

SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA NESNESİ OLARAK DİJİTAL OYUNLAR

Enes Demirel¹

Öz

Dijital oyunlar özellikle son 20 yıl içerisinde hızla büyüyen ve gelişen bir endüstri ve uğraş haline gelmiştir. Dünya üzerindeki pek çok insan basit ya da karmaşık olan çeşitli oyunları deneyimlemekte, dijital oyun satın almakta, dijital oyunlardan etkilenmekte ve sektörün gelişimine katkı sağlamaktadır. Sürekli büyüyen ve gelişen dijital oyun sektörünün toplumsal hayat üzerindeki etkilerinin de belirginleşmesi kaçınılmazdır. Sosyolojide dijital oyunların toplumsal yönüne dair çeşitli çalışmalar yapılmasına karşın, ülkemizde bu alana olan ilgi hala tatmin edici seviyede değildir. Çalışma, Türkiye'deki bu ilgisizliği kırmaya yönelik bir çabanın ürünüdür. Bu çalışmayla birlikte alana ilgili olan ve alanın potansiyellerini keşfetmek isteyen araştırmacılara katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Dijital oyunların çoğu durumda tek taraflı ve küçümseyici bir tavırla incelenmesi, onun sosyolojik yönlerinin yeteri kadar anlaşılmasıyla sonuçlanmaktadır. Bu çalışmada dijital oyunlar, sosyoloji için önemli bir araştırma nesnesi olarak konumlandırılmakta ve dijital oyunların toplum ve sosyal ilişkiler konusunda bizlere neler söyleyebileceği tartışılmaktadır. Ayrıca bu çalışmada; dijital oyunlar üzerine yapılan çalışmaların teorik ve metodolojik temeli ortaya konacak, hangi konuların çalışıldığı ya da göz ardı edildiği sorgulanacaktır. Çalışma, İngilizce kaynakların ağırlıklı olduğu literatüre dayalı nitel bir çalışmadır. Çalışmada sosyolojik teori ve metodolojinin dijital oyunları anlamamız konusunda önemli katkılarının olduğunu; fakat sosyolojik açıdan katkı sağlayabilecek pek çok inceleme alanının göz ardı edildiği gözlemlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Dijital Oyunlar, Video Oyunları, Dijital Oyun Sosyolojisi.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyoloji Anabilim Dalı, enesdemirel13@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2446-4523

DIGITAL GAMES AS A SOCIOLOGICAL RESEARCH OBJECT

Abstract

Digital games have become a rapidly growing and developing industry and domain, especially in the last 20 years. Many people worldwide are experiencing various games, simple or complex, buying and being influenced by them and contributing to the development of the industry. Inevitably, the effects of the ever-growing and developing digital gaming sector on public life will also become apparent. Although various studies have been conducted on the social aspects of digital games in sociology, interest in this area is still insufficient in Turkey. This study is the product of an attempt to overcome that indifference in Turkey. Efforts were undertaken to make a contribution for researchers who are interested in this field and want to explore its potential. In most cases, examining digital games with a one-sided and condescending attitude results in an incomplete understanding of their sociological aspects. However, digital games are positioned as an important research object for sociology in this study, and what digital games can reveal about society and social relations is thoroughly discussed. The theoretical and methodological basis of studies on digital games are presented and subjects that have been studied or ignored are analyzed. This is a qualitative study based on the relevant literature, in which English resources are predominant. The study results suggest that sociological theory and methodology have contributed significantly to the understanding of digital games, but at the same time, many areas of study that could contribute sociologically have been ignored.

Keywords: Digital Games, Video Games, Sociology of Video Games.

GİRİŞ

Dün akşam uzun süredir satın almayı düşündüğüm dijital oyunu, aylık bütçemde çeşitli düzenlemeler yaparak en sonunda satın alabildim. İndirme işlemi tamamlandıktan sonra vakit kaybetmeden oyunu açtım. Öjenizm² destekçisi bir NPC³ (Non-Player Character) ile diyaloga girdim. Bana bir tanıtım broşürü verdi ve toplantılarına davet etti. Ardından para kazanmak için çeşitli işler yapmaya başladım. Bu işleri yaparken başka oyuncularla⁴ karşılaştım. Bazıları benimle ortak bir hedef doğrultusunda iş birliği yaparken, bazılarıysa ben ve işbirlikçi arkadaşlarımla yaptığım işi baltalamaya çalıştı. Onları zorlu bir çatışma sonrasında yenebildik. Oyundaki karakterimin karnını doyurmak için avlandım ve kamp yaptım. Kullandığım silahlar eskimişti, onları silah yağıyla temizledim ve atıma yiyecek verdim. Tüm işlerim bittikten sonra kamp eşyalarımı toplayıp kasabaya doğru yola koyuldum. Yolda bir dilenciye yardım ettim. Oyunu oynadığım 3 saat boyunca aklımda olan tek şey yeni bir silah alabilmek için gerekli parayı biriktirebilmek ve hayatta kalmaktı. Daha sonra oyunu kapattım ve gündelik yaşamıma yeniden döndüm.

Yukarıdaki hikâye *Red Dead Redemption 2* (2018) ve onun çevrimiçi sürümündeki anılarımın bir araya getirilişinden oluşuyor. Bu hikâye bizlere sosyolojik açıdan bir şeyler söyleyebilir mi? Bence evet. Bir oyun oynadığımızda oyunla ve bazı durumlarda diğer oyuncularla etkileşime geçeriz, bazen de oyunun içindeymişiz (*immersion*⁵) gibi hissederek farklı dünyalara dalarız. Hatta bazı durumlarda gündelik yaşamdaki rollerimizi ve beklentilerimizi bir süreliğine askıya alarak sanal bir dünyada ikinci bir yaşam deneyimleriz. Bazen oyunları bir rekabet aracı olarak görür ve oyun oynama edimini kurumsal müsabakalara kadar taşırız. Bunu yaptığımızda oyun oynama ediminin önemli bir özelliği olan eğlenceyi de askıya alma ihtimalimiz vardır. Oyunlarda profesyonelleşme, oyunun temelinde yatan kültür yapıcı işlevi ortadan kaldırmakta, eğlence amacını ciddi ve maddi çıkar beklentisi olan bir eyleme dönüştürmektedir (Gülsoy, 2021). Bazen kendimiz oyun oynamaz, bunun yerine oyun oynayan diğerlerini izleriz. Ya da gündelik yaşamda yapması oldukça saçma ve tehlikeli olacak eylemleri bu yazılımlar üzerinden deneyimlemeye çalışırız. Üstelik bunları yaparken dijital oyunların ideolojik söylemlerine maruz kalmış olabilir ve devasa bir endüstrinin oluşumuna katkı sağlamış olabiliriz. Kısacası dijital oyunlar aynı zamanda pek çok şeydir. Bazen gerçeklikten kaçış, bazen yalnızca eğlenmek, bazen kurumsal bir rekabet aracı, bazen de ideolojik işleve sahip bir araç olabilir.

İlk defa 1950'li yıllarda geliştirilen dijital oyunlar yapay zeka, uyarlanabilir öğrenme ve askeri strateji üzerine yapılan araştırmalar sonucunda, yeni teknolojilerin nasıl çalıştığını göstermeye yönelik geliştirilen prototiplerdi. Dijital oyunların ilk örneklerini oynayabilmek için devasa boyutlu bilgisayarlar gerekiyordu. Üstelik bu oyunlar son derece basit tasarımlara sahipti (Bjornlund, 2015, s. 11; Rechsteiner, 2020). Dijital oyunlar günümüzde cep telefonlarından bile oynanabiliyor. Dijital oyun teknolojisinin giderek gelişmesiyle birlikte artık gerçek bir görüntüyle dijital oyun sahnesinin arasındaki farklı anlayabilmek giderek zorlaşmıştır⁶. 1950'li yıllarda yalnızca birkaç kişinin erişim şansına sahip olduğu dijital oyunların 2021 yılında 2.9 milyar kişi tarafından oynanmış olduğu tahmin edilmektedir. Covid-19 salgının tüm olumsuz etkilerine rağmen 2021 yılında ekonomik hacmi 175.8 milyar dolar olan dijital oyun sektörünün, 2024 yılında 218.7 milyar dolar kazanç üretmesi beklenmektedir (Newzoo, 2021). Dolayısıyla karşımızda her geçen gün büyüyen ve gelişen bir dijital oyun endüstrisi durmaktadır.

² Öjenik (Eugenics), insan ırkının bilimsel uygulamalar aracılığıyla kusurlu görülen özelliklerinden arındırılması gerektiğini savunan bir düşünce akımıdır.

³ "Son kullanıcının doğrudan kontrolünde olmayan, genellikle oyunun yapay zekasının kontrol ettiği oyun karakteri" (Kendirli, 2019, s. 86).

⁴ Bu çalışmada oyuncu kavramı dijital oyun oynayan bireylere atıfta bulunmaktadır.

⁵ "Sanki gerçekten oradaymışçasına oyuna kendini kaptırmak. Sıkı oyuncular ve pek çok rol yapma oyunu oyuncusu, imersiyonun çok önemli olduğunu düşünür. Soyut oyun oyuncularının böyle bir beklentisi olmayabilir" (Kendirli, 2019, s. 64).

⁶ Fiziksel dünyadaki ses ve görüntülerin dijital ortamda gerçeğe yakın bir şekilde oluşturulmasını içeren artırılmış gerçeklik dijital oyunları gerçekliğe yaklaştıran teknolojik etkenlerin başında gelmektedir.

Her geçen gün gündelik yaşamımızın daha da derinlerine yerleşen bu sosyal aktivite, sosyal açıdan da incelenmesi önemli olan birçok özelliğe sahiptir. Crawford'a (2012) göre sosyoloji, dijital oyunları anlamamız konusunda çok büyük bir potansiyele sahip olsa da henüz bu potansiyeli gerçekleştirmekten oldukça uzaktadır. Bu çalışma Crawford'un belirttiği dijital oyunların sosyolojik bir araştırma nesnesi olarak potansiyel katkıları üzerinedir. Çalışmada cevabı aranan temel sorular şu şekildedir:

1. Dijital oyunları sosyolojik bir araştırma nesnesi olarak değerlendirmek neden önemlidir? Dijital oyunlar toplum hakkında bize ne anlatabilir ve sosyolojiye ne gibi katkılarda bulunabilir?
2. Dijital oyunlarla ilgili çalışmaların odaklandıkları şeyler nelerdir? Alanın üzerinde durulan ve göz ardı edilen konuları nelerdir?
3. Dijital oyun sosyolojisinde yararlanılabilecek teorik ve metodolojik araçlar nelerdir?

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde dijital oyunlar ve sosyoloji arasındaki bağlantı üzerine yoğunlaşmakta, alanda çok sık çalışılan ve yeteri kadar çalışılmayan konulardan bahsedilmiştir. İkinci bölümde sosyoloji teorilerinin dijital oyunları anlamamız konusunda nasıl katkıda bulunabileceği örneklerle açıklanmıştır. Son bölümdeyse dijital oyun sosyolojisi metodolojik açıdan değerlendirilmiştir.

1. DİJİTAL OYUN ÇALIŞMALARI

Dijital oyun kavramı, en basit anlamıyla elektronik cihazlar (bilgisayar, oyun konsolu, telefon vb.) aracılığıyla oynanan oyunlara atıfta bulunur. Elektronik cihazlar aracılığıyla oynanan oyunlar farklı şekilde isimlendirilmiştir. "Bilgisayar Oyunu", "Video Oyunu" veya "Dijital Oyun" gibi adlandırmalar arasında akademik çalışmalarda en çok kullanılanı video oyunu terimi olmuştur. Video oyunu teriminin daha kabul gören bir terim olmasının ardında iki sebep yatmaktadır. İlki, video oyunları kavramının tarihsel bir geçmişe sahip olmasıyla ilgilidir. Video oyunlarının popüler olduğu ilk dönemlerden itibaren bu terimle adlandırıldığı söylenebilir. Dolayısıyla farklı bir isimlendirmenin, video oyunlarının tarihsel bağlamından koparılmasına neden olacağı düşünülmektedir. İkinci olarak, video oyunları kavramı alanın önde gelen araştırmacıları tarafından benimsenmiştir. Sage Journals'ta "video games" araması yapıldığında 7205, "digital games" araması yapıldığıdaysa 878 çalışmayla karşılaşılmaktadır (Halaçoğlu, 2020, s. 2). O halde neden bu çalışmada video oyunları yerine dijital oyunlar terimi kullanıldı? Dijital oyun teriminin kullanılmasındaki en önemli neden, Türkçede video oyunları teriminin yanlış anlaşılmalara neden olma potansiyelinin bir hayli yüksek olmasıdır. Özellikle bu alanla yakından ilgili olmayanlar, video oyunları terimindeki "video" vurgusunu, etkileşimli bir oyundan çok görüntülerden oluşan bir video kesiti olarak yorumlayabilmektedir. Yani gündelik dildeki video teriminin anlamından dolayı, terimin akademik kullanımında kafa karışıklığı oluşabilmektedir. Ayrıca video oyunları teriminin, Türkçede elektronik cihazlar vasıtasıyla oynanan oyunları nitelemek için en çok kullanılan terim olduğu net değildir. Türkçede, özellikle gündelik dilde bu oyunları nitelemek için genellikle "bilgisayar oyunları" teriminden yararlanılmaktadır. Fakat dijital oyunlar bilgisayar dışında pek çok elektronik cihaz yardımıyla oynanabildiği için bilgisayar oyunları terimi akademik çalışmalarda fazla tercih edilen bir terim değildir.

Dijital oyunlar her şeyden önce bir oyundur; fakat aynı zamanda bir medya aracı, anlatı, yazılım, spor, rekreasyon etkinliği ya da eğitimsel bir araçtır. Bu yüzden dijital oyunlara yönelik çalışmaların oldukça geniş bir disiplin yelpazesini içermesi gayet normaldir (Corliss, 2011, s. 4). Dijital oyunlar; iletişim bilimi, sosyoloji, oyun çalışmaları (ludology), anlatı bilimi (narratology) ve antropoloji gibi sosyal bilim dallarında çalışılmaktadır. Henüz yeni gelişen bir çalışma alanı olması bakımından çalışmaların büyük bir çoğunluğu dijital oyunların ne olduğuna yönelik bir sorgulamayı içermektedir.

1980'li yıllardan itibaren dijital oyunlar gelişmeye ve gündelik yaşamda giderek daha fazla görünürlük kazanmaya başladıkça alana yönelik akademik ilgi de artmaya başladı. Dijital oyunlara olan akademik ilgi 2000'li yıllara kadar anlatıbilimin bakış açısıyla şekillendi. Anlatıbiliminin (narratology)

temel inceleme nesnesi olan anlatı, zamansal ve nedensel yollarla birbiriyle anlamlı bir şekilde ilişkili olan bir takım olayın semiyotik temsilidir. Bu tanıma göre filmler, oyunlar, romanlar, incelemeler, günlükler gibi işaretlerden oluşan herhangi bir semiyotik yapının bir anlatı metni olduğu söylenebilir (Landa & Onega, 1996, s. 3-4). 2000’li yıllardan itibaren anlatıbilimin dijital oyun çalışmalarındaki hâkimiyetine karşılık alternatif bir görüş oluşmaya başladı. Frasca (2004a), Juul (2008) ve Espen Aarseth (2001) gibi yazarlara göre anlatı özellikleri dijital oyunların önemli bir özelliği olsa da en önemli özelliği değildir. Dijital oyunlardaki anlatı özelliğini ikinci plana atan bu fikir, teorik temelini dijital oyunların ortaya çıkmasından öncesine dayandıran ludolojinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ludoloji; genel olarak oyunları, özel olarak dijital oyunları inceleyen bir disiplin olarak tanımlanabilir (Frasca, 2004a, s. 222). Ludologlar; Johan Huizinga ve Roger Caillois gibi oyun, toplum ve kültür arasında bağ kuran oyun teorisyenlerinden yararlanmaktadır (Boulton & Cremin, 2011, s. 345-346). Frasca dijital oyunların anlatı yönlerinin keşfedilmesinin önemini kabul etmekte, fakat dijital oyunların anlatısal bir yapı tarafından bir arada tutulmadığını ifade etmektedir. Frasca, anlatıbilimin temsil üzerine yapmış olduğu vurgu nedeniyle oyunlardaki simülasyon özelliğinin göz ardı edildiğini ileri sürmektedir (Frasca, 2004a). Aarseth ise dijital oyun çalışanların antropoloji, sosyoloji ya da anlatıbilim gibi belirli disiplinlerden geldiğini ve bu disiplinlere özgü ideolojik yüklerin, dijital oyunlara olan bakış açısını etkilediğini iddia etmiştir. Dijital oyunları farklı disiplinlerin çatısı altında incelemenin onun kendine özgü özelliklerini görmemizi engelleyeceğini savunan Aarseth (2001), bizzat dijital oyunlara odaklanmış bir disiplinin, yani ludolojinin gerekliliğini savunur.

Anlatıbilimciler maruz kaldıkları eleştirilere karşı cevap vermekte gecikmemiştir. Ryan (2001), edebi anlatıbilimin dijital oyunları anlamada ve açıklamada tam anlamıyla yeterli olmayışının, dijital oyunlarda anlatıyı tamamen bir kenara bırakmamız gerektiği anlamına gelmediğini belirtmektedir ve dijital oyunlarda anlatıbilimin yeni fenomenolojik bir kategori geliştirmesi gerektiğini savunmaktadır. Simons (2007) ise anlatıbilimin film ve diğer edebiyat araştırmalarında önemli bir yeri olmasından dolayı, oyun araştırmacılarının çoğunun oyunların bir anlatı aracı olmadığını kanıtlanma sorumluluğunu üzerlerinde hissettiklerini düşünmektedir. Simons’a göre ludologlar, dijital oyunların anlatı olmadığını göstermeye çalışırken çoğu zaman bunu anlatı bilimden türeyen argümanlarla yapmaya çalışmaktadır.

Anlatıbilimciler ve ayrı bir oyun çalışmaları disiplininin olması gerektiğini savunanlar arasında yaşanan bu tartışma, Frasca’nın (2003) *Ludologists loves stories, too* (Ludologlar da hikayeleri sever) adlı makaleyi yayınlamasından bu yana yatışmış gibi görünüyor. Frasca ludoloji ve anlatıbilim arasındaki tartışmanın aslında yanlış anlaşılmalardan kaynaklandığını, ludoloji tarafında bazı radikal iddialar olmasına karşın çoğu ludoloji destekçisinin, dijital oyunların (temel özelliği olmamak şartıyla) anlatı özelliklerini taşıyabileceğini kabul ettiğini belirtir. Dolayısıyla Frasca’ya göre böyle bir tartışma aslında tam olarak yaşanmamıştır.

Dijital oyunlar pek çok farklı özelliği içinde barındırdığı için yeri geldiğinde özel bir incelemeyi gerektirebilir; fakat oyunları tek bir disiplinin araştırma nesnesi haline getirmek, onu anlamamız için yeterli değildir. Ekonomi bilimi ekonomiyi kendine has bir metodolojiyle incelenmektedir; fakat ekonomi yalnızca bu disiplin altında yetişmiş araştırmacılar tarafından incelenen bir alan değildir. Ekonominin farklı disiplinlerle kesişen yönleri diğer sosyal bilimlerin inceleme alanını oluşturur. Eğer ekonomiyi inceleme yetkisi yalnızca iktisatçıların elinde olsaydı, o zaman iktisat sosyolojisi ya da ekonomi-politik gibi alanlardan söz edemezdik. Eğer her araştırma nesnesi bir bilim dalına ait olacaksa, o zaman çeşitli inceleme nesnelerinin farklı disiplinler altında incelenmesine dayanan yerleşik bilim anlayışımızı kökünden değiştirmemiz gerekiyor, ki bu hiç mantıklı gözüküyor.

O halde dijital oyunlar, ayrı bir disiplin altında incelenebileceği gibi farklı disiplinlerin de inceleme nesnesi olabilir: Bir anlatıbilimci dijital oyunlarda yer alan anlatıyı çözümleyebilir, bir sosyolog ya da antropolog dijital oyunların toplumsal ve kültürel yönlerini, bir iletişim bilimci dijital oyunun medya aracı olarak üstlendiği işlevleri inceleyebilir. Bu çalışmaların hiçbirinin bilimsel açıdan yetersiz olduğu söylenemez. Yalnızca olayları kendi disiplinlerinin ilgi alanlarına göre değerlendirdikleri için

gerçekliğin tek bir parçasını oluştururlar. Gerçekliğin tek yönlü açıklanmasının önüne geçmek, disiplinler arası bir çalışmayla mümkün olabilir. Oyunlar üzerine yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu farklı disiplinlerden sağlanan yaklaşım ve bulgulara dayanmaktadır. Akademik toplulukların oyun çalışmalarına kendi teorik, metodolojik ve kavramsal bakış açılarını sunmalarıyla bu durum değişse bile, uzun bir süre daha bu alandaki çalışmalar farklı disiplinlerin katkılarıyla şekillenecekmiş gibi gözükmektedir. Dolayısıyla dijital oyun çalışmalarında disiplinler arası bir yaklaşım, farklı disiplinlerin iş birliğinden kaynaklanan pek çok faydaya sahiptir (Mäyrä, 2009).

Dijital oyunlarla ilgili akademik çalışmalarda dikkat çekici bir diğer husus da dijital oyunlar ve şiddet arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına yönelik pek çok çalışmanın yapılmış olmasıdır. Dijital oyunlarda şiddet içeriğinin bulunduğuna yönelik bir uzlaşma olsa da dijital oyunların oyuncularında şiddete neden olup olmadığı konusunda kesin bir uzlaşma yoktur (Colwell & Kato, 2003, s. 151). Bazı çalışmalar şiddet içerikli dijital oyunların saldırgan davranışları kısa dönemli olarak arttırdığını göstermektedir (örn. Anderson, Gentile, & Buckley, 2007). Diğer yandan en yakın zamanlı ve kapsamlı çalışmalarda – bkz. Coyne & Stockdale (2021) - dijital oyunların çocukları şiddete yöneltme konusunda düşünüldüğü kadar ciddi bir etkisinin olmadığı gözlemlenmiştir. Dijital oyunların şiddetle ilişkilendirilmesinde sosyolojik olarak ilgi çekici olan nokta, dijital oyunların şiddetle ilişkili olup olmamasından ziyade dijital oyunların diğer medya araçlarına göre neden daha fazla şiddetle ilişkilendiriliyor olduğudur. Boulton ve Cremin, oyunlara karşı olan bu tavrı Stanley Cohen'in ahlaki panik (moral panic) kavramıyla yorumlamışlardır. Ahlaki panik kötü davranışların toplum içerisinde yayılacağı korkusudur. Dijital oyunların, sosyal medyayla beraber ahlaki paniğin son hedeflerinden birisi olduğu söylenebilir. Aynı endişenin 1950'lerde televizyon izleyicilerinin bağımlı olacağına ve sinemanın erken dönem eleştirilerinde toplumu sapkınlaştıracığına yönelik korkuda da görmek mümkündür (Boulton & Cremin, 2011, s. 350-351). Diğer bir deyişle toplumların erişme imkanı sağladığı yeni pratikler ilk zamanlarda çeşitli endişeleri beraberinde getirmiştir. Şiddet gibi konular psikoloji ya da eğitim bilimlerinde olduğu gibi sosyolojide de çalışılabilir; fakat dijital oyunlara karşı var olan önyargıların çalışmaların güvenilirliğini zedelediği unutulmamalıdır. Coavoux'un (2010) belirttiği gibi araştırmacılar; dijital oyunları insanları vahşileştiren şeytani bir araç ya da insanlığı yeni bir düzeye çıkaracak mucizevi bir teknoloji olarak görmek yerine olabildiği kadar iyi bir şekilde sorularını sormalı ve cevaplarını aramalıdır.

1.1. Dijital Oyunlar ve Sosyoloji

Dijital oyunlar için sosyolojinin ayırt edici bir yeri vardır. Daniel Muriel ve Garry Crawford'ın *Video Games as Culture* (2018) adlı kitabı ya da Adrienne Shaw'ın *Gaming at the Edge* (2014) eseri gibi dijital oyunlar hakkında önemli bakış açıları kazanmamızı sağlayan çalışmalar olmasına karşın, sosyolojinin dijital oyun çalışmalarına sağlayacağı potansiyel katkı bundan çok daha fazladır. Dahası, sosyoloji dijital oyun kültürünün kalıpları ve incelikleri hakkında önemli katkılar sağlayabilecek olmasına karşın araştırmacılar teorik araçlarını başka yerlerde aramaya eğilimlidir. Oyun analizlerinde sosyolojik teorilerden yararlanılsa bile sosyoloji disiplininin katkıları genellikle göz ardı edilir ya da karıştırılır. Örneğin Salen ve Zimmerman (2004), Gary Alan Fine ve Erving Goffman'ın çalışmalarından alıntı yaparken bu sosyoloji profesörlerinden psikolog olarak bahsetmiştir (Crawford, 2012).

Sosyologlar dijital oyunlara iki farklı şekilde yaklaşabilir. İlk olarak dijital oyunlar, sosyal fenomenlerin gözlemlenebileceği oldukça cazip bir araştırma sahasıdır. Sosyologlar dijital oyunları; belirli sosyal ve kültürel bağlamlarda dijital oyunların önemi; dijital oyunlar aracılığıyla sosyal gruplar oluşturabilmenin yolları ve dijital oyunların kimlik, somutlaşma, ırk, toplumsal cinsiyet, cinsellik ve uzamsallık yapılarını nasıl yansıttığı ya da etkilediği gibi sosyolojik konuların keşfedebileceği bir alan olarak görürler (Dixon, 2008, s. 383). Çevrimiçi oyunlarda ırkçılığın gözlemlenmesi, hikâye tabanlı oyunlarda cinsiyetçi içeriğin analizi gibi konu başlıklarını bu bakış açısı içerisinde değerlendirmek mümkündür (örneğin; Mikula, 2003 ve Grimes, 2003). İkinci bakış açısıysa dijital oyunları bizzat sosyal bir fenomen olarak incelemektir. Bu bakış açısı dijital oyunları, toplumsal kurumlara uyum sağlamış ve

onların parçası haline gelmiş bir fenomen olarak kabul eder ve dijital oyunların sosyal sitemdeki konumunu çözümler. Bu bakış açısına sahip çalışmaların sayısı birinci bakış açısına sahip çalışmalara göre son derece azdır (örn. Witheford & de Peuter, 2009).

Birçok sosyolog çevrimiçi ve çok oyunculu oyunlardaki insan etkileşimleriyle ilgilenir. Çevrimiçi dijital oyunlar; çevrimiçi sosyal grupların yapılarını, kültürel normlarını, dinamiklerini ve benlik sunumlarını gözlemlene imkânı sunduğundan sosyologlar için ilgi çekici mekanlardır. Sosyologlar dijital oyunların, gündelik yaşamda insanların yer aldığı toplumların bir uzantısı olarak görürler (Lukacs, 2014). Gerçekten de çevrimiçi oyunlar, gündelik yaşamda deneyimleyebileceğimiz pek çok sosyal olayı içinde barındırır. Örneğin 13 Eylül 2005 tarihinde, dünyanın en çok oynanan çevrimiçi rol yapma oyunlarından birisi olan World of Warcraft ya da kısa ismiyle “WoW” (2004) adlı oyunda sanal bir salgın yaşanmıştır. Oyuna yeni eklenen bir canavar, oyuncuların sanal karakterlerine “Bozuk Kan” (Corrupted Blood) adlı bir çeşit büyü ya da hastalık yoluyla hasar veriyordu. Bozuk kan hastalığı, çevredeki oyuncuların karakterlerine, evcil hayvanlarına ya da minion isimli yardımcı karakterlerine bulaşabilme özelliğine sahipti. Oyunun yapımcıları bu özelliği kısıtlı bir çevre ve süre için tasarlamış olsalar da fark edilmeyen bir hata sebebiyle hastalık bütün sunuculara yayıldı. Bozuk kan taşıyan bir evcil hayvan şehir merkezine ışınlanınca şehirdeki diğer oyuncular da enfekte olmaya başladı ve oyundaki karakterler ölürken bütün sunucuyu büyük bir panik kapladı. Bazı insanlar birbirlerini şehirlere gitmeme konusunda uyarırken, bazı insanlar da salgını yaymak için elinden geleni yapıyordu. (Lofgren & Fefferman, 2007; Bakırcı, 2020). Bozuk kan salgını gibi sanal uzamda gerçekleşen olayların incelenmesi sosyal bilimciler için çeşitli avantajlar sağlayabilir. Bunlardan en önemlisi, gerçek hayatta tehlikeli veya istenmeyen sonuçların doğabileceği olayların sanal uzamda güvenli bir şekilde gözlemlenebilmesidir. Epidemiyoloji alanında birçok araştırmaya konu olan bozuk kan salgını sosyolojik olarak da incelenebilecek bir olaydır. Sanal uzamda gerçekleşen bir olay, gerçek yaşamda tamamen aynı şekilde gerçekleşmeyebilir. Yine de sanal olaylar, gündelik yaşamda çalışılması oldukça zor olan olaylar (salgın, cinayet vb.) üzerine deneysel olarak çalışma imkanı sunduğundan önemli bir fırsat olarak görülmelidir.

Devasa çok oyunculu oyunlar dijital oyunların yalnızca küçük bir parçasını oluştururlar. Çok oyunculu çevrimiçi oyunlar kadar diğer oyun türleri de sosyologlar için önemli bir araştırma alanıdır. Corliss (2011)'in de belirttiği gibi oyun çalışmalarında, oyunların büründüğü pek çok farklı türle ilgilenen ve oyunları çok geniş bir sosyokültürel fenomen olarak taşıyabilen çalışmalara yönelik artan bir ilgi vardır. Corliss, özellikle dijital oyunların oyun ve oyuncu arasında etkileşime izin vermesinin ayırt edici bir özellik olduğunu belirtir. Dijital oyunlarda oyuncu, film ya da roman gibi eserlerdekinin aksine olay örgüsünü şekillendirebilme ve vermiş olduğu kararların sonuçlarıyla yüzleşme imkanına sahiptir. Etkileşime ek olarak, dijital oyunlar tıpkı bir sinema ya da edebiyat eseri gibi içeriği bakımından incelenmeye müsaittir. Hikâye, bölüm tasarımları, modellemeler ve diyaloglar gibi oyun içerikleri sosyologların analizleri için oldukça değerlidir. Öte yandan dijital oyun sosyolojisinin kapsamı, oyunun içeriği ve oyuncuyla sınırlı değildir. Dijital oyunlar bir tüketim nesnesidir. Çok sayıda insanın istihdam edildiği ve milyarlarca dolar kazanç elde edilen bir endüstridir. Özellikle oyunun iktisadi tarafını eleştirel bir bakış açısıyla değerlendiren ve dijital oyunları tüketim nesnesi olarak ele alan çok sayıda çalışma vardır (Örn. Binark & Bayraktutan-Sütcü, 2008b; Buluş & Buluş, 2020; Gül, 2019).

2. SOSYOLOJİNİN DİJİTAL OYUN ÇALIŞMALARINA TEORİK KATKILARI

Dixon'a (2008) göre sosyolojik kuramlar dijital oyunlar konusunda önemli bakış açıları sağlamıştır. Feminist bir yaklaşım kadın oyun karakterinin oyun alanı içinde ve kadın oyuncunun deneyimiyle nasıl tasvir edildiğini gösterebilir (örn. Yee, 2008). Eleştirel bir yaklaşım dijital oyunu bir tüketim nesnesi olarak inceleyebilir, yabancılaşma ve fikri mülkiyet hakları gibi konularda yardımcı olabilir (örn. Witheford & de Peuter, 2009). Postmodern bir yaklaşım; simülasyon, hiper-gerçeklik ya da oyun içindeki mekânın sosyal inşası gibi konuları keşfedebilir (örn. Filiciak, 2004). Fenomenolojik yaklaşım, oyuncunun tarafından oyun deneyiminin nasıl anlaşıldığını çözümlene konusunda yararlı olabilir (örn. Čulig, Katavić, Kuček, & Matković, 2014). Sembolik etkileşimci yaklaşım, oyuncular arası

iletişimlere ve benlikle inşa edilen kimliklere odaklanabilir (örn. Pringle, 2015). Bu ve bunun gibi pek çok sosyolojik kuram dijital oyunlarla ilgilenen araştırmacılar tarafından çalışılmıştır. Çalışmanın bu kısmında dijital oyun çalışmanın tam olarak neye benzediğini gösterebilmek adına farklı kuramsal bakış açılarından bazı örneklere yer verilecektir.

2.1. Dijital Oyun Endüstrisi ve Eleştirel Kuram

Dijital oyun endüstrisinin ekonomik çapının genişliği ile ilgili bilgiler dijital oyunların küresel kapitalizmin önemli bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Dijital oyunlar sektörünün yıllık toplam kazancı 175 milyar doları aşmış bulunmaktadır (Newzoo, 2021). Diğer birçok alanda olduğu gibi dijital oyun sektöründe de ekonomik payın büyük bir kısmı Tencent, Sony ve Microsoft gibi bazı büyük şirketlere aittir. Dolayısıyla dijital oyun sektöründe de tekelleşme tartışmaları önemli bir yere sahiptir. Öyle ki piyasa değeri en yüksek altıncı dijital oyun üreticisi ve dağıtıcısı olan Activision&Blizzard, birinci sırada yer alan Microsoft tarafından yaklaşık 70 milyar dolara satın alınmıştır. Stardew Valley (2016) gibi büyük bir bütçeye sahip olmayan ve görece küçük bir geliştirici ekiple hazırlanan dijital oyunlar milyonlarca adet satma başarısına imza atmıştır (Taylor, 2018). Fakat bağımsız oyun yapımcılarının bu başarısı, bir noktada yine sektörün devlerine yaramaktadır. Dünyanın en büyük oyun mağazalarından birisi olan Steam, platformunda yapılan tüm satışlardan %30 gibi bir komisyon alarak her geçen gün büyümektedir. Ayrıca başarılarıyla dikkat çeken bağımsız oyun geliştirme şirketleri, daha büyük şirketlerden vazgeçemeyecekleri seviyelerde teklifler almakta ve bir kısmı devasa şirketlerin içerisinde erimektedir⁷.

Dijital oyun pazarında gözlemlenen dinamikler, kapitalizm ve dijital oyun endüstrisi üzerine çalışma yapmaya uygun bir ortam hazırlamaktadır. Nick Dyer Witheford ve Greig de Peuter tarafından ortaya atılan oyun imparatorluğu fikri buna iyi bir örnektir. Witheford ve Peuter, Michael Hardt ve Antonio Negri tarafından geliştirilen ve küresel kapitalizmin bir yorumunu içeren imparatorluk tezinden yararlanarak dijital oyunların bu imparatorluğun önemli bir parçası olduğunu iddia etmektedir. Söz konusu teoriye göre günümüz dünyası, neoliberal devletlerin yardımıyla şirketlerin sayısız ücretli ve ücretsiz emeği sömürdüğü bir küresel kapitalizmi deneyimlemektedir. Öyle ki 18. yüzyılda romanların, 20. yüzyılda televizyon ve radyonun üstlenmiş olduğu örnek medya işlevini 21. yüzyılda dijital oyunlar üstlenmektedir. Hemen her yerde bulunan dijital oyun cihazları, emeğin sömürülmesine hizmet eden bir çeşit kuluçka makinesi işlevini görmekte ve tüm nesillerin dijital teknolojiler konusunda yetkin olmasını sağlayarak yeni bir tür entelektüel işçi ordusunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ayrıca dijital oyunlar neoliberal bir birey olmayı eğlenceli hale getirirken, farklı rollere erişebilme şansı tanınmasıyla insanların farklı işler için esnek bir kişilik kazanmasını sağlamaktadır (Witheford & de Peuter, 2009, s. xix-xxix).

Dijital oyunlar aynı zamanda insanları asıl sorunlarından uzak tutan, sanatsal özelliğini kaybetmiş bir endüstri ürünü olarak düşünülebilir. Adorno ve Horkheimer'a göre film, radyo ve dergi gibi kitle iletişim araçları, birbirleriyle söz birliği içinde düzenli bir sistem meydana getirir. Medya kendini bir iş kolu gibi gösterir ve bunu ürettikleri "saçmalıkları" meşrulaştıran bir ideoloji olarak kullanır. Bütün dünya kültür endüstrisinin kontrolündedir. Sinema filmleri, dünyaya bakış açımızı belirler ve dışarıdaki dünyayı filmlerin devamıymış gibi algılamamıza yol açar (Adorno & Horkheimer, 2014, s. 165-169). Kültür endüstrisinin bütün pratikleri, kar güdüsünü doğrudan kültürel formlara yöneltir. Kültür tamamen bir meta haline dönüşmüştür. Kültürel formlar meta haline dönüştükçe giderek daha fazla standartlaşmış ve kitlelerin tüketimi için hazır hale getirilmiştir (Adorno, 2003; Çağan, 2003).

Adorno ve Horkheimer'ın tespitleri daha çok sanatsal ürünlere ve kitle iletişim araçlarına yöneliktir. Her ne kadar Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisini gündeme getirdiği dönemde dijital

⁷ Electronic Arts adlı firma tarafından önce satın alınan; daha sonraysa kapatılan Bullfrog Productions, Maxis ve Mythic Entertainment gibi firmalar büyük şirketler içerisinde zamanla eriyen oyun stüdyolarına örnek olarak verilebilir.

oyunlardan bahsetmek mümkün olmasa da, dijital oyunların kültürel bir nesne ve tıpkı filmler gibi bir medya aracı olduğu düşündüğümüzde kültür endüstrisi fikri dijital oyunlar için anlamlı hale gelir. Dijital oyunların kimi örneklerde gerçeklik ile arasına çekmiş olduğu çizginin muğlaklaştığı görülebilir. Dijital oyunlarda gerçek hayatta yapmamızın zor olduğu birçok etkinliğin bir benzerini gerçekleştirmek mümkündür. Hayali kurulan bir arabanın sürülmesi, her yönden başarılı sanal bir karaktere sahip olmak, dünyanın en iyi futbolcusu olmak vb. ideallerin hepsi dijital oyunlar sayesinde birkaç tıklama uzaktadır. Mike Molesworth'un çalışması (2009) yetişkinlerin dijital oyunlarla neler yaptığına dair bir açıklama getirirken; tüketicilerin günlük yaşamın sınırlamalarından kaçmak, başka birisi olmak veya başka bir yerdeymiş gibi hissetmek için dijital oyun oynadıklarını göstermektedir. Böylelikle dijital oyunlar, gerçek sorunlardan kaçınmayı sağlayan bir araç olarak işlev görür; fakat bu kaçınma mevcut sorunları ortadan kaldırmaz. Dijital oyun gibi kültür endüstrisi ürünleriyle mevcut sorunları baskılamak, gerçek ve kalıcı çözümün gözden kaçırılmasına neden olur. Bu yüzden dijital oyunlar gerçeklikten kaçınmayı, dolayısıyla kapitalist ilişkilerin sürdürülmesini sağlayan bir araç olarak işlev gösterebilir.

Dijital oyunlar ekonomik açıdan önemli bir pozisyon kazandıkça, şirketlerin dijital oyunlara bakış açısı da giderek kâr odaklı hale gelmektedir. *Toplumun McDonaldlaştırılması* (2016) adlı eserinde kapitalist üretim mantığının üretilen ürünleri basitleştirip, standartlaştırdığını savunan G. Ritzer'in savı yalnızca gıda sektörü ile sınırlı kalmayıp, eğlenceden teknolojiye, sağlıktan turizme kadar hemen her türlü alan için geçerlidir. Dijital oyun sektörünün önde gelen şirketleri fazla riske girmek ve elde edilen kârı maksimize etmek amacıyla daha önce başarı göstermiş dijital oyunların çok az değiştirilmiş benzer sürümlerini üretmekte ve tüketiciye bir bakıma aynı ürünü tekrar satmaktadır. Futbol oyun serisi FIFA, her yıl en çok satanlar listesine giren Call of Duty ve Assasins Creed serisi yeteri kadar yenilik getirmediği gerekçesiyle sıklıkla oyun eleştirmenleri ve oyuncular tarafından eleştirilen oyunlar arasındadır. Bu dijital oyunlar bazı eleştirmenler ve oyunculardan olumsuz eleştiriler olsa da bir şekilde şirketlerin yüzünü güldürecek seviyede satılmakta ve neredeyse her yıl aynı formülle yeni bir dijital oyun piyasaya sürülmektedir. Oyuncuların her sene birbirine benzer oyunları satın alması, satış fiyatları diğer eğlence ürünlerinden görece daha yüksek olan dijital oyunları satın alırken bildikleri ve kendilerini tatmin edeceğini öngördükleri ürünlere yönelmesiyle açıklanabilir (Boulton & Cremin, 2011, s. 345). Bu kopyalama formülü yalnızca aynı seriye ait dijital oyunlarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda diğer dijital oyunlar için de kopya edilmektedir. Bir dijital oyunun uygulamış olduğu formül tuttuğunda, diğer firmalar bu formülden etkilenerek çok benzer oyunlar üretmeye başlamaktadır⁸. Sonuç olarak üretilen dijital oyunlar daha fazla birbirine benzemekte ve oyunların çeşitliliği azalmaktadır.

2.2. Dijital Oyunlarda Cinsiyetçilik ve Feminist Kuram

Dijital oyunlar büyük oranda "erkek uğraşı" olarak etiketlenmiş durumda olduğundan dijital oyunları toplumsal cinsiyet açısından tartışmak önemlidir. Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyete yönelik çalışmalarda; dijital oyun sektöründe kadınların demografik temsili, kadın oyuncuların ilgi alanları ve deneyimleri, oyunlardaki karakterlerin temsilleri gibi çeşitli konular üzerine yoğunlaşmaktadır (Consalvo, 2012, s. 245). Dijital oyun sektörüne yakından bakıldığında toplam istihdamın %30'unu kadınlar oluşturmaktadır (Clement, 2021b). Dijital oyun sektöründe erkeklerin kadınlardan daha fazla istihdam edilmesine ek olarak tıpkı diğer pek çok iş kolunda olduğu gibi teknik sermayenin gerekli olduğu mühendislik ve programlamacılık gibi alanlarda kadınların daha az çalıştığı görülmektedir. Game Career Guide (2012) tarafından yapılan anket çalışmasına göre dijital oyun sektöründe çalışan mühendis ve programlamacıların %3'ü, oyun tasarımcıların %11'i, sanatçı ve animatörlerinse yalnızca %13'ü kadınlardan oluşmaktadır. Ayrıca en tanınmış oyun geliştiricilerin ve oyunlarla alakalı girişimcilerin büyük çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır⁹. Yapılan bazı çalışmalar, bu orantısız

⁸ Örneğin; oyuncuların hayatta kalmaya çalıştığı oyun türü Battle Royale, PUBG: Battlegrounds (2017) oyunun sevilmesiyle birlikte daha sonra çıkış yapan Fortnite, Apex Legends, Call of Duty Warzone ve daha pek çok oyunda denenmiş bir oyun formülüdür.

⁹ Bu önermeye karşı olarak Uncharted (2007) gibi pek çok oyunun yazarlığını ve yönetmenliğini yapan kadın oyun yönetmeni ve senaryo yazarı Amy Hennig örnek gösterilebilir.

dağılımın belirli oyunları oynama konusunda ısrar ve rol model eksikliği gibi faktörlerden kaynaklandığını öne sürmektedir (Consalvo, 2012, s. 247). Bir kadın dijital oyun endüstrisinde yer almayı başarsa bile iş yerinde çeşitli sorunlarla mücadele etmek zorunda kalabilir. Yakın zamanda dev oyun şirketi Activision-Blizzard'ın çalışanları, şirket içinde erkek egemen bir kültürün hüküm sürdüğünü ve bazı erkek çalışanların kadınları taciz ettiğini ileri sürmüş ve olay sosyal medyada büyük tepki toplamıştı (BBC, 2021).

Tipki dijital oyun sektöründeki istihdam eşitsizliğinde olduğu gibi, dijital oyun oynayan oyuncular arasında da dengesiz bir dağılım söz konusudur. 2008 yılında Pew Vakfı tarafından yapılan bir çalışmaya göre erkek çocukların kız çocuklara göre daha uzun süreler boyunca oyun oynadığını ve daha farklı türlerde oyunlar oynadığı gözlemlenmiştir. Erkek çocuklar aksiyon, strateji, spor, dövüş gibi oyun türlerini tercih ederken kız çocuklar daha çok bulmaca oyunları oynamaktadır. Ayrıca kız çocuklar daha çok mobil cihazlar aracılığıyla oyun oynamayı tercih etmektedir (Lenhart, ve diğerleri, 2008). Üstelik kadınlar belirli oyun türleriyle ilişkilendirildikleri için kısıtlı bir oyun oynama kataloğuna sahiptirler. Kadınların bazı oyun türleriyle daha az ilgilenmesi, kadınların yalnızca bu oyun türlerinden hoşlanmamasıyla değil, aynı zamanda erkek oyuncuların çoğu fiziksel ve sosyal erişim noktasına hakim olmasından dolayı kadınların bu oyun türlerine olan ilgilerinin sönmesiyle açıklanabilir (Yee, 2008, s. 89). Kadınlarla özdeşleştirilen oyunların birisi Sims (2000) adlı yaşam simülasyon oyunudur. Sims; aile yaşamı, ev dekorasyonu, sosyal ilişkiler gibi kadınlara atfedilmiş davranış kalıplarını içerdiği için kadınların oynadığı düşünülen oyunların başında gelmektedir. Dijital oyun şirketleri, genellikle bir kadının futbol ya da savaş oyunu oynayacağını düşünmediğinden pazarlama faaliyetlerini erkeklere yoğunlaştırırlar. Bunun sonucu olarak dijital oyun oynamanın erkeksi bir uğraş olduğu düşüncesi giderek güçlenir.

Araştırmacıların dijital oyunlar ve toplumsal cinsiyet ile ilgili çalışmalarda yoğunlaştığı bir diğer alan da dijital oyunların içeriğidir. Dijital oyun karakterleri oyuncuların cinsiyet rollerini şekillendirme potansiyeline sahiptir. Dijital oyunların etkileşimli doğası, oyuncuların çeşitli davranışları istençli olarak gerçekleştirmesini gerektirir ve bu yönüyle izleyenin yalnızca bir karakterin çeşitli davranışları gerçekleştirmesine tanık olduğu sinema gibi diğer medya türlerinden ayrılır (Miller & Summers, 2007). Dijital oyunlardaki karakterlerin büyük bir çoğunluğunu erkekler oluşturmaktayken, kadınların olduğu oyunlarda kadın bedeninin ön plana çıkarıldığı, kadınların sık sık büyücülük gibi şeytanlaştırılmış ya da ötekileştirilmiş rollerle özdeşleştirildiği görülmektedir (Kapsamlı içerik analizleri için bkz. Williams, Martins, Consalvo, & Ivory, 2009; Downs & Smith, 2010; Martins, Williams, Harrison, & Ratan, 2009).

Dijital oyunlardaki bu cinsiyetçi tabloya rağmen olumlu şeyler söylemek de mümkündür. Hem Türkiye'de hem de dünyada dijital oyunların yalnızca erkeklerin ilgisini çeken bir uğraş olduğu düşünülmesine rağmen bu durum giderek değişmekte gibi görünüyor. Newzoo'nun yapmış olduğu bir çalışmada oyun oynayanların %46'sını kadınların oluşturduğu tespit edilmiştir (Newzoo, 2017). Dijital oyun sektöründe çalışan kadınların maruz kaldığı ayrımcılıklar artık normal karşılanmamakta ve kamuoyunun tepkisini toplamaktadır. 2021 yılında Riot Games adlı dijital oyun firması, hakkında açılan cinsiyet ayrımcılığı davasının çözümü için 100 milyon dolarlık bir ödeme yapmayı kabul etmiştir (Liao, 2021). Yine 2021 yılında şirket içerisinde cinsiyet temelli ayrımcılığa uğrayan Activision&Blizzard çalışanları şirketin California'daki ana yerleşkesinin önünde protesto düzenlemiştir (Schiffer, 2021). Dijital oyunlarda artık güçlü ve kendi ayakları üzerinde durabilen kadın karakterler görebiliyoruz. Örneğin Ubisoft tarafından geliştirilen son üç Assassin's Creed oyununda, oyuncuya ister kadın isterse erkek bir karakterle oynama şansı verilmiştir. Ayrıca 20'den fazla Tomb Raider oyununun ana karakteri olan Lara Croft; son üç oyunda vücut yapısı, kıyafetleri ve davranışları gibi pek çok konuda daha az cinselleştirilmiş bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır (Engelbrecht, 2020).

2.3. Dijital Oyunlar ve Postmodern Kuram

Postmodernizm oldukça geniş bir disiplinler arası yelpazeyi kapsayan karmaşık bir kavramdır. Postmodernizmin bizi ilgilendiren tarafı toplumsal dinamiklerde belirgin değişimlerin olduğu

düşüncesine dayanır. Son 50 yılda pek çok sosyal kuramcı modern dönemin dinamiklerinin dikkate değer bir şekilde değiştiğini ileri sürmüş ve yeni bir toplumsal düzenin varlığından bahsetmiştir. Bu yeni toplum tipini Manuel Castells *Ağ Toplumunu* (The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture, 2000), Ulrich Beck *Risk Toplumu* (Risk Society: Towards a New Modernity, 2013), Daniel Bell *Sanayi Sonrası Toplum* (The coming of post-industrial society; a venture in social forecasting, 1973), Baudrillard ise *Tüketim Toplumu* (The Consumer Society, 1998) olarak isimlendirmiştir. Postmodernizm kavramı tüm bu isimlendirmeleri kapsayan şemsiye bir terim olarak düşünülebilir. Postmodern kuramcılarının ileri sürdükleri değişim ve yenilikler sanat, bilim, bilginin önemi, endüstrisinin değişimi ve yeni teknolojilerin gelişimi gibi alanlarda gerçekleşmiştir. Dijital oyunlar, teknolojik gelişiminin bir ürünüdür ve postmodern bir değerlendirmeyi kesinlikle hak etmektedir.

Baudrillard'a göre enformasyon ve bilgisayar teknolojilerinin toplumlar üzerindeki örgütleyici modellere dönüştüğü, toplumu şekillendiren temel dinamiğin üretimden simülasyona kaydığı yeni bir döneme girilmiştir (Best & Kellner, 2016, s. 148). Simülasyonların temelinde yer alan simulakrlar, "göndergeden yoksun ve nerede başlayıp nerede bittiği bilinmeyen, hiçbir şeyin durduramadığı bir kapalı devre içinde, gerçeğin değil, yalnızca kendi kendinin yerine geçebilen şey"dir (Baudrillard, 2011, s. 20). Simülasyon ve simulakrlar toplumsal yaşantının her yerindedir: televizyon programları, sergi alanları, kitaplar ve dijital oyunlar gibi. Dijital oyunlar çoğu kez var olan bir şeyin taklididir. Baudrillard'ın Disneyland (2011, s. 29-32) ve Körfez Savaşı (1995) örnekleri dijital oyunlar için de düşünülebilir. Call of Duty (2003) ve benzeri birçok oyun serisi, gerçekte yaşanmış olaylara ya da gerçekte var olan mekanlara göndermede bulunur; hatta kimi zaman bu olayları ve mekanları simüle ederek yeniden canlandırır. Fakat bu canlandırmalar simulakrdır. Amerikan yapımı birçok dijital oyunda Ruslar, dünyayı kontrol etmek için her türlü kötülüğü yapmaya hazır bir düşman olarak gösterilirken, Ortadoğulular Batı'nın gerisinde kalmış bir düzene sahip ve Amerikalılara gıpta ile bakan insanlar olarak betimlenir. Meydana gelen olaylara göndermede bulunularak, gerçekte olmayan olayların olduğu izlenimi yaratılır. Dijital oyunların diğer medya araçlarının aksine "deneyimleme" şansı sunabilmesi, bu simülasyon etkisini daha ileri seviyelere taşır.

Baudrillard'a göre girmekte olduğumuz yeni dönem, nesnelere tüketimine odaklanılan büyük bir tüketim çılgınlığını içermekte ve nesnelere artık değişim değerine göre değil "gösterge" değerine göre değerlendirilmektedir (Baudrillard, 1998). Diğer bir deyişle tüketilen nesnelere ihtiyaç olduğu için değil, moda olduğu ya da göstergesel değeri fazla olduğu için tüketilmektedir. Üstelik tüketilen şeyler yalnızca fiziki nesnelere değildir. Haber, hizmet, bilgi vb. soyutluklar da tüketim kültüründen nasibini almıştır. Aslında Baudrillard'a göre tüketim kültürünün sirayet etmediği hemen hiçbir alan yoktur. İnsanlar artık, bizatihi tüketim için konumlandırılmış nesnelere kuşatılmıştır. Tüketim toplumsallaştırılarak insanların gözünde "doğal" ve "normal" bir davranış biçimi olarak yerini alır. Ne kadar çok tüketim yapılırsa, ne kadar çok gösterge değeri yüksek nesne satın alınırsa o kadar çok sahte tatmin duygusu elde edilmiş olunur.

Dijital oyunlar, özellikle fiziksel oyun sürümlerinin (CD ya da DVD gibi) daha az tercih edilmeye başladığı ve insanların büyük bir çoğunluğunun oyunları dijital platformlar üzerinden satın aldığı günümüzde büyük bir tüketim çılgınlığına sahne olmaktadır¹⁰. Steam verilerine göre 2020 yılında düzenlenen sonbahar indirim kampanyasında 1 milyon oyuncu ilk defa Steam üzerinden oyun satın almış ve bu indirim döneminde eş zamanlı kullanıcı sayısı 24 milyonu aşarak rekor kırmıştır (Steamworks Development, 2020). Özellikle yılın belirli dönemlerinde düzenlenen indirim kampanyalarında birçok oyuncu kullanmayacak olsalar da dijital oyun satın almaktadır. Satın alınıp tüketilmeyen oyunlar, bir yandan ucuz olduğu için fırsatı kaçırmamak amacıyla diğer yandan oyunlara özgü sosyal medya işlevi de bulunan *Steam* gibi oyun platformlarında sergilemek amacıyla, yani

¹⁰ 2009 yılında tüm oyun satışlarının %80'ini fiziksel oyun sürümleri oluştururken 2018 yılına gelindiğinde fiziksel oyun sürümlerinin toplam satışlardaki payı %17'ye kadar gerilemiştir (Clement, 2021a).

gösterge değeri için satın alınmaktadır. Dijital oyunların kendisi bir yana, oyun içerisindeki sanal eşyalar da tüketim çılgınlığının bir parçası olabilir. Özellikle çok oyunculu çevrimiçi oyunlarda görüntüsü dışında herhangi bir ilave özelliği bulunmayan dekorasyon ürünleri oyuncular tarafından satın alınmaktadır. Bu eşyalar oyunun türüne göre değişkenlik göstermekle birlikte çoğunlukla silah kaplaması, kıyafet, pet ya da barınak gibi sanal nesnelere. Örneğin, *Counter Strike Global Offensive* adlı çevrimiçi FPS¹¹ oyununda silah kaplamaları bir pazar sisteminde oldukça yüksek meblalarla alıcı bulmaktadır. *Souvenir Dragon Lore*, *Factory New* adlı silah kaplaması 26.000 \$ dolarlık bir satış fiyatına sahiptir (Kortooms, 2021).

2.4. Dijital Oyunlar ve Sembolik Etkileşimcilik

Sembolik etkileşimcilik, diğer sosyoloji kuramlarının aksine daha mikro perspektifli bir bakış açısına sahip olan; insan davranışının öznel yönlerine odaklanan ve toplumun, bireylerin gündelik etkileşimleriyle oluştuğunu kabul eden bir sosyoloji geleneğidir (Machionis, 2015, s. 17; Poloma, 1996, s. 224). Dijital oyunlarda sembolik etkileşimci yaklaşımdan sıklıkla yararlanılmaktadır. Sembolik etkileşim yaklaşımı, özellikle MMO¹² oyunlarda grup dinamiklerinin ve oyunculararası etkileşimin zengin doğasını keşfedebilmek için önemli imkanlar sunar.

Sembolik etkileşimciliğin temsilcilerinden birisi olan Erving Goffman, dijital oyunlar için önemli teorik katkılar sağlayabilir. Goffman 1959 yılında yayınladığı *The Presentation of Self in Everyday Life* adlı eserinde insanların birbirlerine karşı oynadıkları rolleri ve benliklerini birbirlerine nasıl sunduğunu teatral bir benzetmeyle açıklamıştır. Dijital oyunlarda oyuncu, benliğini pek çok şekilde sunabilir. Bir MMO oyununda oyuncu, benimsediği karakteri güçlü ya da çekici gösteren kıyafetler giyebilir, bu karakterin saçını ve diğer fiziksel özelliklerini şekillendirebilir ve kendisini güçlü gösteren sembolleri (oyundaki güç seviyesini gösteren işaretler, klan isimleri ya da özel logolar vb.) sergileyebilir. Dijital oyunlar için hem bir mağaza hem de bir çeşit oyun sosyal medyası olarak işlev gören Steam de benliğin sunulduğu bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Steam’de yer alan kullanıcı profillerinde oyuncular; oyunlarda gösterilen performansa göndermede bulunan meydan okumaları, satın aldıkları oyunları ve bunların sayılarını, oyun oynayarak elde ettikleri kartları, duvar kağıtlarını, profil resimlerini ve oyun kartları toplayarak geliştirilen Steam seviyesini sergilemektedir. Böylece oyuncular tarafından kullanılan bu profil sisteminde birçok kişi, kendi benliğini diğer oyunculara oynadıkları oyunlarla sunmaktadır.

Yine Goffman’a ait olan *çerçeve analizi (frame analysis)*, dijital oyun çalışmalarına analitik katkıda bulunabilir. Crawford’a göre Goffman’ın çerçeve analizi, ludologlar tarafından kabul edilen sihirli çember, bulmaca parçası ya da benzer fikirlere göre tartışmayı daha geniş bir sosyolojik çerçeveye konumlandırır. Çerçeve analizi, ilk defa Goffman tarafından sunulan ve en açık haliyle 1974 tarihinde yayınladığı *Frame Analysis* kitabında geliştirdiği teorik ve metodolojik bir araçtır. Fakat çerçeve analizi ve oyun arasındaki ilişki 1961 yılında yayınladığı *Fun in Games* adlı denemesinde daha belirgindir (Crawford, 2009, s. 11). Çerçeveler; insanların olaylarla alakalı deneyimlerini düzenler ve gerçekliğin değişik derecelerini kapsar. Normlar ve kurallar insanların içinde bulunduğu etkinliği yönlendirirken, insanlar da bu etkinlikler için en uygun çerçeveyi seçmektedir. Herhangi bir etkinlikte kullanılacak çerçeve, o etkinliğin nasıl tanımlanacağını belirler (Poloma, 1996, s. 215). Bir oyuncu da dijital oyun oynarken var olan etkinliği seçtiği bir çerçeve üzerinden algılamaktadır. Oyunun ciddiyetini ve önemini de bu çerçeveler belirler. Goffman’ın çerçeve analizi oyuna özel bir yer vermez, bunun yerine oyunu sosyal düzen içerisindeki bir çerçeve olarak görür. Oyunların bu çerçevelerden yalnızca bir tanesi olması, onu daha geniş bir sosyal bağlam içerisine yerleştirebilmemize olanak sağlar.

¹¹ FPS(First Person Shooter ya da Birinci Şahıs Nişancı) dijital oyunun ana karakterin gözünden deneyimlendiği bir dijital oyun türüdür.

¹² “Massive Multiplayer Online” ya da Türkçesiyle devasa çok oyunculu çevrimiçi oyunları niteleyen bir kısaltmadır. Bu oyunlar genellikle geniş etkileşim alanındaki çok sayıda oyuncunun, çevrimiçi olarak birbirleriyle etkileşime girdiği oyunlardır.

Böylelikle oyunları dış dünyayla bağlarını tamamen koparmış bir eylem olarak görmek yerine, sosyal ilişkilerle olan bağlantısını anlayabiliriz (Crawford, 2009, s. 12).

3. METODOLOJİK AÇIDAN DİJİTAL OYUN SOSYOLOJİSİ

Sosyologlar dijital oyunlara yönelik çalışmalarında hem nicel hem de nitel yöntemden yararlanabilirler. Dijital oyunlar diğer tüm dijital sistemler gibi gönderdiği verileri sayılar aracılığıyla ileten yazılımlardır. Dijital oyunların sayısal temelli yazılımlar olması, nicel yöntemin kullanılmasını kolaylaştıran bir etkidir. Nicel yöntemle yürütülen dijital oyun çalışmalarında anket, veri madenciliği ya da daha az sıklıkla olmakla birlikte oyun sunucularına dayanan verilerden yararlanılmaktadır. Oyuncuların demografik özellikleri ve çeşitli oyunların farklı oyuncu kitlelerini ya da zevk kültürlerini nasıl kendine çektiğine dair bilgilerin çoğu çevrimiçi anketler yoluyla elde edilmektedir. Araştırmacılar genellikle geniş oyuncu popülasyonuna erişemediğinden oyuncu demografisine yönelik çalışmalar araştırma şirketleri tarafından her geçen gün geliştirilmektedir (Lukacs, 2014). Çevrimiçi anket yönteminin zayıf yönlerinden birisi, oyuncuların dijital oyunlara kayıt olurken veya anketlerde beyan ettikleri demografik bilgilerin gerçeği yansıtmama ihtimalinin bulunmasıdır. Öte yandan yüz yüze görüşme imkanının bulunmadığı çevrimiçi anketlerde araştırmanın ciddiyeti katılımcılara yeteri kadar yansıtılamayabilir ve bu yüzden yanıtların güvenilirliğiyle ilgili sorunlar yaşanabilir.

Birçok dijital oyun, kullanıcı topluluğu tarafından özelleştirilmeyi mümkün kılmak amacıyla açık bir istemci tarafı kullanıcı arayüzüyle tasarlanmıştır. Bu özelliğin olduğu dijital oyunlarda araştırmacılar, kendi yazılımları vasıtasıyla sohbet kayıtları, ekonomik eğilimler ve oyuncu sayısı gibi verilere ulaşabilirler. Örneğin World of Warcraft oyunu sağlamış olduğu istemci tarafı kullanıcı arayüzü ve oyunu oynayan mevcut oyuncu sayısını listeleyen bir komut (/who) sunar. Ducheneaut, Yee, Nickell ve Moore (2006) bu /who komutunu özelleştirerek çalışmaları için veri toplamayı başarmıştır. Dijital oyunlarda bulunan bunun gibi teknolojik imkanlar, verileri çok daha hızlı ve etkin bir şekilde toplamasına olanak sağlamaktadır.

Dijital oyun çalışmalarında nicel yöntemden faydalandığı gibi nitel yöntemden de faydalanılmaktadır. Nitel çalışmalar dijital oyunların bağlamsal doğasını keşfeder, oyuncuların oyun oynama güdüsünü anlamaya çalışır ve oyunlardaki grup dinamiklerini ortaya çıkarır. Sosyologlar katılımcı gözlem, bireysel görüşme, grup görüşmesi ya da odak grup görüşmesi tekniklerinden yararlanarak statüler, kimlikler ve sosyal roller hakkında araştırma yapabilir (Lukacs, 2014). Dijital oyun çalışmalarında etnografi yoluyla bilgi toplamak oldukça popülerdir (örneğin; Boellstorff, 2008; McKenna, 2020). Dijital etnografi, dijital ortamda sunulan verilerin işleme rolünü üstlenir ve metin ya da görüntüler aracılığıyla oluşturulan anlamları analiz etmeye çalışır. Dijital etnografi yapmak; sohbet odalarını, tartışma gruplarını, sanal gerçeklikleri gözlemleyerek veya doğrudan sanal gerçekliğe dahil olarak gerçekleştirilir. Tipik etnografideki gibi fiziksel bir seyahat yapma zorunluluğunun bulunmaması dijital etnografiyi avantajlı kılan etkenlerin başında gelmektedir (Kaur-Gill & Dutta, 2017, s. 2).

Dijital oyun çalışmalarında sıklıkla kullanılan bir diğer teknik içerik analizidir. İçerik analizi hem nicel hem de nitel yöntemle gerçekleştirilebilir. Dijital oyunlarda içerik analizinin en sık kullanıldığı konuların başında ırkçılık ve toplumsal cinsiyet gelmektedir (Örn. Friedberg, 2015; Standley & Beasley, 2002; Kan, 2012). Etkileşim özelliğine sahip olan dijital oyunlar, açık bir şekilde geleneksel medyadan farklı birtakım özelliklere sahiptir. Dijital oyunlardaki etkileşim ve birden fazla oyuncuyla oynama özelliği, analiz edilecek içeriğin geleneksel medyaya göre çok daha çeşitli olmasına neden olur. Öte yandan örneklem seçilirken dikkate alınan özelliklerden (oyun türü, çıkış yaptığı dönem, oyunun kullanıcı kitlesi gibi) hangisinin daha iyi bir örneklem seçimi sağladığına yönelik devam eden bir tartışma vardır (Schmierbach, 2009).

Diğer çalışma alanlarında olduğu gibi, dijital oyun çalışırken de iki yöntemden herhangi birinin diğerinden daha üstün olduğunu söylemek olanaksızdır. Hangi yöntemle çalışmanın doğru olacağı, araştırmanın odağına göre değişiklik gösterir. Metodolojiler, bir düşünce biçimiyle yakınlıklarından

ziyade kendi içsel özellikleri için seçilmelidir. Bir yöntem seçimi a priori olarak değil, kapasiteleri ve sorulan sorular açısından sahada müzakere edilmelidir. Araştırmacılar öncelikle iki tarafının artılarını ve eksilerini düşünmeli ve nicel, nitel ya da karma yöntem arasında yapacağı seçimi buna göre gerçekleştirmelidir (Coavoux, 2010).

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada dijital oyunların sosyolojik bir araştırma nesnesi olarak potansiyelleri ortaya konmaya çalışıldı. Dijital oyunlar her geçen gün daha da geliyor ve toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geliyor. Dijital oyun endüstrisi büyüyor, dijital oyun oynayan kişi sayısı artıyor ve en önemlisi dijital oyunlara yüklenen anlam her geçen gün daha da karmaşıklaşıyor. Bazı insanlar rekabet için dijital oyun oynarken, bazıları boş zamanında eğlenmek için, bazıları gerçek sorunlardan kaçınmak, bazıları da hayallerini simüle etmek için dijital oyun oynamaktadır. Dijital oyunların giderek karmaşıklaşan yapısı toplumları anlayabilmemiz için önemli bir bileşen haline gelmiştir. Ne yazık ki dijital oyunları toplumsal bir fenomen olarak çözümlemeyi amaçlayan çalışmaların sayısı hala yetersizdir. Hala dijital oyun oynamanın özünde yatan sosyolojik etkenler, dijital oyunun diğer pratiklerle olan ilişkisi ya da dijital oyunların hayatımızda değiştirdiği pratikler gibi konularda yeterli kavrayışa sahip değiliz. Eğer sosyologlar olarak şu an gelişmekte olan toplumsal hayatı anlamak istiyorsak, bu yeni toplumsal fenomeni görmezden gelmemeliyiz diye düşünüyorum. Toplumun ve onu biçimlendiren etkenlerin değişmesiyle birlikte sosyolojinin de toplumsal yenilikleri yakından takip etmesi gerekir. Dijital oyun fenomeninin sosyolojik bir araştırma nesnesi olarak çözümlenmesinin, var olan bilgi düzeyimizi geliştireceğini ve topluma daha farklı açılardan bakabilmemize olanak sağlayacağını iddia ediyorum.

Dijital oyunlar aynı zamanda zengin bir araştırma sahasıdır. Dijital oyunlarla ilgili yapılan sosyolojik çalışmaların büyük bir çoğunluğu dijital oyunları bir çeşit veri madeni olarak kullanır. Lukacs'ın (2014) belirttiği gibi birçok sosyolojik çalışma dijital oyunlarda sergilenen dinamikleri gündelik yaşamın bir yansıması olarak görür. Dijital oyunlardaki ırkçılık, göç, yoksulluk, toplumsal cinsiyet ve daha birçok toplumsal fenomen sosyologlar tarafından çalışılmaktadır. Bu araştırma alanlarına ek olarak, çok daha az çalışılmış "yerinde sosyalleşme" kavramı, eğitim ve kuşaklar arası farklılıklar, oyunlaştırma ve oyunlaştırmanın neden olabileceği potansiyel avantaj ve dezavantajlar, rehabilitasyon, sosyal entegrasyon, kent sosyolojisi ve sosyal sorumluluk gibi sayısız araştırma alanı araştırmacılar tarafından keşfedilmeyi beklemektedir.

Sosyoloji teorileri, dijital oyunun gündelik yaşamdaki rolünü anlamamız için önemli araçlar sağlamaktadır. Bu çalışmada eleştirel kuram, feminist kuram, postmodern kuram ve sembolik etkileşimcilik gibi farklı yaklaşımların dijital oyunlara nasıl uygulanabileceği gösterilmeye çalışıldı. Dijital oyunlarda en sık kullanılan sosyolojik teori sembolik etkileşimciliktir. Sembolik etkileşimcilik çok oyunculu çevrimiçi oyunlardaki oyuncu etkileşimlerini anlamak için önemli bir bakış açısı sağlar. Fakat diğer teorik yaklaşımlar da dijital oyunların farklı boyutlarını anlamamız için aynı derecede yarar sağlayabilir, ancak bu çoğu kez göz ardı edilir (Henricks, 2006; akt. Lukacs, 2014). Dijital oyunlar oyuncular arası etkileşimin olduğu bir ortam olmanın yanı sıra bir tüketim nesnesi de olabilir. Elbette ne dijital oyunlar ne de sosyoloji teorileri bu çalışmada açıklandığı kadar sınırlı değildir. Mevcut diğer sosyal teoriler dijital oyunlara uygulanabileceği gibi, yeni bakış açıları da dijital oyunları anlamamıza yardımcı olabilir. Frasca'nın da belirttiği gibi; "halihazırda popüler olan teorileri kullanmak, alanı yeni bir perspektiften keşfetmekten daha kolay görünüyor" (Frasca, 2004b). Dijital oyunları daha iyi anlamamız için bu gibi yeni bakış açılarına ihtiyaç olduğunu; fakat çok az araştırmacının böyle bir yeni bakış açısı geliştirmeye niyetli olduğunu düşünüyorum.

Dijital oyunlarla ilgili akademik çalışmalar, özellikle 2000'li yıllardan itibaren gözle görülür bir şekilde artış gösterdi. Türkiye'de de dijital oyunlara yönelik artan bir ilginin olduğu rahatlıkla söylenebilir. Binark ve Sütcü'nün "Silkroad Online'da Sanal Cemaat İnşası ve Türk Klan Kimliği" (2008a) adlı çalışması, çevrimiçi dijital oyunlardaki oyuncu gruplarının kendilerine özgü davranış pratikleri

geliştirdiğini ve dijital oyunların bir çeşit ideolojik m¼cadele alanına d¼n¼řt¼đ¼n¼ göstermektedir. Sosyoloji alanında G¼lsoy (2017), Goffman'ın dramaturjik analizini dijital oyunlara uyarlarken, Kepenek (2020) ise bu çalışmadakine benzer olarak "dijital oyunların sosyolojisi nasıl yapılabilir?" sorusuna cevap arıyor. Boulton ve Cremin'in (2011) belirttiği gibi dijital oyunlar sosyologlar tarafından yeteri kadar keşfedilmemiş bir alan olsa da gelecekteki sosyologlar dijital oyunlarla birlikte yetişecek ve bu pratiğe biraz daha uyum sağlayacak. Giderek hayatımıza daha çok yerleşen bu pratiği öz¼mlenme işi de sosyal bilimciler olarak bizlere d¼řmektedir.

KAYNAKÇA

- Aarseth, E. (2001). Computer Game Studies, Year One. *Game Studies*, 1(1). <http://gamestudies.org/0101/editorial.html> adresinden alındı.
- Activision. (2003). *Call of Duty* [Dijital Oyun].
- Adorno, T. W. (2003). Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken. *Cogito Dergisi* (B. O. Doğan, Çev.).
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (N. Ülner, & E. Ö. Karadoğan, Çev.) İstanbul: Kabalıcı Yayıncılık.
- Anderson, C. A., Gentile, D. A., & Buckley, K.E. (2007). *Violent video game effects*. New York: Oxford University Press.
- Bakırcı, Ç. M. (2020). Bozuk Kan Salgını: World of Warcraft, Koronavirüs Salgını Hakkında Ne Öğretebilir?. Evrim Ağacı: 14 Kasım 2021 tarihinde <https://evrimagaci.org/bozuk-kan-salgini-world-of-warcraft-koronavirus-salgini-hakkinda-ne-ogretebilir-8340> adresinden alındı
- Barone, E. (2016). *Stardew Valley* [Dijital Oyun].
- Baudrillard, J. (1995). *The Gulf War did not take place*. Bloomington: Indiana University Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society*. London: Sage Publications.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: DoğuBatı.
- BBC. (2021) *Activision Blizzard staff walk out over harassment claims*. 14 Kasım 2021 tarihinde www.bbc.com/news/world-us-canada-58005455 adresinden alındı
- Beck, U. (2013). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage Publications.
- Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society; a venture in social forecasting*. New York: Basic Books.
- Best, S., & Kellner, D. (2016). *Postmodern Teori*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Binark, M., & Bayraktutan Sütcü, G. (2008a). Silkroad Online’da Sanal Cemaat İnşası ve Türk Klan Kimliği. *XIII. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri* (s. 105-114). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Binark, M., & Bayraktutan-Sütcü, G. (2008b). *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon.
- Bjornlund, L. (2015). *The History of Video Games*. San Diego: ReferencePoint Press.
- Blizzard Entertainment. (2004). *World of Warcraft* [Dijital Oyun].
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores The Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press.
- Boulton, E., & Cremin, C. (2011). The Sociology of Videogames. B. Cohen (Dü.) içinde, *Being Cultural* (s. 341-357). Auckland: Pearson.

- Buluş, B., & Buluş, G. C. (2020). Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar ve Dijital Ekonomi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 1-6.
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture (Cilt 1)*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Clement, J. (2021a). Digital and physical game sales in the U.S. 2009-2018, *by format*. Statista: www.statista.com/statistics/190225/digital-and-physical-game-sales-in-the-us-since-2009/ adresinden alındı
- Clement, J. (2021b). Distribution of game developers worldwide from 2014 to 2021, *by gender*. Statista: www.statista.com/statistics/453634/game-developer-gender-distribution-worldwide/ adresinden alındı
- Coavoux, S. (2010). The Quantitative/Qualitative Antinomy in Virtual Word Studies. J. T. Wright, D. G. Embrick, & A. Lukacs (Dü) içinde, *Utopic Dreams and Apocalyptic Fantasies: Critical Approaches to Researching Video Game Play* (s. 223-244). Lanham, Md: Rowman & Littlefield Publishers.
- Colwell, J., & Kato, M. (2003). Investigation of the relationship between social isolation, self-esteem, aggression and computer game play in Japanese adolescents. *Asian Journal of Social Psychology*, (6), 149-158.
- Consalvo, M. (2012). Gender. M. J. Wolf (Dü.) içinde, *Encyclopedia of Video Games: The Culture, Technology, and Art of Gaming* (Cilt 1, s. 245-248). Santa Barbara, California: Greenwood.
- Corliss, J. (2011). Introduction: The Social Science Study of Video Games. *Games and Culture*, 6(1), 3-16.
- Coyne, S. M., & Stockdale, L. (2021). Growing Up with Grand Theft Auto: A 10-Year Study of Longitudinal Growth of Violent Video Game Play in Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(1), 11-16.
- Crawford, G. (2009). Forget the Magic Circle (or Towards a Sociology of Video Games). *Under the Mask 2*. University of Bedfordshire. <http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/19350/>
- Crawford, G. (2012). *Video Gamers*. Routledge. <https://www.perlego.com/book/1609071/video-gamers-pdf> adresinden alındı
- Čulig, B., Katavić, M., Kuček, J., & Matković, A. (2014). The Phenomenology of Video Games: How Gamers Perceive Games and Gaming. İçinde, *Engaging with Videogames: Play, Theory and Practice* (s. 65-75). Leiden: Brill.
- Çağan, K. (2003). *Popüler Kültür ve Sanat*. Ankara: Altinküre Yayınları.
- Dixon, S. (2008). Sociology. M. J. Wolf, & B. Perron (Dü) içinde, *The Video Game Theory Reader 2* (s. 383-384). New York: Routledge.
- Downs, E., & Smith, S. (2010). Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis. *Sex Roles*, (62), 721-733.
- Ducheneaut, N., Yee, N., Nickell, E., & Moore, R. J. (2006). "Alone Together?" Exploring the Social Dynamics of Massively Multiplayer Online Games. *CHI '06: Proceedings of the SIGCHI*

- Conference on Human Factors in Computing Systems (s. 407-416). Association for Computing Machinery.
- Electronic Arts. (2000). *Sims* [Dijital Oyun].
- Engelbrecht, J. (2020). The New Lara Phenomenon: A Postfeminist Analysis of Rise of the Tomb Raider. *Game Studies*, 20(3). <http://gamestudies.org/2003/articles/engelbrecht> adresinden alındı
- Filiciak, M. (2004). Hyperidentities: Postmodern Identity Patterns in Massively Multiplayer Online Role-Playing Games. B. Perron, & M. Wolf (Dü) içinde, *The Video Game Theory Reader* (s. 87-102). London: Routledge.
- Frasca, G. (2003). Ludologists Loves Stories, Too: Notes From a Debate That Never Took. *DiGRA International Conference: Level Up* (s. 92-99). Utrecht: DiGRA.
- Frasca, G. (2004a). Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology. J. Mark, B. Perron, & W. Perron (Dü) içinde, *The Video Game Theory Reader*. New York: Routledge. doi: 10.4324/9780203700457
- Frasca, G. (2004b). Videogames of the Oppressed. N. Wardrip-Fruin, & P. Harrigan (Dü) içinde, *First Person: New Media As Story, Performance, And Game* (s. 85-88). Cambridge, Massacuset: MIT Press.
- Friedberg, J. (2015). *Gender Games: A Content Analysis of Gender Portrayals in Modern, Narrative Video Games* (Yüksek Lisans Tezi, Georgia State University]. https://scholarworks.gsu.edu/sociology_theses/52 adresinden alındı
- Game Career Guide. (2012). Game Developer Salary Survey 2012.: 15 Kasım 2021 tarihinde https://www.gamecareerguide.com/features/1108/game_developer_salary_survey_2012.php adresinden alındı
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday & Company.
- Goffman, E. (1961). Fun in Games. içinde, *Encounters* (s. 15-72). Harmondsworth: Penguin.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on The Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Grimes, S. M. (2003). "You Shoot Like a Girl!": The Female Protagonist in Action-Adventure Video Games. *DIGRA '03 - Proceedings of the 2003 Digra International Conference: Level Up*. Digra.
- Gül, M. E. (2019). Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar: Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) Oyunu Örneği. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(2), 448-465.
- Gülsoy, S. (2017). Bir Uyarılma Denemesi: Dijital Oyunlarda Sahne. *Sosyoloji Divanı*, (9), 149-164.
- Gülsoy, S. (2021). Dijital Oyun Çağında Oyunun Yapısındaki Değişim ve Oyunsuzlaşma. *Sosyoloji Divanı*, (17), 29-62.
- Halaçoğlu, B. N. (2020). *Video Oyun Evreninde Yol Bulmak: Sınıflandırma ve Türler*. Ankara: Gece Kitaplığı.

- Juul, J. (2008). The Magic Circle and the Puzzle Piece. *Conference Proceedings of the Philosophy of Computer Games* (s. 56-67). Potsdam: Potsdam University Press.
- Kan, D. (2012). Yeni Medya Aracı Bilgisayar Oyunlarında Toplumsal Cinsiyetin İnşası. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(4), 52-60.
- Kaur-Gill, S., & Dutta, M. J. (2017). Digital Ethnography. J. Matthes, C. Davis, & R. Potter (Dü) içinde, *In The International Encyclopedia of Communication Research Methods* (s. 1-10). John Wiley & Sons, Inc. doi:10.1002/9781118901731.iecrm0271
- Kendirli, T. (2019). *Dijital Oyun Endüstrisi Terminolojisi*. (Ö. Özüpek, Çev.) İstanbul: Abaküs.
- Kepenek, E. B. (2020). Yeni ve Yükselen Bir Alan: Dijital Oyunlar Sosyolojisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 186-213.
- Kortooms, R. J. (2021, Şubat 18). 5 of the most expensive CS:GO skins right now. esports: 21 Kasım 2021 tarihinde <https://www.esports.com/en/5-of-the-most-expensive-csgo-skins-right-now-181129> adresinden alındı
- Landa, J. A., & Onega, S. (1996). *Narratology: An Introduction*. London: Routledge.
- Lenhart, A., Kahne, J., Middaugh, E., Macgill, A. R., Evans, C., & Vitak, J. (2008). *Teens' gaming experiences are diverse and include significant social interaction and civic engagement*. Pew Internet & American Life Project. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED525058.pdf> adresinden alındı
- Liao, S. (2021). *Riot Games agrees to pay \$100 million in settlement of class-action gender discrimination lawsuit*. The Washington Post: 24 Şubat 2022 tarihinde <https://www.washingtonpost.com/video-games/2021/12/27/riot-discrimination-100-million-settlement/> adresinden alındı
- Lofgren, E. T., & Fefferman, N. H. (2007). The Untapped Potential Of Virtual Game Worlds To Shed Light On Real World Epidemics. *The Lancet Infectious Diseases*, 7(9), 625-629. doi:10.1016/S1473-3099(07)70212-8
- Lukacs, A. (2014). Sociology. M. J. Wolf, & B. Perron (Dü) içinde, *The Routledge Companion to Video Game Studies*. Routledge.
- Machionis, J. J. (2015). *Sosyoloji*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Martins, N., Williams, D. C., Harrison, K., & Ratan, R. A. (2009). A Content Analysis of Female Body Imagery in Video Games. *Sex Roles*, (61), 824-836.
- Mäyrä, F. (2009). Getting into the Game: Doing Multidisciplinary Game Studies. B. Perron, & M. J. Wolf (Dü) içinde, *The Video Game Theory Reader 2* (s. 313-330). New York: Routledge.
- McKenna, B. (2020). Creating Convivial Affordances: A Study Of Virtual World Social Movements. *Information Systems Journal*, 30(1), 185-214.
- Mikula, M. (2003). Gender and Videogames: The Political Valency of Lara Croft. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 79-87.

- Miller, M. K., & Summers, A. (2007). Gender Differences in Video Game Characters' Roles, Appearances, and Attire as Portrayed in Video Game Magazines. *Sex Roles*, 57, 733-742.
- Molesworth, M. (2009). Adults' Consumption of Videogames as Imaginative Escape From Routine. *NA - Advances in Consumer Research*, 36, 378-383.
- Muriel, D., & Crawford, G. (2018). *Video Games as Culture: considering the role and importance of video games in contemporary society*. New York: Routledge.
- Naughty Dog. (2007). *Uncharted* [Dijital Oyun].
- Newzoo. (2017). *Male and Female Gamers: How Their Similarities and Differences Shape the Games Market*. 28 Ekim 2021 tarihinde <https://newzoo.com/insights/articles/male-and-female-gamers-how-their-similarities-and-differences-shape-the-games-market/> adresinden alındı
- Newzoo. (2021). *Global Games Market Report*. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2021-free-version/> adresinden alındı.
- Poloma, M. M. (1996). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. (H. Erbaş, Çev.) İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Pringle, H. M. (2015). Conjuring the Ideal Self: an Investigation of Self-Presentation in Video Game Avatars. *Press Start*, 2(1), 1-20.
- Rechsteiner, A. (2020) *The history of video games*. 28 Ekim 2020 tarihinde <https://blog.nationalmuseum.ch/en/2020/01/the-history-of-video-games/> adresinden alındı
- Ritzer, G. (2016). *Toplumun McDonağlaştırılması*. (A. E. Pilgir, Çev.) Ankara: Ayrıntı Yayınları.
- Rockstar Games. (2018). *Red Dead Redemption 2* [Dijital Oyun].
- Ryan, M.-L. (2001). Beyond Myth and Metaphor: The Case of Narrative in Digital. *Game Studies*, 1(1). <http://www.gamestudies.org/0101/ryan/> adresinden alındı.
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. London: MIT Press.
- Schiffer, Z. (2021). *Activision Blizzard employees walk out of work to protest rampant sexism and discrimination*. The Verge: 24 Şubat 2022 tarihinde <https://www.theverge.com/2021/7/28/22598410/activision-blizzard-employee-walk-out-protest-sexism-discrimination-lawsuit> adresinden alındı.
- Schmierbach, M. (2009). Content Analysis of Video Games: Challenges and Potential Solutions. *Communication Methods and Measures*, 3(3), 147-172. doi.org/10.1080/19312450802458950
- Shaw, A. (2014). *Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*. London: University of Minnesota Press.
- Simons, J. (2007). Narrative, Games, and Theory. *Game Studies*, 7(1). [gamestudies.org/0701/articles/simons](http://www.gamestudies.org/0701/articles/simons) adresinden alındı
- Standley, T. C., & Beasley, B. (2002). Shirts vs. Skins: Clothing as an Indicator of Gender Role Stereotyping in Video Games. *Mass Communication and Society*, 5(3), 279-293. doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_3

- Steamworks Development. (2020). *Steam Sonbahar İndirimi 2020'ye Bir Bakış*. Steam: 24 Şubat 2022 tarihinde https://steamcommunity.com/groups/steamworks/announcements/detail/2947007387788837679?snr=2_groupannouncements_detail_adresinden_alindi
- Taylor, M. (2018). *Stardew Valley has sold over 15 million copies as creator shifts to new project*. PcGamer: 24 Şubat 2022 tarihinde <https://www.pcgamer.com/stardew-valley-has-sold-over-15-million-copies-as-creator-shifts-to-new-project/> adresinden alındı.
- Williams, D., Martins, N., Consalvo, M., & Ivory, J. D. (2009). The virtual census: Representations of Gender, Race, and Age in Video Games. *New Media & Society*, 11(5), 815-834.
- Witthof, N. D., & de Peuter, G. (2009). *Games of Empire*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Yee, N. (2008). Maps of Digital Desires: Exploring the Topography of Gender and Play in Online Games. C. Heeter, J. Denner, J. Y. Sun, & Y. B. Kafai (Dü) içinde, *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming* (s. 83-96). MIT Press. <http://www.nickyee.com/pubs/BBMK%20Yee.pdf> adresinden alındı.