

**Türk Oyun Sektöründe Alternatif Bir Finansman ve Pazarlama
Modeli: Kitle Fonlaması**

An Alternative Financing and Marketing Model in the Turkish Gaming
Sector: Crowdfunding

Behnan Giray SELÇUK

Arş.Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı ASD,
Res.Ass., Ankara Hacı Bayram Veli University,
Faculty of Fine Arts, Department of Visual Communication Design
giray.selcuk@hbv.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2027-4071

DOI: 10.56720/mevzu.1474058

Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Date Received: 26 Nisan / April 2024

Kabul Tarihi / Date Accepted: 10 Haziran / June 2024

Yayın Tarihi / Date Published: 15 Eylül / September 2024

Yayın Sezonu / Pub Date Season: Eylül / September

Atıf / Citation: Selçuk, Behnan Giray . "Türk Oyun Sektöründe Alternatif Bir
Finansman ve Pazarlama Modeli: Kitle Fonlaması". *Mevzu: Sosyal Bilimler Dergisi*, 12
(Eylül 2024): 195-224. <https://doi.org/10.56720/mevzu.1474058>

İntihal: Bu makale, ithenticate yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Plagiarism: This article has been scanned by ithenticate. No plagiarism detected.

web: <http://dergipark.gov.tr/mevzu> | <mailto:mevzusbd@gmail.com>

Copyright © CC BY-NC 4.0



Öz

Bu makale, video oyunlarının geliştirilmesi için Türkiye'de Kickstarter ve Fonbulucu gibi kitle fonlaması platformlarının kullanımını ve etkisini araştırmaktadır. Kitle fonlaması, bağımsız Türk oyun geliştiricilerinin geleneksel finansal engelleri aşarak gerekli fonlamayı toplamalarını sağlayan hayati bir finansal araç olarak ortaya çıkmıştır. Çalışma, 2013 ile 2023 yılları arasında bu platformlarda yer alan çeşitli projeleri analiz ederken, fonlama miktarları, başarı oranları ve kampanya sonrası sonuçlar gibi unsurları incelemektedir. Bulgular, kitle fonlamasının Türk video oyunu endüstrisinde girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmede daha önce var olmamış önemli bir rol oynadığını, yatırımlarda belirgin bir artış gösterildiğini ve çok sayıda projenin hayata geçmesini sağladığını ortaya koymaktadır. Fonlama hedeflerine ulaşmada yaşanan zorluklar ve projelerin gecikmeleri gibi sorunlara rağmen, kitle fonlaması geliştiricilere kritik pazar imkanları ve finansal kaynaklar sağlamıştır. Bu çalışma, gelişmekte olan pazarlarda video oyun geliştirme sektöründe alternatif finansmanın anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kitle Fonlaması, Video Oyunlar, Oyun Geliştirme, Pazarlama, Girişimcilik

Abstract

This paper investigates the use and impact of crowdfunding platforms such as Kickstarter and Fonbulucu for the development of video games in Turkey. Crowdfunding has emerged as a crucial financial tool that enables independent Turkish game developers to overcome traditional financial barriers and gather the necessary funding. The study analyzes various projects hosted on these platforms from 2013 to 2023, examining factors such as funding amounts, success rates, and post-campaign outcomes. The findings reveal that crowdfunding has played an unprecedented significant role in promoting entrepreneurial activities in the Turkish video game industry, showing a notable increase in investments and enabling the launch of numerous projects. Despite challenges such as difficulties in reaching funding goals and delays in projects, crowdfunding has provided developers with critical market opportunities and financial resources. This study contributes to the

understanding of alternative financing in the digital game development sector in emerging markets.

Keywords: Crowdfunding, Video Games, Game Development, Marketing, Entrepreneurship

Giriş

Son yıllarda tüm dünyada ve Türkiye’de büyük gelişim gösteren video oyun sektörü, COVID-19 pandemi sürecinde ve sonrasında da hızla büyümeye devam etmektedir. Özellikle mobil oyunlara olan talebin artması ve tüm video oyunların doğrudan dijital pazarlarda oyunculara sunulabilmesi hem dünyada hem de ülkemizde sektöre olan ilgiyi artırmaktadır. Oyun sektörü içerisindeki büyük şirketlerin yaptığı satın almaların yanı sıra girişim sermayesi (Venture Capital) yatırımlarının da sektördeki etkisinin arttığı görülmektedir.

Türkiye’nin genç nüfusu ve dolayısıyla büyüyen video oyun pazarının çapı Türk oyun sektörünün global pazarda rekabet edebilme potansiyelini göstermekte olsa da oyun sektöründe girişimcilik faaliyetlerine özel önem verilmesi gerekmektedir (Kepenek, 2018). Bunun yanında özellikle nitelikli işgücünün sayısını ve kalitesini artırmak adına özgün politikaların tasarlanması gerekmektedir (Kepenek, 2020). Ancak son yıllarda sektörde görülen gelişim bu doğrultuda adımlar atıldığını göstermektedir.

2022 yılında yayınlanan Türkiye Oyun Sektörü Raporu’na göre 2017 yılında 0,6 Milyon \$ değerinde yapılan yatırım 2022 yılında 424.7 Milyon \$ seviyesine çıkmıştır. 2020 yılında Türkiye merkezli Peak Games’in 1.8 milyar \$’a Zynga tarafından satın alınması ülkemizdeki oyun stüdyosu sayısını hızla artırmaya başladı (“Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2022”) Startup Centrum’un 2022 yılı için yayınladığı rapora göre Peak Games’de daha önce çalışmış 80 kişi kendi start-up’ını kurarken ülke çapında kurulan toplam 65 start-up’ın 28’i oyun girişimlerinden oluşmaktadır (“2022 Türkiye Startup Ekosistemi Yatırım Raporu - StartupCentrum”).

Türkiye’de bulunan 300’den fazla oyun firmasının içinde Peak Games ve Dream Games gibi unicornların¹ olması yeni girişimcileri cezbederken sektörün genellikle küçük çapta firmalardan oluşması bu tür girişimleri cesaretlendirmektedir. Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi’nin yayınladığı “Türk Oyun Ekosistemi’nin Görünümü” adlı rapora göre 2022 yılı itibarıyla Türkiye’de, video oyun alanında toplam 10 üniversitede lisans ve yüksek lisans programlarının yanı sıra, 522 aktif oyun stüdyosu, 10 oyun kuluçka merkezi, 13 Startup Hızlandırma Programı ve 5 oyun yatırım fonu bulunmaktadır (“Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2022”)

Özellikle son yıllarda oyun sektöründe oluşan bu büyük potansiyeli gören girişimcilerin yöneldiği finansal araçlardan en önemlilerinden biri de kitle fonlaması olmuştur. Bu çalışma, en popüler iki platform olan Kickstarter ve fonbulucu’ya özel olarak odaklanarak, Türkiye’de video oyun geliştirme için kitle fonlaması platformlarının kullanımına ilişkin kapsamlı bir genel bakış sunmayı amaçlamaktadır.

Amaç ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de video oyunları için kitle fonlaması platformlarının kullanımını analiz etmek, bu platformlarda yer alan projelerin başarılarını değerlendirmek ve kitle fonlamasına başvuran bağımsız Türk oyun geliştiricilerinin kampanyaları sonucunda Türk video oyun dünyasında kitle fonlamasının yerini tanımlayabilmektir. Çalışma özellikle, Türkiye’den en çok video oyun projesini içeren ve uluslararası bir platform olan Kickstarter’ın yanında yerel bir platform olan ve son zamanlarda başarılı video oyun projelerinin finanse edilmesinde katkıda bulunan Fonbulucu platformları üzerinde sınırlandırılarak, bu platformlarda yer alan Türk oyun projelerinin finansman süreçlerini, başarı oranlarını ve bu projelerin kampanyalar sonrası durumunu ortaya koymayı hedeflemektedir.

Bu çalışmada, Kickstarter ve Fonbulucu gibi önde gelen kitle fonlaması platformlarında yer alan Türk oyun projeleri incelenmiştir. Kickstarter’da konum olarak Türkiye seçildiğinde filtrelenen tüm projeler çalışmaya dahil edilirken, Fonbulucu’da video oyunlar ile ilgili tüm projeler dahil edilmiştir. Pro-

¹ 1 Milyar \$ değerinde değerlemeye sahip olan yatırım girişimleri

jelerin seçimi, belirli bir tarih aralığındaki (2013-2023) ve video oyunları kategorisinde yer alan kampanyalar arasından yapılmıştır. Her bir projenin fonlanma miktarı, hedeflediği fon miktarına ulaşma durumu, destekçi sayısı, projenin geliştirme ekibi büyüklüğü ve projenin coğrafi konumu gibi veriler toplanarak metin içinde ve tablolar aracılığıyla paylaşılmıştır. Özellikle Fonbulucu platformunun Kickstarter'a göre daha yeni olması başarı ile fonlanan projelerin akıbeti hakkında daha sınırlı bilgi imkanı vermektedir.

Kitle Fonlaması

Tarihte devletlerin oluşturduğu savunma tahvilleri ya da ünlü gazeteci Joseph Pulitzer'ın 1886 yılında Özgürlük Heykeli'nin inşası için New York sakinlerine yaptığı bağış çağrısı (*BBC News*, 25 Nisan 2013) gibi kitle örnekleri olan kitle fonlaması, internet teknolojisinin ortaya çıkması ile çok daha geniş kitleler tarafından kullanılan bir finansman yöntemi haline dönüşmüştür. 1997 yılında İngiliz rock grubu Marillion'un Amerika turnesi için internet üzerinde 60.000 \$ toplaması internet çağının ilk örneği olarak gösterilebilir (*BBC News*, 01 Eylül 2013). 2001 yılına kadar çeşitli sanat ve teknoloji projeleri kitle fonlaması yöntemiyle finansmana ulaşsa da bu iş modelini benimseyen ilk şirket Amerikan Artistshare şirketi olmuştur (2001) (Knowledge at Wharton, 2010). Bu modelin gelişimi ile Kiva (2005), Indiegogo (2008), Kickstarter (2009), GoFundMe (2010) gibi platformlar ortaya çıkarak kitle fonlamasını önemli ve popüler bir fenomen haline getirmiştir.

Kurucuların elde ettiği faydaya göre dört tip kitle fonlaması yöntemi vardır (Fathiyah Razan - Widyastuti, 2022):

- **Bağış Temelli Model:** Bu modelde bireyler karşılık beklemezsizin küçük miktarlarda bağışlar yaparak girişimcinin hedefine ulaşması hedeflenir. Bu modeli benimseyen platformlar girişimcilerin bağış toplamak amacıyla kampanyalar oluşturmasını sağlar (Zhao vd., 2019)

- **Ödül Temelli Model:** Bu modelde girişimciler parasal bir katkıda bulunarak parasal olmayan varlıklarla ödüllendirilirler (Zhao vd., 2019) Fransa'da yapılan bir çalışmaya göre bu model diğer modellerle kıyaslandığında en büyük paya sahiptir (Belleflamme vd., 2015)

- **Borç Verme Temelli Model:** Bu model genellikle kredi alabilmek için bankalara verecek yeterli varlığı/teminatı bulunmayan kişiler ya da küçük firmalar tarafından tercih edilen bir yöntemdir. Model aynı zamanda gerekli teminata sahip olmasına rağmen daha düşük maliyetle borçlanılmak istenmesi durumunda da kullanılmaktadır (Onur - Değirmenci, 2015). Borç verme modelinde borç banka yerine bir grup insandan temin edilerek kitle fonlaması sağlanmaktadır. Borç verme modeli kapsamında, katkıda bulunanlar verdikleri borç karşılığında hem faiz hem de verilen borcu geri alarak projeye finansman sağlarlar (Can - Başaran, 2020).

- **Öz Kaynak Temelli Model:** Öz kaynak temelli kitle fonlaması, bir girişimci veya firma, bir melek yatırımcı veya başka bir özel yatırımcı yerine bir grup insandan yatırım çekilmesi hedeflendiğinde kullanılır. Öz kaynak temelli modeller menkul kıymetler modeli ve toplu yatırım programı olmak üzere iki şekilde oluşabilir. Menkul kıymetler modelinde, yatırımcılar yatırım karşılığında öz kaynak enstrümanları alırlar ve buna göre destek veren şirketin ortakları/hissedarları olurlar (Can - Başaran, 2020).

Oyun Sektörü ve Yeni Girişimciler

Küresel oyun sektörü her geçen yıl büyümeye devam etmekte, daha fazla gelir elde etmekte, daha fazla insanı kendine çekmekte, teknolojik değişimlere uyum sağlamakta ve ekosistemine daha fazla oyuncu çekmektedir. Statista'nın 2002 yılı verilerine göre tüm dünya çapında birçok sektörü geride bırakan oyun sektörü 347 Milyar \$'lık bir ciroya ulaşmıştır (Statista, 2024). Tüm bu şaşalı büyüme rakamlarına rağmen sektör, konsollar gibi donanım sağlayıcıların, çok uluslu büyük geliştiricilerin ve dağıtım şirketlerinin kontrol ettiği bir oligopol niteliğini sürdürmektedir (José Planells, 2017). Büyük Britanya İmparatorluğu'nun ya da İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri'nin global kültür üzerinde oluşturduğu hegemonyadan yola çıkan Fron vd. oyun sektöründe de benzer bir hegemonyanın hüküm sürdüğünü öne sürmüştür:

Günümüzün hegemonik oyun sektörü, hem bireylerin hem de toplumların oyun deneyimlerini; kendilerine özgü oyun ve oynama kavramları çerçevesinde, yine kendi sektörlerinin teknolojik, ticari ve kültürel yatırımlarını güçlendirici normlar ve değerler ile aşılama çalışırken, alternatif oyun ürün-

lerinin marjinalize edildiği ve değersizleştirildiği döngüsel bir arz - talep sistemi yaratmaktadırlar (Fron vd., 2007).

Tüm bunların yanı sıra, popüler oyun platformlarına erişim imkanı yayıncılar tarafından kontrol edilmesi ve dikey bütünleşme² sebebiyle sektör içindeki büyük yayıncıların ve dağıtımçıların küçük oyun geliştirme stüdyoları üzerinde kurduğu tahakküm (kaynaklardan yoksun bırakma, farklı pazarlara giriş için yeterli ve etkili pazarlama yapmama) sonucu bu küçük stüdyoların aleyhine şartlara zorlanarak zor durumda bırakılması gibi nedenler ile yeni oyunlar yaratmak isteyen geliştiriciler adeta çifte filtrelemeye maruz kalmaktadır (Gil - Warzynski, 2014; José Planells, 2017).

Sektörün içinde bulunduğu şartlar, oyun geliştirmek isteyen yeni girişimciler için farklı finansman, pazarlama, tanıtım, dağıtım imkanlarına ihtiyaç doğurmuştur. Oyunların yalnızca fiziki kopyalar olarak satıldığı dönemin geride kalması sonucu Steam gibi özellikle PC'ler için ortaya çıkan yeni satış platformlarının yanı sıra günümüz oyun pazarının dominant üyesi olan mobil oyunların da bir dağıtıcıya ihtiyaç duymadan App Store ya da Google Play aracılığı ile satışa sunulabilmesi yeni oyun geliştiriciler için önemli bir sorun olan pazar ve dağıtım problemlerini ilk aşamada azaltmıştır. Ancak mevcut platformlarda oyunlara satışa sunabiliyor olmak küçük çaptaki oyun geliştiriciler için bir adım da olsa yeni problemlere de neden olmaktadır. Artık yalnızca bir platformda satışa hazır hale gelmek yeterli olmamakta, bu platformlarda görünür olmak da başlı başına bir sorun haline gelmektedir. Bu noktada büyük yayıncıların neredeyse sınırsız reklam ve pazarlama imkanları karşısında özellikle indie oyun geliştiricilerinin ciddi zorluklar yaşadıkları görülmektedir.

Bir diğer problem olan finansman için ise farklı yöntemler bulunmaktadır. Hükümetler, sanat konseyleri, oyun geliştirme dernekleri kuruluşları vb. birçok kurum ve kuruluş tarafından yalnızca oyunlar için sağlanan hibeler ve fonlar bu yöntemlerden biridir (Politowski vd., 2018). Bazı bağımsız oyun geliştiriciler ise girişim sermayeleri ya da melek yatırımcılar hisse senedi veya oyunun kârından pay karşılığında yatırım için sermaye bulmaktadır. Ancak

² Bir malın veya hizmetin hem üretim araçlarının hem de dağıtımının bir kuruluş tarafından sahiplenilmesi

bu tür yatırımcılar çoğunlukla yüksek kâr potansiyeli peşinde olduklarından bu yöntem geliştiriciler için zorlayıcı olabilir (Rezvani - Hayat, 2022). Bir diğer yöntem ise geliştiricilerin yarı zamanlı olarak çalışarak ya da birikimlerini kullanarak kendi kendilerini finanse etme yöntemidir. Bu yöntemde geliştiriciler yaratıcılık yönünden özgürleşse de finansal açıdan zorlanmaktadır (Martin - Deuze, 2009). Bu finansman yöntemlerinin yanı sıra, girişimcileri yatırımcılar ile interne aracılığı ile buluşturan kitle fonlaması ise oyun geliştiricilerin finansman kaynağı bulabilmeleri için inovatif ve nispeten yeni bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır (Aprianingsih vd., 2022; Song vd., 2019).

Video Oyunlarda Kitle Fonlaması Dönemi

Video oyun projelerinin finanse edildiği en büyük platformlardan Kickstarter gibi örneklerden önce kitle fonlaması desteği ile ortaya çıkan ilk oyunun ODTÜ Teknokent merkezli TaleWorlds'ün geliştirdiği Mount & Blade olduğu söylenebilir. TaleWorlds'un kurucusu Armağan Yavuz ile yapılan bir röportajda oyunun yalnızca Armağan Yavuz ve eşi İpek Yavuz tarafından geliştirilen bir garaj projesi olarak başladığı ve oyunun yalnızca bir kısmının tamamlanabildiği söylenmektedir. Yavuz, oyunun bu şekilde tamamının yapılamayacağını anladıklarını ve biten kısmı beta versiyon şeklinde satışa sunarak buradan gelecek gelir ile oyunu tamamlamak istediklerini belirtmiştir. Beta versiyonu alan oyuncular oyun tamamlanırsa ücretsiz olarak final versiyonu alabileceklerdir. Yavuz röportajın sonunda bu planlarının çok iyi işlediğini ve beta versiyonu alan oyunculardan gelen gelir ile oyunu tamamladıklarını açıklamaktadır (Gamereactor, 2008). 2004 yılında beta versiyonu satışa sunulan ve kendi topluluğunu oluşturan Mount & Blade'in final versiyonu 2008 yılında Steam'de yayınlanmıştır.

2012 öncesinde Kickstarter'da 100 bin \$'ı geçebilen Venus Patrol ve Code Hero gibi iki video oyun projesi yer alsa da bu tarihe kadar platformdaki projelerin çoğunluğu 10 bin \$ civarında gelir elde eden küçük projelerdi. 2011'de, son zamanların en popüler oyunlarından Minecraft ve yapımcısı Mojang'ın hikayesini belgesel olarak anlatmak için bir Kickstarter projesi başlatan 2 Player Productions, bir diğer oyun stüdyosu olan Double Fine Productions ile çekmek istedikleri bir başka belgesel için görüştüklerinde, Kickstarter üzerinden tamamen yeni bir oyun projesi başlatarak sürecin belgeselinin de 2 Player

Productions tarafından çekilmesine karar verdiler (Kickstarter, 2016). Double Fine Productions'ın kurucusu Tim Schaefer'in bir efsane olduğu ancak o yıllarda nesli tükenmekte olan macera oyunu kategorisinde bir oyun olan Double Fine Adventure ismi ile 9 Şubat 2012'de Kickstarter'da 400 bin \$ hedefi ile yola çıkmıştır. Sadece 8 saatte bu hedefine ulaşan Double Fine Adventure (değişen adıyla Broken Age), kampanya sonunda 3.336.371 \$'a ulaşarak Kickstarter tarihinin ilk büyük bütçeli oyun yapımı oldu. Projenin başarısının Kickstarter'daki oyun projelerinin seyrini tamamen değiştirdiği görüldü. Double Fine Adventure'dan önce oyun projelerine ayda ortalama 200 bin \$ destek gelirken, oyundan sonra bu rakam 4-10 Milyon \$'a çıktı (Strickler - Benenson, 2012). Sonraki yıllarda Bloodstained: Ritual of the Night ve Shenmue III gibi oyunlar 5 Milyon \$ rakamını geçti. 2023 itibarıyla yalnızca Kickstarter üzerinden fonlanmış en büyük kampanya 6.333.296 \$ ile Shenmue III için yapılandır. Bunun yanında bazı kampanyalar Kickstarter sonra kendi bağımsız kampanyalarına devam etmişlerdir. Bunlardan en önemlisi Guinness Rekorlar Kitabına giren Star Citizen'dır. İlk etapta Kickstarter üzerinden 2 Milyon \$'ın biraz üzerinde bir gelir elde eden kampanya esnetilmiş hedeflerle 6 Milyon \$ civarında bir destek elde etmiştir. Daha sonra kampanya bağımsız olarak devam etmiş topladığı 55 Milyon \$'ı geçen desteği ile 2014 yılında Guinness Rekorlar Kitabı'na girmiştir (Get2Gaming, 2014). Temmuz 2023 itibarıyla bu rakam 4.711.993 kişinin desteğiyle 595 Milyon \$ civarındadır ve kitle fonlaması ile en yüksek gelir elde eden oyun ünvanını sürdürmektedir (Roberts Space Industries, 2024).

Özellikle son 10 yıl içerisinde kitle fonlaması ile finanse edilen video oyunların sayısının artması yeni geliştiriciler için bu yöntemi cazip hale getirmiştir. Kitle fonlaması sayesinde geleneksel yayıncılara ihtiyaç duymadan alternatif kaynaklara ulaşarak direkt olarak hedef kitlelerinden destek alan geliştiricilerin finansmana erişimleri kolaylaşmıştır (Mollick - Kuppaswamy, 2014). Geliştiriciler kendi ihtiyaçlarına ve projelerinin hedeflerine en uygun finansman modeline ulaşabilmektedir. Kitle fonlaması platformlarından öz-kaynak temelli ya da ödül temelli modeller gibi seçenekler geliştiricilere finansman anlamında esneklik sağlar (Ferreira - Pereira, 2018). Yayıncıların ihtiyaçları ve sınırlandırmalarının olmaması, geliştiricilerin projeleri üzerinde yaratıcı kontrole sahip olmasını sağlayarak pazar trendlerine bağlı kalmaksız-

zın yenilikçi ve niş konseptlere yönelebilmeye olanak tanır. Ancak bazı durumlarda yayıncıların desteği ekstra avantajlar sağlayabilir. Başarılı bir kitle fonlaması kampanyası, yayıncıların ya da sektörün diğer büyük oyuncularının ilgisini çekebilir ve onlarla işbirliği yapmalarına olanak tanıyabilir (Tyni, 2020). Böylece kitle fonlaması kampanyaları, geliştiricilere finansmanın ötesinde potansiyel ortaklar, dağıtımıcılar ya da yatırımcılar gibi ekstra kaynaklara ulaşmalarını sağlar (Mollick - Kuppaswamy, 2014). Öte yandan, sektörün tecrübeli yayıncılarına ve dağıtımıcılarına ihtiyaç duymamanın çeşitli dezavantajları da olabilir. Geleneksel olarak yayıncıların ve/ya dağıtımıcıların üstlendiği pazarlama, paydaş ortaklıkları, dağıtım ağları ve müşteri ilişkileri gibi görevleri geliştiricilerin üstlenmesi gerekebilir (Tyni, 2020) Bu durum yeterli uzmanlığa ve kaynaklara sahip olmayan geliştiriciler için zorlayıcı olabilir. Geliştiricilerin zorlanabileceği bir başka durum ise proje yönetiminde olabilir. Kitle fonlaması geliştiricilere yayıncıların ihtiyaçları ve sınırlandırmaları olmadan yaratıcı kontrol imkanı sağlasa da, bu durum aynı zamanda deneyimli sektör oyuncularının finansal ve stratejik desteğinin de olmadığı anlamına gelebilir (Tyni, 2020).

Kitle fonlaması yöntemi finansal bir yöntem olmasının yanı sıra, bir pazarlama yöntemi olarak da görülebilir. Kampanyalar, geliştiricilere oyunları için ihtiyaç duydukları tanıtımı ve popüleriteyi sağlar (Ferreira - Pereira, 2018). Kampanyanın kendisi bir pazarlama aracı görevi görerek medyanın, influencerların ve potansiyel oyuncuların dikkatini çeker (Weber vd., 2023). Kitle fonlaması platformları geliştiricilerin hedef kitle ile bağ kurmasını ve bir destekçi toplulukları oluşturmasını sağlar (Song vd., 2019). Destekçiler projeler ile duygusal bağ kurarak geliştirme süreci boyunca değerli fikirlerini, geri bildirimlerini ve desteklerini paylaşırlar (Aygoren - Koch, 2021). Başarılı bir kitle fonlaması kampanyası oyun için ilgi ve talep olduğunu gösteren bir tür pazar onayı olarak da (Mollick - Kuppaswamy, 2014). Aynı zamanda geliştiricilerin pazar büyüklüğünü ölçerek oyun tamamlanmadan önce muhtemel müşterilerden geri bildirim almalarına olanak tanır (Jozani vd., 2022). Başarılı kampanyalar medyanın ilgisini çekebilir ve daha geniş bir kitleye ulaşabilir. Ancak bu durum da bir dezavantaja dönüşebilir. Bu yöntemde kampanyalar, katkıları karşılığında destekçiler için genellikle ödüller ve avantajlar içerir (Jozani vd., 2022). Destekçilerin beklentilerini karşılayabilmek ve vaat edilen

ödüllere zamanında ulaşabilmelerini sağlamak zorunluluğu, geliştiricilerin ekstra efor ve kaynak sarfetmelerine yol açabilir. Bir diğer dezavantaj da finansal belirsizlikler konusunda olabilir. Kitle fonlaması kampanyaları katılımcıların desteklerine ve katkılarına bel bağlamaktadır. Destekçilerin sayısının ve kitle etkileşiminin projenin pazar başarısı yakalamasında etkili olduğu gözlemlenmektedir (Aygoren - Koch, 2021). Bu durum proje beklediği gelire ulaşsa da finansal başarı ya da karlılığa ulaşamayabileceğini göstermektedir. Bunların yanında bir diğer dezavantaj da kitle fonlaması platformlarında önemli bir paya sahip olan video oyunların başarısızlık oranlarının yüksek olmasıdır. Oyun alanında önemli bir paya sahip olan kitle fonlaması platformu Kickstarter'a göre oyun finansman kampanyalarının üçte ikisi hedeflerine (Jozani vd., 2022). Bu durum, finansman hedefine ulaşamama riskinin oldukça fazla olduğunu ve dolayısıyla finanse edilmek istenen projenin planlara göre geliştirilememesine sebep olmaktadır. Ayrıca bu risk potansiyel geliştiriciler için caydırıcı gözükabilir. Bu durumun bir sebebi de son 10 yılda popülaritesi artan bu platformlarda yükselen rekabettir. Kitle fonlaması platformlarının kolay erişilebilirliği ve popülariteleri, finansman arayan proje sayısında önemli bir artışa yol açmıştır (Zhao vd., 2019). Bu durum rekabetin arttığı bir pazar oluşturarak bireysel ya da küçük çaplı projelerin öne çıkmasını ve yeterli finansman sağlamasını engelleyebilir. Kitle fonlaması yöntemi ile finansman kaynağı arayan geliştiricilerin vergi sorumluluklarını da göz önünde bulundurması gerekir. Bu yöntem ile elde edilen finansman kaynağı sonucu geliştiricilerin toplanan miktar doğrultusunda vergi ödemeleri gerekebilir (Andreev vd., 2023). Bu durum geliştiricilerin topladıkları gelirin bir kısmını vergiye ayırmalarını gerektirdiği için projenin finansal kapasitesini etkileyebilir.

Son yıllarda dünyada kitle fonlaması yoluyla başarıya ulaşmış olan oyunların sayısındaki artışın ise oyun sektörü içinde göz ardı edilmiş alanların da olduğunu göstermektedir. Örneğin bir zamanlar oyun sektörünün lokomotif türlerinden olan macera oyunlarının (özellikle point and click) son yıllarda niş bir alana hapsolmasının ardından Tim Schafer gibi bir geliştiricinin oyununu finanse edebilmek için kitle fonlamasına yönelmesi sektör içerisinde ana akımın dışında kalan türlerin ya da bazen geliştiricilerin mevcut durumunu gözler önüne sermektedir. Ancak son yıllarda kitle fonlamasına olan bu teveccühün başka nedenleri olduğu da görülmektedir. Kitle fonlaması başarıya olu-

şan oyunların görsel estetik öğelerinin farklılığı, oyun sürelerinin ana akım oyunlara göre olan kısalığı da bu tür oyunların belirli kitleler tarafından tercihine yol açmaktadır. Bazı oyunlarda oyun süresi ve görsel öğelerin geçmişte sevilen oyun türlerini anımsatması ise bu tür bağımsız oyunlara bir nostaljik özlem temelli bir takdir ortaya çıkardığı da görülmektedir. Tüm bunların yanında, oyun geliştirmede kullanılan teknolojinin gelişimi ve ucuzlaması da bağımsız oyun geliştiricilerini cesaretlendirmektedir. Bunun yanında mobil cihazların kullanımının yaygınlaşması ve dolayısıyla mobil oyunlara olan ilginin artması, mobil oyunların geliştirilmesinin diğer oyunlara göre uzunluk ve teknoloji açısından göreceli olarak daha kolay olması ve AppStore, Google Play, Steam gibi sundukları dijital satış ortamlarıyla tüm dünya pazarına ulaşmanın rahatlığı da mobil oyun geliştiriciler için daha önce var olmayan fırsatlar sunmaktadır.

Minecraft'ı geliştiren Mojang Studios gibi bağımsız oyun geliştiricilerin Xbox Game Studios gibi büyük oyun şirketleri tarafından satın alınması (Molina, 2015) ve bu örneklerin giderek artması, büyük oyun stüdyolarının müşteri portföylerini giderek genişletmeye ve çeşitlendirmeye çalıştıklarını göstermektedir. Özellikle son yıllarda kullanıcıların müzik, film, dizi, video oyun vb. içeriklere çevrimiçi ve dijital olarak ulaşabilmesi şirketleri mümkün olduğunca geniş bir kitleye ulaşmaya yöneltmektedir. Daha önce CD, DVD gibi basılı materyallerin satış rakamına göre hasılat elde eden şirketler mevcut durumda sattıkları dijital kopyaların yanı sıra ulaştıkları müşteri sayısını da hasılatı dahil etmektedir. Örneğin transmedya hikaye anlatımı yöntemini tercih eden franchiseler de anlattıkları hikaye dünyasına mümkün olduğunca fazla müşteri çekmek istemektedirler. Tüm bunlar büyük bir stratejinin parçası olarak da görülebilir. Bu makalede daha önce bahsedilen Tim Schafer'in başarıya ulaşan kitle fonlaması kampanyalarının sonucunda geliştirdiği oyunlar ve yakaladığı başarı sonucu şirketi Double Fine Productions'ın Xbox Game Studios tarafından satın alınması bu stratejiye bir örnek olarak gösterilebilir. Double Fine Productions tarafından geliştirilen Broken Age'i oynamak isteyen bir oyuncunun Xbox GamePass üyesi olması ve böylece GamePass kataloğundaki diğer oyunlardan Halo'nun dikkatini çekmesi üzerine bu oyun dünyasına merak salması ve sonrasında Halo'nun kitaplarını satın alması bu stratejinin hedeflediği kullanıcı davranışının basit bir örneği olabilir.

Ülkemizde oyun sektörü gelişmekte olan bir sektör olsa da henüz dünyadaki büyük oyun şirketleri ile rekabetten uzak bir görüntü çizmektedir. Ancak son yıllarda özellikle mobil platformlarda öne çıkan örnekler Türk oyun sektörünün potansiyelinin büyüklüğünü göstermektedir. Tüm dünyada bir hegemonya oluşturan oyun sektörünün bu yapısı içerisinde bağımsız ya da indie olarak adlandırılabilir projelerin kendilerine alan açabilme ihtimalini görmelerinin en önemli nedenlerinden biri de kitle fonlaması metodu ile projelerini finanse edebiliyor olmalarıdır. Örneğin Monochroma için Game Developer’da retrospektif bir Kickstarter yazısı yazan geliştirici Burak Tezateser;

“Papo&Yo’nun yaratıcı direktörü Vander Caballero ile konuştuğuktan sonra Monochroma için farkındalık yaratmanın en iyi yolunun bir Kickstarter projesi olduğunu söyledi. Biz de bir şansımız olabileceğini düşündük ve belki de tek bir şansımız olacağına inanarak denemeye karar verdik” (Tezateser, 2013) diyerek kitle fonlamasının projeye başlamalarında ne kadar önemli olduğunu belirtmiştir.

Kitle Fonlamasına Başvuran Türk Oyun Projeleri

Bu çalışmada incelenen Kickstarter ve fonbulucu platformlarındaki toplam 33 proje sonucunda hedeflenen 1Milyon 350 bin \$ civarındaki miktara karşılık yaklaşık 1 Milyon 230 bin \$ bir yatırım yapılmıştır³. Bu rakam destekçiler tarafından yatırılan miktarı gösterse de her iki platformda da yalnızca hedeflerine ulaşan geliştiriciler projelerine yatırılan miktarı alabilmektedir. Ancak toplam miktarlara bakıldığında başarılı olan ve hatta hedeflerini aşan toplam 12 proje (Kickstarter’da 7, fonbulucu’da 5) ardından geliştiriciler yaklaşık 1 Milyon 139 bin \$ almaya hak kazanmışlardır. Her iki platforma bakıldığında proje geliştiricilerin ortalama 4,1 kişiden oluştuğu görülmektedir. Kickstarter’daki 28 projenin ekiplerinin 4’ü hakkında bilgiye ulaşılamazken, 5 projenin bireysel proje olduğu ve kalan 19 projenin 2 veya daha fazla kişi tarafından geliştirildiği görülmektedir. Bireysel projelerin tamamı hedefledikleri miktara ulaşamamıştır. Kickstarter’da bilgilerine erişebilen 24 projede ortalama ekip büyüklüğü 2,8 iken, fonbulucu’daki 5 projede ekipler ortalama 10’ar kişiden oluşmaktadır. Geliştiricilerin ülke içindeki konumuna bakıldığında ise

³ Kickstarter ve fonbulucu platformlarında ilgili projelerin web sayfalarındaki verilere göre

33 proje içerisinde İstanbul'dan 23, Ankara'dan 3, İzmir'den 3 ve Antalya, Muğla, Kocaeli, Eskişehir'den 1'er proje olduğu görülmektedir.

	Başarılı Proje Sayısı	Hedeflenen Yatırım Miktarı (\$)	Toplam Yatırım Miktarı (\$)	Destekçi (Yatırımcı) Sayısı	Ortalama Yatırım Miktarı (\$)	Ortalama Destekçi (Yatırımcı) Sayısı	Ortalama Geliştirici Eki-bi Büyüklüğü
Kickstarter	7	227.982	258.458	5945	43,4	849	2,8
Fonbulucu	5	704.231	880.337	7355	119,7	1473	10

Tablo 1. Kickstarter ve Fonbulucu platformlarında hedeflerine ulaşan başarılı projelerin karşılaştırılması (Kaynak: Kickstarter.com, Fonbulucu.com)

Kickstarter'da bulunan 28 projeden 7'si hedeflediği miktara ulaşırken başarı oranı %25'te kalmıştır. Kickstarter verilerine göre oyun kategorisinde (kutu oyunları da dahil olmak üzere) başarı oranı yaklaşık %48'dir⁴. Kickstarter'da hedeflenen fon miktarını oransal anlamda en fazla aşan oyun 2016 yılında yayınlanan Stygian: Reign of the Old Ones adlı proje olurken, bu proje aynı zamanda 2613 kişi ile en fazla destekçiye ulaşmıştır. Başarılı ve başarısız olan 28 projenin tamamında toplam 7418 kişi destek verirken proje başına ortalama 265 destekçi düşmektedir. Başarılı olan 7 proje göz önüne alındığında ise destekçi ortalamasınının 850'ye çıktığı görülmektedir. Bu 7 proje incelendiğinde Stygian: Reign of the Old Ones, Overfall ve Monochroma adlı projelerin destekçi sayıları ile ortalamaı yükselttiği görülebilirken destekçi sayısının çok olmasının doğrudan başarı getirmediği söylenebilir. Ancak destekçi sayısının fazlalığı toplam yatırım miktarı ilişkilendirilebilir. En yüksek getiri getiren ilk 3 proje aynı zamanda 1000 kişinin üzerindeki sayılarıyla en fazla destekçi sayısına sahiptir. Bu 3 projede destekçi başına ortalama 44\$ yatırılırken,

⁴ <https://www.kickstarter.com/help/stats>

tüm oyunların toplam destekçi sayısının %75'ini ve toplanan tüm yatırım miktarının %67'sini bu projeler ile sağlanmıştır. Bu noktada destekçi başına düşen ortalama yatırım miktarının yüksekliğinin projenin başarı sağlamasında etkisinin olmadığı söylenebilir. Tüm projelerde destekçi başına 47\$ dolar düşerken bu rakamı aşan 7 projenin başarısız olduğu görülmektedir. 2613 kişi ile en çok destekçisi olan Stygian: Reign of the Old Ones için destekçi başına yatırılan miktarın ise 31,6\$ dolar ile ortalamanın altında kaldığı görülmektedir. Başarılı olan diğer 6 projenin ise bu eşiği geçtiği görülmektedir.

Proje Adı	Hedeflenen Yatırım Miktarı (\$)	Toplam Yatırım Miktarı (\$)	Destekçi Sayısı	Ortalama Yatırım Miktarı (\$)	Kampanya Başlangıç - Bitiş Tarihleri
The Ancients	4500	5843	115	50,8	04.10.2022-04.11.2022
Justice.exe	8000	8567	158	54,3	25.03.2022-09.05.2022
Stygian: Reign of the Old Ones	61.732	82.776	2613	31,6	01.06.2016-01.07.2016
Overfall	65.000	67.768	1430	47,3	17.08.2015 - 18.09.2015
TROTAN	3750	3750	31	120,9	27.06.2015 - 11.08.2015
Ezone Transporters	5000	5110	61	83,7	12.02.2014 - 14.03.2014
Monochroma	80.000	84.644	1537	55	10.07.2013 - 24.08.2013

Tablo 2. Kickstarter'da hedeflerine ulaşan projeler (Kaynak: Kickstarter.com)

Kickstarter'da Türkiye konumlu ilk proje olan Monochroma'nın 2013 yılında başarıyla fonlanmasının ardından geçen 10 yılda toplam 21 proje fonlanma çabasında başarısız olmuştur. Bu projelerden 14'ü kampanyaları süresince hedefledikleri miktara ulaşamamış, 7'si ise kampanya süreleri dolmadan iptal edilmiştir. İptal edilen projelerden ManMade, Curse of Anabelle ve Last Hand hedeflerine yaklaşarak diğer başarısız olan kampanyalardan ayrışsa da,

başarısız projelerin büyük çoğunluğunda hedeflenen miktar ile toplanan miktar arasındaki farkın büyüklüğü dikkat çekmektedir.

Proje Adı	Hedeflenen Yatırım Miktarı (\$)	Toplam Yatırım Miktarı (\$)	Destekçi Sayısı	Ortalama Yatırım Miktarı (\$)	Başarı Oranı	Kampanya Başlangıç-Bitiş Tarihleri
The House	763	176	5	35,2	%23	24.04.2023 - 24.05.2023
Mindropx	213	8178	3	71	%2,6	08.11.2022 - 08.12.2022
Oxygen	10913	1179	41	28,7	%10,8	07.10.2022- 6.11.2022
Lunatic	2182	4	4	1	%0,18	26.08.2022 - 10.09.2022
SpaceBo-urne II	22585	15039	202	74,4	%66,6	01.01.2022 - 10.02.2022
Toy Tinker Simulator	5000	1237	15	82,4	%24,7	21.05.2021 - 20.05.2021
The Deep End	15266	1824	42	43,4	%12	06.02.2021 - 08.03.2021

						1
Animal Rescuer	7639	667	42	15,8	%8,3	07.10.2020 - 06.11.2020
Curse of Anabelle	16494	11217	104	107,8	%68 (Kampanya İptali)	30.10.2019 - 29.11.2019
Attila: Reborn	4917	1229	22	55,8	%25	17.08.2019 - 01.10.2019
Zeal	101506	11236	151	79,6	%11 (Kampanya İptali)	27.10.2018 - 28.11.2018
Faronnia	2540	64	2	32	%2,5	27.06.2018 - 27.07.2018
ManMade	46889	32783	513	63,9	%69,9 (Kampanya İptali)	05.06.2018 - 10.07.2018
Kangaroo Simulator	5000	81	5	16,2	%1,62	16.05.2018 - 15.06.2018
Renaissance	1635	115	7	16,42	%7	09.06.2017 - 09.07.2017
Vikings:	40892	431	35	12,3	%1 (Kam-	03.04.201

Wars of Ragnarok					(Kampanya İptali)	7 - 08.05.2017
Mech Wars	16356	478	11	43,4	%2,9 (Kampanya İptali)	27.04.2016 - 27.05.2016
Secret Agent	2000	216	22	9,8	%10,8	08.03.2016 - 28.03.2016
Last Hand	13216	7800	149	52,3	%59	19.12.2015 - 18.01.2015
Waking Up Eric Claud	45000	3610	32	112,8	%8 (Kampanya İptali)	19.11.2014 - 19.12.2014
Lanistawars: Titan	49063	1512	76	19,8	%3 (Kampanya İptali)	14.05.2014 - 16.06.2014

Tablo 3. Kickstarter'da hedeflerine ulaşamayan projeler (Kaynak: Kickstarter.com)

İncelenen diğer platform olan fonbulucu'da ise oyun kategorisindeki tüm projeler hedefledikleri miktara ulaşmış ya da bu miktarı aşmıştır. Bu noktada *Kickstarter* ve *fonbulucu* arasındaki fonlama modeli farklılığının göz önünde bulundurulması gerekir. Ödül temelli bir platform olan *Kickstarter*'da yalnızca video oyun projeleri yer alırken, öz kaynak temelli olan *fonbulucu*'daki kampanyalar arasında video oyun projelerine ek olarak oyun geliştirici şirketlere de yatırım fırsatı sunulmaktadır. Ayrıca *fonbulucu*'da kampanyalar başvuru aşamasında bir yatırım komitesinin onayından geçmektedir. Bunun yanında girişimcilere kampanya öncesinde ve kampanya esnasında medya, pa-

zarlama, tanıtım vb. konularda planlama desteği verilirken girişimciler özel yatırımcılarla da görüşebilmektedirler⁵. Platform tarafından sağlanan tüm bu desteklerin yayınlanan projelerin büyük ölçüde başarılı olmasına katkı sunduğu söylenebilir. Platformun hizmete başladığı 2021 yılından 2023 yılının ilk 6 aylık döneminin sonuna kadar yayınlanan 82 kampanyanın 72'si hedeflenen fonlama miktarına ulaşarak %88'lik bir başarı oranına ulaşılmıştır⁶.

Proje Adı	Hedeflenen Yatırım Miktarı (\$)	Toplam Yatırım Miktarı (\$)	Pay Alan Yatırımcı Sayısı	Nitelikli Yatırımcı Sayısı	Ortalama Yatırım Miktarı (\$)	Kampanya Başlangıç -Bitiş Tarihleri
NoExit Games	269.231	274.801	1894	307	124,8	15.05.2023-15.07.2023
Compactive	130.769	201.897	1355	236	126,8	10.04.2023 - 9.06.2023
RushAway	276.923	355.995	2388	349	130	17.04.2023 - 17.05.2023
Bilge Tunga	10.769	11.791	256	8	44,6	02.08.2021-30.09.2021
Fernvaille	16.538	35.853	544	18	63,7	03.06.2021-1.08.2021

Tablo 4. fonbulucu'da hedeflerine ulaşan projeler (Kaynak: Fonbulucu.com)

Kickstarter'da olduğu gibi destekçi sayıları göz önüne alındığında fonbulucu'daki destekçi ayırımına dikkat edilmesi gerekir. Bu platformda destekçi-

⁵ <https://invest.fonbulucu.com/sayfa/finansmana-nasil-ulasirim-38>

⁶ <https://invest.fonbulucu.com/sayfa/istatistiklerimiz-42?b=2>

ler, pay alan yatırımcı ve nitelikli yatırımcı olarak ikiye ayrılmaktadır ve nitelikli yatırımcı şu şekilde tanımlanmaktadır:

Yerli ve yabancı yatırım fonları, emeklilik fonları, yatırım ortaklıkları, aracı kurumlar, bankalar, sigorta şirketleri, portföy yönetim şirketleri, ipotek finansmanı kuruluşları, emekli ve yardım sandıkları, vakıflar, Sosyal Sigortalar Kanununun ilgili maddesince kurulmuş sandıklar, kamuya yararlı dernekler ile nitelikleri itibariyle bu kurumlara benzer olduğu Kurulca belirlenecek diğer yatırımcılar ve sermaye piyasası araçlarının ihraç tarihi itibariyle en az 1 milyon lira tutarında Türk Lirası, yabancı para veya sermaye piyasası aracına sahip gerçek ve tüzel kişiler", kanunda nitelikli yatırımcı olarak tanımlanmaktadır⁷.

Nitelikli yatırımcıların ekonomik gücünün belirtildiği bu tanım göz önüne alındığında nitelikli yatırımcıların kişi başına daha fazla yatırım yapabileceği düşünülse de, fonbulucu'nun her yatırımcının yatırdığı miktarı paylaşması sonucu nitelikli yatırımcıların da diğer yatırımcılara benzer oranda yatırım yaptığı görülebilir. Ayrıca nitelikli yatırımcı olarak işaretlenmemiş yüksek miktarda yatırım yapan bazı tüzel kişilerin olduğu da görülmektedir. Bu durumda fonbulucu'nun kampanyalar sayfasında da belirttiği gibi toplam yatırımcı sayısı yani destekçi sayısı göz önüne alınarak destekçi başına düşen yatırım miktarı incelenebilir. 5 projeye 7355 kişi tarafından yatırılan toplam 880,337\$ rakamına bakıldığında destekçi başına 119,7\$ yatırıldığı görülmektedir. Proje başına ise 1473 destekçi düşmektedir. Özellikle 2023 yılında başarıya ulaşan 3 projede, önceki 2 projeye göre yatırılan miktar, destekçi sayısı ve destekçi başına düşen yatırım miktarında büyük artış olduğu görülmektedir.

Fonlama Sonrası Projeler

Kitle fonlaması kampanyalarını başarıyla tamamlayan projelerin destekleyicilere ya da yatırımcılara vaad ettiklerini ne ölçüde gerçekleştirdikleri de bu projelerin başarılarının değerlendirilmesinde önemlidir. Kickstarter'da başarıyla fonlanan projelerin yalnızca %30'u hedeflenen çıkış tarihinde ya çıkış tarihinden sonraki 6 ay içinde tamamlanmış ya da piyasaya sürülmüştür. Bu projelerin %40'ı ise kampanyaları sonunda başarıyla fonlanmalarına rağmen

⁷ <https://invest.fonbulucu.com/yardim-merkezi/nitelikli-yatirimci-nedir-105>

men, fonlama sonrası destekçilerine hiçbir şey sunamamıştır (van Otterloo, 2022). Bu veriler dikkate alındığında başarıyla fonlanmış bir projenin zamanında yayınlanması hiç şüphesiz bir başarı kıstası olarak değerlendirilebilir.

Proje Adı	Hedeflenen Çıkış Tarihi	Gerçekleşen Çıkış Tarihi
The Ancients	Kasım 2023	Devam Eden Süreç
Justice.exe	Haziran 2022	Temmuz 2022
Stygian: Reign of the Old Ones	Aralık 2017	Eylül 2019
Overfall	Aralık 2015	Mart 2016
TROTAN	Kasım 2015	Yayınlanmamış
Ezone Transporters	Nisan 2014	Eylül 2014
Monochroma	Aralık 2013	Mart 2014

Tablo 5. Projelerin Hedeflenen ve Gerçekleşen Çıkış Tarihleri (Kaynak: Kickstarter.com)

Kickstarter’da başarılı olan projelere bakıldığında, 7 projenin 4’ünün yukarıda belirtilen %30’luk dilim içine girerek hedeflenen çıkış tarihinde ya da bu tarihten sonraki 6 ay içinde yayınlandığı görülüyor. Başarıyla fonlanıp hedef çıkış tarihinde yayınlanamayan Stygian: Reign of the Old Ones adlı proje ise bu vaadini yaklaşık 2 yıl sonra gerçekleştirebilmiştir. Bu 7 proje arasında yalnızca TROTAN adlı proje hedeflenen çıkış tarihinde ve sonrasında projenin vaad ettiği oyunu ortaya koyamamıştır ve bu durumu projenin Kickstarter sayfası üzerinden destekçileri ile paylaşmıştır. Bu çalışmada bahsedilen son başarılı Kickstarter projesi olan The Ancients için ise hedeflenen çıkış tarihinin üzerinden 6 ay geçse de yayınlanma süreci hala devam etmektedir.

Fonbulucu’da finansman konusunda başarıya ulaşan projelere bakıldığında ise bu projelerden 3’ünün oyun stüdyoları, 2’sinin ise Kickstarter’da görüldüğü gibi video oyun projeleri olduğu anlaşılmaktadır. Bu 2 projenin başarı kıstaslarından biri Kickstarter projelerinde olduğu gibi yayınlanmış olmaları olarak görülebilir. Oyun şirketlerine yatırım içeren projelerde ise proje başlangıçlarında belirlenen hedeflere ve bu şirketlerin yayınladıkları oyunlara bakılabilir. Fonbulucu’da başarıya ulaşmış 2 oyun projesi olarak

RushAway ve Bilge Tunga adlı oyunlardan yalnızca Bilge Tunga yayınlanmış, RushAway ise çalışmanın yapıldığı tarih itibariyle yayınlanmamıştır. Platformda bu alanda başarılı olan ilk proje olan Fernvaille bir oyun projesi olarak gözüke de yatırımcıların Fernvaille Oyun Teknolojileri A.Ş. girişiminde pay sahibi oldukları anlaşılmaktadır. Bu açıdan Fernvaille adlı projenin hem oyun stüdyosu hem de video oyunu olarak değerlendirilmesi doğru olacaktır.

Fernvaille dışında başarıyla fonlanan diğer 2 oyun stüdyosu projeleri ise Compactive ve NoExit Games'tir. Her iki stüdyonun da Google Play ve AppStore gibi platformlarda yayınlanmış oyunları bulunmaktadır.

Projelere ayrı ayrı baktığımızda Kickstarter'da başarıya ulaşmış projelerin neredeyse tamamının kişisel bilgisayar platformları olan Windows, Mac ve Linux için hazırlandığı görülmektedir. Fonbulucu'daki projelerde ise başarıya ulaşan projelerde ise mobil oyun platformlarının ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Proje Adı	Platform/lar
The Ancients	Windows
Justice.exe	Windows, Mac
Stygian: Reign of the Old Ones	Windows, Mac, Linux
Overfall	Windows, Mac, Linux
TROTAN	Android, iOS
Ezone Transporters	Android, iOS
Monochroma	Windows, Mac, Linux, Android, XONE, X360, XBOX, PS4, PS3, VITA
Bilge Tunga	Android, iOS
NoExit Games	Android, iOS
Compactive	Android, iOS
Fernvaille (Rushaway)	Web 3

Tablo 5. Projelerin Yayınlandıkları Platformlar (Kaynak: Kickstarter.com, Metacritic.com)

Tüm projeler içinde yerli ve yabancı medyada en fazla yer bulan örnek Monochroma olmuştur. Kickstarter'da başarıya ulaşan oyun aynı zamanda

2013 yılında Steam Greenlight⁸ platformunda da onay almıştı. Oyunun 2014 yılında ilk olarak PC platformu için yayınlandıktan sonra Xbox ve Playstation gibi konsollar ve mobil cihazlar için de yayınlanması ile diğer projelere kıyasla daha başarılı olduğu söylenebilir.

Monochroma'nın oyun mekanikleri ve estetik açılarından özgün özellikleri hem Kickstarter hem de Steam platformlarında bulunduğu desteğin nedenleri olabilir. 1950'lerde alternatif bir evrende geçen oyun, iki kardeşin hikayesini anlatır. Hikaye, küçük kardeşin oynarken yaralanması ve büyük kardeşin onu yolculukları boyunca taşımak zorunda kalmasıyla gelişir. Bu, oyuncuların genç kardeşin durumunu yönetirken karmaşık bulmacaları çözmeleri gereken benzersiz bir oyun dinamiği oluşturmaktadır. "Monochroma", çevre ve anlatıdaki belirli öğeleri vurgulamak için kullanılan kırmızının dışında sadece siyah ve beyaz renkler kullanılarak sunulur. Oyunun görsel stili ve atmosferi, film noir ve distopik temalardan büyük ölçüde etkilenirken oluşan bu özgün atmosfer oyunun en ön plana çıkan özelliği olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca oyunda diyalogların olmaması ve ses efektlerinin minimum düzeyde kullanılması hikaye anlatımının temel unsurunun görseller olduğunu göstermektedir. Öte yandan oyunun bu stili, oyun bir çoğu renkli olan 2 boyutlu platform oyunlarından kendini genel olarak ayırır da, siyah beyaz renklerin tercih edilmesi bir başka 2 boyutlu siyah-beyaz bulmaca oyunu olan Limbo ile benzerlik kurulmasına yol açmıştır. 2010 yılında küçük bir bağımsız stüdyo tarafından piyasaya sürülen ve önemli başarılar kazanan bu oyunun bilinirliği, Monochroma'nın ortaya çıktığı andan itibaren Limbo ile karşılaştırılmasına neden olmuştur. Limbo ile olan bu benzetilme durumu Monochroma için negatif bir imaj çiziyor gibi gözükse de oyunun popülerliği konusunda pozitif bir etki göstermiş olabilir. Oyun için yapılan dijital medyada bulunan incele-

⁸ Steam Greenlight, Steam platformunda bir hizmet olarak kullanıcıların yeni oyunları değerlendirmelerine ve hangi oyunların Steam'de satışa sunulacağını seçmelerine olanak tanıyan bir sistemdi. 2012'de başlatılan bu sistem, geliştiricilerin oyunlarını Steam'de yayınlama şansını elde etmek için topluluktan destek aramalarına yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuştu. Kullanıcılar, çeşitli oyun projelerini gözden geçirir ve beğendikleri projeler için oy kullanırlardı. Bir oyun yeterli ilgi ve destek topladığında, Steam ilgili oyunu platformda yayınlamayı kabul ediyordu. 2017 sonlandırılan bu program yerini daha kapsamlı bir süreç olan Steam Direct'e bıraktı.

me sayısı bu çalışmada bahsedilen diğer tüm projeleri geride bırakmaktadır. Örneğin bir çok farklı platformdaki incelemeleri bir araya toplayan metacritic.com adlı sitede Monochroma için yapılmış 27 inceleme bulunmaktadır. Bu sayı Stygian: Reign of the Old Ones için 17 iken, Overfall için 6'dır. Justice.exe için ise henüz inceleme bulunmamaktadır.

Monochroma'nın kitle fonlaması yoluyla finanse edilmesi ve bu konuda ülkedeki ilk örnek olmasının medyada yer bulmasında önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Kickstarter kampanyasının başlamasının ardından özellikle dijital medyada Webrazzi, Oyungezer, Merlin'in Kazanı, LOG, Donanım Haber gibi platformlarda yer bulan projenin kitle fonlaması kampanyasında başarıya ulaşması sonucu bu başarının da haberleri benzer platformlarda yer almıştır. Kitle fonlaması kampanyaları ile finansman hedefleyen Türkiye temelli projelerin Kickstarter'da yayınlanması sonrası Monochroma'da olduğu gibi benzer dijital platformlardan yer bulduğu görülmektedir. Kickstarter'da başarıyla fonlanan Stygian: Reign of the Old Ones, Overfall, Ezone Transporters, The Ancients ve TROTAN'ın da kampanya süreci çeşitli platformlarda haber konusu olmuştur. Öte yandan, Kickstarter'da başarıyla fonlanan bir diğer proje olan Justice.exe'nin ise aynı görünürlüğe ulaşamadığı görülmüştür. Projenin Kickstarter'daki lokasyonu Türkiye olmasına rağmen ve oyunun Türk geliştiriciler tarafından yapılıyor olmasına rağmen diğer başarıyla fonlanan projelere göre Türk dijital medyasında yer bulmamasının nedeninin, Kickstarter kampanyasını başlatan firmanın Shenzen temelli IndieArk adlı yayıncı şirket olduğu düşünülebilir. Daha önce bir çok oyunu yayınlamış olan bu şirketin desteğini almak Justice.exe projesinin kitle fonlamasının ilk bölümlerinde bahsedilmiş olan faydalarını gösterse de, dijital medyada yer bulmaması ise bu durumdan negatif etkilenmiş olabileceğini göstermektedir.

Bunun yanısıra Fonbulucu'da yayınlanmış olan kampanyaların da yukarıda bahsedilen platformlarda kendilerine yer bulduğu görülmektedir. Ancak Fonbulucu'nun Kickstarter'a göre farklı olan fonlama modelinin yapısının bu projelerin egirisim.com, investing.com, paradergi.com.tr gibi yatırım ve finans platformlarında da yer bulmasını sağladığı görülmektedir.

Kitle fonlaması platformlarında projeleri fonlanan geliştiricilerin başarıyla fonlanan projeleri sonrası yeni geliştirdikleri oyun sayısının bir hayli düşük olduğu görülmektedir. Kickstarter'da başarıya ulaşan projelerden yalnızca Monochroma ve Stygian: Reign of the Old Ones oyunlarının geliştiricilerinin yeni oyunları piyasaya çıkmıştır. Monochroma'yı geliştiren Nowhere Studios 2020 yılında Circadian City adlı oyunu çıkarırken, Stygian: Reign of the Old Ones'ı geliştiren Cultic Games 2022 yılında Cats and the Other Lives adlı oyunu piyasaya sürmüştür. Diğer taraftan Stygian: Reign of the Old Ones'in yayıncısı olan Fulqrum Publishing, ikinci bir oyunu farklı bir geliştirici olan Misterial Games ile Stygian: Outer Gods olarak devam ettirmektedir. Diğer platform olan Fonbulucu'daki projelerin ise Kickstarter'a göre daha yeni projeler olması ve bu firmaların Kickstarter projelerinin aksine yoğunlukla oyun şirketi yatırımlarına dönüşmesi tam anlamıyla bir karşılaştırma imkanı sunmamaktadır. Bu projeler arasında ilk fonlanan proje olan Bilge Tunga projesi ile başarılı olan geliştirici Tungasoft ise mobil oyunlar ve akıllı tahta oyunları geliştirmektedir.

Kickstarter'da fonlama kampanyasını başarıyla tamamlayamayan projelere bakıldığında ise sürpriz biçimde 7 projenin piyasaya çıktığı görülmektedir. Fonlama kampanyasını başarıyla tamamlayan projelerin vaad edilen zamanda yayınlanması ya da zamanında olmasa da yayınlanmasının bir başarı kıstası olduğu bir ortamda, fonlama kampanyasını başarısız tamamlayan 21 projenin 7'sinin başarıyla oyunculara ulaşmış olması dikkate değer bir sonuç olarak görülmektedir. Bu 7 projeden Oxygen, Space Bourne II, Toy Tinker Simulator, Animal Rescuer, Curse of Anabelle ve Zeal PC platformu için Steam'de yayınlanırken, Secret Agent: Hostage adlı mobil oyun ise Android platformunda yayınlanmıştır. Bu noktada bu projelerden bazılarının kitle fonlaması kampanyaları sürecinde diğer oyunlar gibi yukarıdaki dijital platformlarda yer bulduğunu belirtmek gereklidir.

Sonuç

Bu çalışma, Türkiye'deki video oyun geliştiricileri için kitle fonlamasının önemli bir finansal ve pazarlama aracı olduğunu ortaya koymaktadır. Kitle fonlaması, projelerin geliştirilme aşamasında gerekli sermayeyi toplamalarına olanak tanıyarak, geliştiricilerin bağımsız olarak projelerini hayata geçirmele-

rine yardımcı olmuştur. Özellikle bağımsız geliştiriciler ve küçük stüdyolar için, bu platformlar finansal erişim sağlamanın yanı sıra geniş bir kitleye ulaşma fırsatı sunmaktadır.

Ancak, bulgular aynı zamanda kitle fonlamasının bazı zorlukları da göstermektedir. Projelerin büyük bir kısmı fonlama hedeflerine ulaşamamış, hatta başarıyla fonlansa bile, projenin nihai teslimatında gecikmeler ve başarısızlıklar yaşanmıştır. Bu durum, kitle fonlamasının yalnızca başlangıç sermayesi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda projenin yönetimi ve uygulanması konusunda da belirli zorluklar yarattığını göstermektedir.

Öte yandan kitle fonlaması kampanyaları başarıya ulaşamayan bazı projelerin de daha sonradan kendi çabalarıyla projelerini piyasaya sürebildikleri görülmektedir. Özellikle Kickstarter'da nicelik olarak başarıyla fonlanıp piyasaya sürülen oyunlara kıyasla fonlama kampanyası başarısız olan projelerin de sürpriz biçim başarılı oldukları söylenebilir. Bu nokta dikkate alındığında, kitle fonlaması kampanyalarının geniş çapta tanıtım olanağı sağlamanın etkili olduğu görülebilir.

Bunun yanında, Kickstarter ve Fonbulucu gibi farklı platformlardaki projelerin karşılaştırılması, her iki platformun da benzersiz avantajlar ve dezavantajlar sunduğunu göstermiştir. Kickstarter daha geniş bir uluslararası kitleye erişim sağlarken, Fonbulucu yerel projelere daha spesifik destek ve rehberlik sunmaktadır. Ayrıca, Fonbulucu platformunun projeler için daha yüksek bir başarı oranına sahip olduğu gözlemlenmiştir, ki bu durum platformun projeleri daha dikkatli bir şekilde seçmesi ve girişimcilere sunduğu kapsamlı destekle ilgili olabilir.

Geliştiricilerin, projelerini başarıyla tamamlamaları ve piyasaya sürmeleri için sadece fon toplamakla kalmayıp aynı zamanda projelerini etkili bir şekilde yönetmeleri ve pazarlamaları gerekmektedir. Kitle fonlaması platformlarından en iyi şekilde yararlanmak için, geliştiricilerin projelerini detaylı bir şekilde planlamaları, realist hedefler koymaları ve potansiyel destekçilerle sürekli iletişim halinde olmaları önemlidir.

Kitle fonlaması platformlarının varlığı Türk oyun sektörünün gelişimi açısından hiç şüphesiz önemli fırsatlar sunmaktadır. Devlet ve özel sektör bu alanda daha fazla rehberlik ve destek sağlayarak halihazırda gelişmekte olan

Türkiye’deki oyun geliştirme ekosistemini daha da güçlendirebilir. Gelecek araştırmalar, kitle fonlaması kullanımının uzun vadeli etkilerini ve başarılı projelerin piyasaya sürülme süreçlerini daha detaylı inceleyerek, bu finansman modelinin sürdürülebilirliği ve geliştiriciler üzerindeki etkileri hakkında daha fazla bilgi sağlayabilir.

Kaynakça

- Andreev, N. Yu. vd. “Legal aspects of ways to monetize rights in the computer games industry”. *Law Enforcement Review* 7/1 (22 Mart 2023), 83-92. [https://doi.org/10.52468/2542-1514.2023.7\(1\).83-92](https://doi.org/10.52468/2542-1514.2023.7(1).83-92)
- Aprianingsih, Atik vd. “The Willingness of Motivations to Fund The Visual Game Project: A Case Study in Crowdfunding From Visual Novel Game - Xagia Wars”. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.1.116>
- Aygoren, Oguzhan - Koch, Stefan. “Community Support or Funding Amount: Actual Contribution of Reward-Based Crowdfunding to Market Success of Video Game Projects on Kickstarter”. *Sustainability* 13/16 (16 Ağustos 2021), 9195. <https://doi.org/10.3390/su13169195>
- BBC. “The Statue of Liberty and America’s Crowdfunding Pioneer”. *BBC News* (25 Nisan 2013), blm. Magazine. <https://www.bbc.com/news/magazine-21932675>
- Belleflamme, Paul vd. “The Economics of Crowdfunding Platforms”. *Information Economics and Policy* 33 (Aralık 2015), 11-28. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2015.08.003>
- Can, Reyhan - Başaran, Nizamettin. “YENİ BİR FİNANSMAN MODELİ: KİTLE FONLAMASI”. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 4/2 (2020), 55-66.
- Fathiyah Razan, Khansa - Widyastuti, Arie. “Exploring Success Factors in Indonesian Equity Crowdfunding”. *Journal of Digital Innovation Studies*, 21-39. <https://doi.org/10.24198/digits.v1i1.38468>
- Ferreira, Francisco - Pereira, Leandro. “Success Factors in a Reward and Equity Based Crowdfunding Campaign”. *2018 IEEE International Conference*

on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC). 1-8. Stuttgart: IEEE, 2018. <https://doi.org/10.1109/ICE.2018.8436308>

Fron, Janine vd. "The Hegemony of Play." *DiGRA Conference*, 2007. <https://ict.usc.edu/pubs/The%20Hegemony%20of%20Play.pdf>

Gamereactor. "GC08: Mount and Blade". 29 Eylül 2008. Erişim 31 Mayıs 2024. <https://www.gamereactor.se/video/3130/GC08+Mount+and+Blade/>

Get2Gaming. "Star Citizen Enters Guinness Book of World Records". *Get2Gaming* (blog), 03 Ekim 2014. <https://blog.go2games.com/starcitizen>

Gil, Ricard - Warzynski, Frederic. "Vertical Integration, Exclusivity, and Game Sales Performance in the US Video Game Industry". *The Journal of Law, Economics, and Organization* 31/suppl_1 (Nisan 2014), i143-i168. <https://doi.org/10.1093/jleo/ewu006>

José Planells, Antonio. "Video Games and the Crowdfunding Ideology: From the Gamer-Buyer to the Prosumer-Investor". *Journal of Consumer Culture* 17/3 (Kasım 2017), 620-638. <https://doi.org/10.1177/1469540515611200>

Jozani, Mohsen vd. "Crowdfunding Project Success for Game Developers: Evidence from Kickstarter and Steam", 2022. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2022.536>

Kepenek, Emek Barış. "Entrepreneurial mindset in video gaming sector: evidence from Turkey". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 73/2 (2018), 643-666. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002512

Kepenek, Emek Barış. "Türkiye Dijital Oyun Sektöründe Nitelikli İşgücü Sorunsalı: Sosyo-Ekonomik Bir Bakış". *Politik Ekonomik Kuram* 4/2 (17 Aralık 2020), 296-309. <https://doi.org/10.30586/pek.808117>

Kickstarter. "Double Fine Adventure". *Kickstarter*. 17 Kasım 2016. Erişim 31 Mayıs 2024. <https://www.kickstarter.com/projects/doublefine/double-fine-adventure>

Knowledge at Wharton. "Can You Spare a Quarter? Crowdfunding Sites Turn Fans into Patrons of the Arts". Erişim 31 Mayıs 2024.

<https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/can-you-spare-a-quarter-crowdfunding-sites-turn-fans-into-patrons-of-the-arts/>

Martin, Chase Bowen - Deuze, Mark. "The Independent Production of Culture: A Digital Games Case Study". *Games and Culture* 4/3 (Temmuz 2009), 276-295. <https://doi.org/10.1177/1555412009339732>

Molina, Brett. "Microsoft to acquire 'Minecraft' maker Mojang for \$2.5B". *USA TODAY*. 15 Eylül 2015. Erişim 31 Mayıs 2024. <https://www.usatoday.com/story/tech/gaming/2014/09/15/microsoft-minecraft/15658383/>

Mollick, Ethan R. - Kuppuswamy, Venkat. "After the Campaign: Outcomes of Crowdfunding". *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2376997>

Onur, Mediha Nur - Değirmenci, Öznur. "Crowdfunding - Kitle Fonlaması". *T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Çalışma Raporları 2015-7/Haziran 2015 (2015)*, 1-18. <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2018/11/Crowdfunding-%E2%80%93-Kitle-Fonlamas%C4%B1.pdf>

Politowski, Cristiano vd. "Learning from the Past: A Process Recommendation System for Video Game Projects Using Postmortems Experiences". *Information and Software Technology* 100 (Ağustos 2018), 103-118. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2018.04.003>

Rezvani, Sergio - Hayat, Tsahi. "Kickstarter's Video Game Production Revolution", 04 Nisan 2022. SocArXiv. Erişim 22 Nisan 2024. <https://doi.org/10.31235/osf.io/cnw5z>

Roberts Space Industries. "Stretch Goals - Roberts Space Industries | Follow the Development of Star Citizen and Squadron 42". *Stretch Goals - Roberts Space Industries | Follow the development of Star Citizen and Squadron 42*. Erişim 31 Mayıs 2024. <https://robertsspaceindustries.com/funding-goals>

Song, Yang vd. "Mining and Investigating the Factors Influencing Crowdfunding Success". *Technological Forecasting and Social Change* 148 (Kasım 2019), 119723. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119723>

- Strickler, Yancey - Benenson, Fred. "The Year of the Game". *Kickstarter*. 06 Eylül 2012. Erişim 31 Mayıs 2024. <https://www.kickstarter.com/blog/the-year-of-the-game>
- Tezateser, Burak. "A Retrospective on the Kickstarter Success of Monochroma". 22 Ekim 2013. Erişim 31 Mayıs 2024. <https://www.gamedeveloper.com/business/a-retrospective-on-the-kickstarter-success-of-monochroma>
- Tyni, Heikki. "Double Duty: Crowdfunding and the Evolving Game Production Network". *Games and Culture* 15/2 (Mart 2020), 114-137. <https://doi.org/10.1177/1555412017748108>
- Weber, Clarissa E. vd. "After Successful Fundraising: How Overfunding and Category Spanning Affect the Release and Audience-Perceived Quality of Crowdfunded Products". *Small Business Economics* 61/3 (Ekim 2023), 1009-1026. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00721-7>
- Zhao, Ying vd. "Crowdfunding Industry – History, Development, Policies, and Potential Issues". *Journal of Public Affairs* 19/1 (Şubat 2019), e1921. <https://doi.org/10.1002/pa.1921>
- "2022 Türkiye Startup Ekosistemi Yatırım Raporu - StartupCentrum". Erişim 31 Mayıs 2024. <https://startupcentrum.com/tr/rapor/2022-turkish-startup-ecosystem-investment-report>
- BBC News. "Marillion 'Understood Where the Internet Was Going Early On'" (01 Eylül 2013), blm. Entertainment & Arts. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-23881382>
- Statista. "Topic: Video Game Industry". Erişim 31 Mayıs 2024. <https://www.statista.com/topics/868/video-games/>
- "Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2022". Erişim 31 Mayıs 2024. <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/turkiye-oyun-sektoru-raporu-2022/>