımlılığına yönelik bir farkındalıkla donanmış olmak, yetişkinler açısından bir gereklilik olduğu kadar, araştırmamıza konu olan 12-18 yaş grubu ergenler açısından da önemlidir. İlköğretim okulları ve liselerde medya okur yazarlığı dersinin kapsamında, internet okur yazarlığına dönük formasyonun yer alması da ayrı bir zorunluluktur. İnternet bilgi, haber ve eğitim açısından sahip olduğu avantajların yanında şiddet, pornografi gibi zararlı içerikler ve çevrimiçi oyunların bağımlılık yaratan doğası bakımından çeşitli riskler taşımaktadır. Bu risklerin en aza indirgenmesinde okullarda öğretmenlere, aile hayatında ise ebeveynlere önemli görevler düşmektedir.

Oyun bağımlılığıyla ilgili görüşlerine başvurduğumuz Dr. Gültürk Köroğlu'na göre oyun bağımlılığı madde bağımlılığı gibidir. Oynamadığınız zaman ihtiyaç hissediyorsanız bu durum bir bağımlılık belirtisidir. Hasta profiline bakıldığında ise değişkenlik görülmekte, düşük gelir grubuna dahil olanlar internet kafelerden, yüksek gelir grubu evden oynamaktadır. Oyun bağımlıları tedavi olmak üzere ailelerinin vasıtasıyla gelmektedir, gösterdikleri belirtiler arasında internet kafeye sık sık gitme, okuldan kaçma gibi davranışlar yer almaktadır. Dr. Köroğlu sınıf tekrarı yapanların diğerlerinden daha fazla internet kullananlar olduğunu konsantrasyon güçlüğü, okulda başarının düşmesi gibi etmenler olduğunu ifade etmiştir. Buna göre özleşim nesnesi olarak oyuncular oynadıkları karakterle bütünleşmekte ve karakter seçimlerinde etkili olmaktadır. Bağımlılıktan kurtulmak için nelerin yapıldığını sordüğümüzde tedavi aşamasının zor bir süreç olduğunu, bağımlıların durumlarının farkında olmadığı ve özellikle çocukların bu durumdan haz almasının söz konusu olduğunu anlatmıştır. Köroğlu; sınavların ve okulunu ihmal edilen çocuğu gerçekliğe çekmeye çalışmanın önemli olduğunu ifade ederek, psikoterapi metoduyla hastanın gerçekliğe yaklaştırılmasının önemli olduğunu, telkin yoluyla düzelemeyecek ileri aşamadaki hastalara detoksifikasyon yoluyla tamamen arındırma, kesme tedavisi uygulanmakta ayrıca aileye de danışmanlık hizmeti verildiğini belirtmiştir. (Köroğlu,2009)

Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi'nden Prof. Dr. Ferhunde Öktem, bilgisayar oyunu ve internet bağımlılığının giderek büyüyen bir tehlike olduğuna dikkati çekerek, "İnternet ve bilgisayar bağımlılığı, tıbbi bağımlılık arasına alındığını ve hastaneye çok ağır, hastane koşullarında tedavi edilmesi gereken çocukların gelmeye başladığını" ifade etmektedir. Öktem'e göre olumsuz etkilerden bazılarını saymak gerekirse; ekran karşısında çok fazla vakit geçiren çocukların gerçek dünyayı öğrenememesi, sanal dünyanın, çocukların yalancı kişilikler geliştirmesinde de etkili olmasının yanında fiziksel sorunlara da neden olduğu, vücut gelişimlerinin aksadığı aşırı kilo alma ya da kilo kaybı gibi sorunlara neden olduğunu belirtmektedir.

<http://www.sabah.com.tr/haber,6B22FEA5B8954754A5B25276DCC10D9B.html>,6.08.2007)

Çalışmamızda bahsedilen internetin taşıdığı çevrimiçi riskler ve oyun bağımlılığının ergenler ve yetişkinler üzerinde yarattığı olumsuzluklara karşı bir farkındalık yaratılması çok önemli ve gerekli bir olaydır. Bu konuda ailelere ve eğitimcilere önemli görevler düşmektedir. Medya okuryazarlığının yine medya yoluyla yurttaşları bilinçlendirmek amacıyla kullanılması, zararlı ve riskli içeriklere karşı önlemler geliştirilmesi gereklidir. Devlet, yasa koyucu ve düzenleyici bir kurum olarak bu önlemleri çeşitli alanlardan uzman eğitimci ve akademisyenlerin desteğiyle hayata geçirmelidir. Modern, sağlıklı ve eğitilmiş bireylerin yetiştiği toplumsal hayatın refahı ancak bu şekilde gerçekleştirilebilir.

Kaynakça

Atasoy, Sevil (2007) "Dikkat izleniyorsunuz", **Hürriyet Pazar**, 24 Haziran. "Babamın bir canı varmış"(2007).

<http://www.sabah.com.tr/haber,6B22FEA5B8954754A5B25276DCC10D9B.html>
06.08.2007

Baldini, Massimo (2000) **İletişim Tarihi**, çev. Gül Batuş, İstanbul:Avciol Basım Yayın Bınark, Mutlu & Sütcü, Günseli Bayraktutan (2008) **Kültür endüstrisi ürünü olarak dijital oyun**, İstanbul: Kalkedon yayınları.

Bınark, Mutlu & Sütcü, Günseli Bayraktutan (2009) "Devasa Çevrimiçi Oyunlarda Türklüğün Oynanması: Silkroad Online'da Sanal Cemaat İnşası ve Türk Klan Kimliği", **Dijital Oyun Rehberi oyun tasarımı türler ve oyuncu**, der. Mutlu Bınark-Günseli Bayraktutan Sütcü-İşık Barış Fidaner, İstanbul:Kalkedon Yayınları. 275-311

Bınark, Mutlu (2009) "Türkiye'de Yeni Bir Yaratıcı Endüstri: Oyun Stüdyoları ve Dijital Oyunlarda Değer Zincirinin Üretilmesi", **Dijital Oyun Rehberi oyun tasarımı türler ve oyuncu**, der. Mutlu Bınark-Günseli Bayraktutan Sütcü-İşık Barış Fidaner, İstanbul:Kalkedon Yayınları:125-165

- Binark, Mutlu - Sütçü, Günseli Bayraktutan - Buçakçı, Fatma (2009) "İnternet Kafelerde Gençlerin Oyun Oynama Pratikleri: Ankara Mikro Ölçeğinde Etnografik Alan Çalışmasının Bulgularının Değerlendirilmesi ve Yeni Medya Okuryazarlığı Önerisi", **Dijital Oyun Rehberi oyun tasarımı türler ve oyuncu**, der. Mutlu Binark-Günseli Bayraktutan Sütçü-Işık Barış Fidaner, İstanbul:Kalkedon Yayınları. 187-224
- Göktürk, Akşit (1988) Okuma Uğraşı Yazın Metninin Kavranışında Okur Metin Yazar, İstanbul:İnkılap Kitabevi.
- Ihlwan, Moon & Jacobs, Steve (2006) "Online oyun Korelilerin takıntısı", **Business Week Türkiye**, 3 Eylül.
- Koroğlu, Gültürk (2009) "Dr. Gültürk Koroğlu'yla yapılan görüşme notları, Balıklı Rum Hastanesi Anatolia Klinikleri, 9 Ekim.
- Kunt, Amil (2008) "İnternet bağımlılığı tedavi kampı", **BT haber**, sayı:656, 4 Şubat.
- Raessens, Joost (2006) "Playful lentities or the Ludification of Culture", *Games and Culture*, vol. 1, no.1, London: Sage Publications. 52-57
- Topbaş, Sema (2008) "Küresel köyün sanal lordları", **Turkishtime**, Sayı: 78, Ekim.
- Tüik, (2010) T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni 2010 yılı hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçları, sayı: 148, 18 Ağustos (<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6308>)
- Usta, Ahmet (2010). "Herkes oyun oynar", **Bloomberg Businessweek Türkiye**, 11 Nisan.