

Dijital Oyunlarda Transmedya Hikâyeciliği: Assassin's Creed Serisi Örneği

Fatih SÖĞÜT*

Öz

Yeni medya ortamlarının gelişmesi ve Web 2.0'in ortaya çıkışı, kullanıcıların rollerinde köklü değişikliklere yol açmıştır. Bu değişiklikler tüketicileri sadece tüketen pasif kitlelerden üreten ve katılımcı bireyler haline getirdi. Yeni medya ortamlarının yakınsamaya ve katılımcılığa dayalı yönü kullanıcıları kültürel üretime ortak haline getirmiştir. 2000'li yıllarda dijital ortamlarda hikâye anlatma sanatı transmedya hikâyeciliği kavramı ile tanıştı. Transmedya hikâyeciliği bir hikâyenin farklı bölümlerini farklı platformlardan o platformlara özgü bir biçimde sunmak olarak açıklanabilir. Bu çalışma ile amaçlanan bütün dünyada önemli bir hayran kitlesine sahip Assassin's Creed serisinin transmedya hikâyeciliği özelliklerine sahip olup olmadığını incelemektedir. Bu araştırmada Metin analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Assassin's Creed serisi bir transmedya projesi olarak başlamamıştır. Ancak birkaç oyun ve bağlantılı medya metinleriyle transmedya anlatısı haline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Transmedya Hikâyeciliği, Assassin's Creed Serisi, Dijital Oyun, Hikâye, Kültür Endüstrisi.

Transmedia Storytelling in Digital Games: Example of Assassin's Creed Series

Abstract

The development of new media environments and the advent of Web 2.0 have led to drastic changes in users' roles. These changes brought consumers from the passive masses who only consumed them into producing and participating individuals. The convergence and participatory aspect of new media environments has made users partners in cultural production. In the 2000s, the art of storytelling in digital media became acquainted with the concept of transmedia storytelling. Transmedia storytelling can be explained as presenting different parts of a story from different platforms in a form specific to those platforms. The aim of this study is to examine whether the Assassin's Creed series, which has a significant fan base all over the world, has transmedia storytelling features. Textual analysis method was applied. According to the research results, Assassin's Creed series has not started as a transmedia Project. But it has become a transmedia narrative with several plays and linked media texts.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 27.05.2020

Kabul/Accepted: 07.09.2020

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.742234>

* Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Kırklareli, Türkiye,
E-posta: fatih.sogut@klu.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6529-9056>

Keywords: Transmedia Storytelling, Assassin's Creed Series, Digital Games, Story, Culture Industry.

Giriş

Günümüzde medya önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Kültür endüstrileri için mevcut iş modellerinin internetin yükselişi ile modası geçmiştir. Geleneksel medya araçlarının kullandığı üretim formülleri yerini izleyicilerin/kullanıcıların doğrudan anlatıyla etkileşime girdikleri ve izleyiciyi/kullanıcıyı üretimin bir parçası olmaya teşvik eden katılıma öncelleyen bir formüle bıraktı. İzleyiciler/kullanıcılar artık pasif tüketiciler değildir ve sonuç olarak günümüzde anlatı tasarım süreci izleyiciyi/kullanıcıyı sürecin meşru yönetmenleri, yazarları ve yapımcıları olarak anlatıya dâhil etmektedir. Kültür endüstrileri, içeriğin dijital demokratikleşmesinin getirdiği iş modellerinin değişimine uyum sağlamakta zorlanmamıştır.

Kültür endüstrilerinin yaratıcıları artık ekran teknolojilerini, multimedya ortamlarını, mobil teknolojileri ve sosyal ağları göz önünde bulundurmaktadır. Aynı şekilde, hikâye oluşturucular artık sadece sayfalar için değil, etkileşimli ekranlar, tabletler ve mobil cihazlar için hikâyeler oluşturmayı düşünmek zorundadır.

İçerik oluşturucular, belirli bir alanda bilinen bir medya formatı için üretmekten giderek daha akıllı ortamlarda birden fazla platform/ekran için üretmeye geçerken dijital katılım; içerik oluşturucular ve izleyiciler/kullanıcılar arasındaki rolleri ve ilişkileri bulanıklaştırdı. Kişisel medya araçlarını kullanan kitleler artık hikâye dünyasının ortak yapımcıları haline gelmişlerdir. Bu katılımcı kitle tasarımdan üretime kadar kültür endüstrisi yaratıcılarının dikkate alması gereken bir geri bildirim ağı oluşturmaktadır.

Kültür endüstrilerindeki üretim pratiklerinin bu yeni döneme uyum sağlamasında önemli bir strateji olarak transmedya hikâyeciliği ortaya çıkmıştır. Transmedya hikâye anlatıcılığı, medya yakınsamasıyla birlikte ortaya çıkan, tüketicinin isteklerine ve sanal toplulukların etkin katılımına önem veren kültürel bir fenomendir. Kültür endüstrisi yaratıcıları tüketicinin bir medyadan diğer medyaya geçebildiği bir hikâye evreni yaratır. Bu kurgusal dünyaların işlev kazanmasında tüketicilerin rolü de en az bu kurgusal dünyaları yaratanlar kadar fazladır.

Günümüzde kültür endüstrisinin önemli bir parçası haline gelen oyun endüstrisi de transmedya hikâyeciliğinin örneklerini vermektedir. Bu çalışmaya konu olan Assassin's Creed serisi de dünyada ilgiyle takip edilen oyun serilerinden biridir. Bu çalışmanın amacı Assassin's Creed serisinin transmedya hikâyeciliğine örnek oluşturup oluşturmadığının ortaya çıkarılmasıdır. Ayrıca bu serideki metinler arası ilişkiler de analiz edilecektir. Araştırmada metinler arası bağlantıları ortaya çıkarabilmek için metin analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın kuramsal çerçevesini Theodor Adorno ve Max Horkheimer tarafından kuramsallaştırılan kültür endüstrisi yaklaşımı oluşturmaktadır.

Çalışmada öncelikle kültür endüstrisi ve dijital oyunlar arasındaki ilişki değerlendirilecek daha sonra da transmedya hikâyeciliği kavramı literatür çerçevesinde açıklanacaktır. Literatür taramasından sonra Assassin's Creed serisi üç ayrı döneme ayrılarak analiz edilmiştir. Transmedya hikâyeciliği ve dijital oyun ilişkisini ele alan sınırlı sayıda çalışma olması nedeniyle bu çalışmanın literatüre bir katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Kültür Endüstrisi ve Dijital Oyunlar

Sanayi devrimi ile iş hayatına ait pratiklerin değişmesi, çalışma hayatı dışında kalan zamanın nasıl değerlendirileceği sorusunu akla getirmiştir. Bu zamanın eğlence ile

doldurulması çalışma hayatına bağlı bir olgu olarak görülmüştür. "Mekanikleştirilmiş bir emek sürecini devamlı hale getirebilmek, çetin iş koşullarıyla fiziksel ve ruhsal anlamda mücadele edebilmek için eğlence, bu sürecin içinde yer alan kişiler tarafından talep edilir olmuştur" (Önürmen ve Topçu, 2018, s. 266). Kültür endüstrisinin bu noktada kitlelerin bu ihtiyacını gidermek için konumlandırılmış bir yapısı vardır. "Kültür endüstrisi boş zamanı olan kitleler üzerinde büyük bir etkiye sahiptir ve böylelikle eğlence metalarının üretimi ve içeriğini temelden belirleyerek, aslında emek süreçlerinde harcadıkları zamana benzer, yeknesak bir ortamın doğmasını sağlamaktadır" (Adorno, 2014, s. 68).

Theodor Adorno ve Max Horkheimer tarafından kültür endüstrisi kavramının şekillendirildiği Aydınlanmanın Diyalektiği isimli eser popüler kültür ve dijital oyunlar arasındaki bağı anlamak açısından yol gösterici olacaktır. Adorno ve Horkheimer'a göre (2010, s.171) "Kültür endüstrisinin her tezahürü kaçınılmaz olarak insanları, bütünü onları dönüştürdüğü biçimde yeniden üretir. Üstelik yapımcılardan kadın derneklerine kültür endüstrisinin tüm faileri basitçe yeniden üretilen zihnin genişletilmemesi için tetikte beklerler."

Ortaya çıktığı ilk dönemlerden bu yana dijital oyunlar, insanları eğlendirme işlevini yerine getirmesi nedeniyle popüler kültürün bir parçası olarak kabul edilebilir. Bütün bu işlevleri ile dijital oyunlar tasarım ve yeniden üretim olanakları ile kültür endüstrisinin bir parçası olmuşlardır. Oyun kavramı ile ilgili ilk kavramsal açıklamaları yapan düşünür Johan Huizinga'dır. Huizinga, oyunun din, siyaset ve iş gibi konulara da yansıyan çok boyutlu bir olgu olduğunu belirtir: "Oyun mevcudiyetiyle her yerde, 'gündelik' hayattan farklılaşan belirlenmiş bir eylem niteliğidir" (Huizinga, 1995, s.20).

Geleneksel medya araçlarına özgü pasif kullanıcı/dinleyici/izleyici kitlesi yerini gelişen yeni medya teknolojileri ile yerini etkileşime açık daha aktif bir kitleye bırakmıştır. Bu noktada dijital oyunlar serbest zaman etkinlikleri içerisinde önemli bir yer tutmaya başlamıştır¹.

Eğlence olgusu kitleler için sadece daha çok çalışmak ve daha çok tüketmek için bir kısa bir aradır. Dijital oyunlardaki simülasyon ve etkileşimli yapı eğlence nosyonunu güçlendirir. Dijital oyun, oyuncuya genelin dünyasını sanal olarak yeniden yaşayabilme ve tikel olarak seçim yaparak 'birey' olma yanılsaması sunar. "Kültür endüstrisi çağında birey bir yanılsamadır" (Dellaloğlu, 2007, s.127), (Adorno ve Horkheimer, 2010, s.154). Dijital oyunlardaki etkileşimliliğin doğurduğu seçim yapma özgürlüğü bu yanılsamayı güçlendirir.

Dijital oyunlar tasarıma dayalı olmasıyla bir sanat olarak değerlendirilir. Kültür endüstrisinin bir ürün olarak oyunlar, hiç olmadığı kadar çok denetlenmiş ve benzeşime dayanan bir yaratım halini almışlardır. "Yeniden üretilen sanat yapıtı, gittikçe artan ölçüde, yeniden-üretilebilirliği hedefleyen bir sanat yapıtının yeniden üretimi olmaktadır" (Benjamin, 2002, s.58). Benzeşime ve büyük şirketlerin oyun piyasasındaki tekelleşmesine tepki olarak oyun yapımcıları bağımsız oyun projelerini geliştirmişlerdir. Sektör kontrolünün dışındaki bu bağımsız oyunlarda yine oyun sektörü tarafından "bağımsız oyun" etiketiyle sektörün içine dahil edilmiştir. "Bağımsız oyunlar yayımcılar tarafından sipariş edilen büyük yapımları bekleyen tüketicileri oyalayan ve sektöre dinamizm katan bir eleman görevini görmektedir" (Sayılğan, 2015, s.30). Günümüzde oyun piyasasında küresel ölçekte firmaların hakimiyeti söz konusudur². Bağımsız bir

¹ 2019 yılında bütün dünyada dijital oyun oynayan kişi sayısı 1.6 milyar civarındadır. Kaynak: <https://www.statista.com/outlook/203/100/video-games/worldwide#> Erişim Tarihi: 24.02.2020

² Dünyadaki dijital oyun sektörünün ekonomik büyüklüğü 2019 yılı itibarıyla 152 milyar dolardır. En çok gelir elde eden ilk üç firma ise sırasıyla: Sony Computer Entertainment, Microsoft ve Nintendo'dur. Kaynak: <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RiARy.pdf> Erişim Tarihi: 24.02.2020

yapımcının oyununu çeşitli platformlarda satışa sunabilmesi için büyük firmaların koyduğu şartlara uyma zorunluluğu bulunmaktadır.

Transmedya Hikâyeciliği: Kavramsal Çerçeve ve Tarihsel Gelişimi

Bugün pek çok insan farklı medya platformlarının çevresinde dolaşmaktadır. Günümüz teknolojisi, medya platformları arasında içerik akışını mümkün kılmaktadır (Kalogeras, 2014, s. 14). Başka bir deyişle, insanlar bir hikâyeyi tamamıyla öğrenmek için bir medya ortamından diğerine kolaylıkla geçebilir. Örneğin, favori bir karakterin yeni maceralarını keşfetmek için, radyodaki röportajları dinleyerek veya bir blogdaki karakterle ilgili yorumları okuyarak hikâyenin derinliklerine inebilirsiniz. Aynı zamanda karakterin rol aldığı diziyi izleyerek, hakkındaki kitapları okuyarak tüm hikâyeyi öğrenebilirsiniz. Bir karakterin hikâyesi farklı medyalar vasıtasıyla genişlerken transmedya hikâye anlatısı bunu sistematik bir hale getirir (Scolari, Bertetti ve Freeman, 2014, s. 2).

Lev Manovich, dijital araçları kültürel bir makine olarak değerlendirir. Manovich, dijitalleşmenin kültürel hayat üzerindeki etkisine yoğunlaşır. "Günümüzde farklı medya biçimlerinin içeriği öncülleriyle aynıymış gibi görünse de bu benzerlik bizi yanıltmamalıdır. Yenilik içerikte değil, bu içeriği yaratmak, düzenlemek, izlemek, dağıtmak ve paylaşmak için kullanılan yazılım araçlarından kaynaklanır. Bu nedenle, yazılım temelli kültürel uygulamaların yalnızca "çıktı" sına bakmak yerine, yazılımın kendisini dikkate almamız gerekir" (Manovich, 2017, s.58). Manovich, bu noktada kültürel üretim ve dağıtımdaki araç kavramının önemini vurgular. Transmedya anlatılar dijital kültürel üretimin çok amaçlı ya da çok kanallı yapısını ortaya çıkarır.

Transmedya hikâye anlatımını diğer hikâye anlatım yöntemlerinden farklı kılan, her ortamın hikâyede benzersiz bir genişlemeye katkıda bulunmasıdır (Jenkins, 2011). Bundaki temel amaç, "değişen derecelerde izleyici katılımıyla" birden fazla platform arasında göç eden tüketicilere ulaşmaktır (Herbig, Herman ve Tyma, 2014, s. 20).

Yaşadığımız dijital çağda, transmedya hikâye anlatımı kendine yeni medya kültüründe önemli bir yer buldu. Transmedya hikâyeciliğinin tanımını incelemeden önce "transmedya" sözcüğünün anlamına bakılması gerekiyor. Böylece transmedya hikâye anlatımı hakkında çok daha ayırntılı bir fikir edinebilir.

Transmedya kavramının kelime anlamına bakıldığında: terim iki bileşenden oluştuğu görülmektedir. Birincisi "trans" ve ikincisi "medya" dır. "Trans", "içinden", "karşısında" veya "ötesinde" anlamına gelmektedir. "Medya" ise bilgilerin kaynaklardan hedef kitlelere farklı şekilde aktığı kanallar olarak ifade edilebilir. Bu nedenle, "transmedya" birçok kanalın "genelinde" veya "ötesinde" anlamına gelir. Transmedya terimi eğlence, oyunlar, sanat, hikâye anlatımı ve markalaşma kavramlarından her biriyle ilişkilendirilebilir (Byun ve Kwon, 2016, s. 4).

Transmedya kavramı ile transmedya hikâyeciliğinin ya da anlatısının aynı şey olmayabileceğini belirtmek gerekir. Transmedya, terimi hangi disiplinin kullandığına bağlı olarak büyük ölçüde değişebilir. Aslında, aynı çekirdek terimin yani transmedyanın anlatı bilimi, oyun, medya ve hatta eğitim çalışmalarında tekrarlanmasına rağmen, bu alanların tümü farklı fenomenlere atıfta bulunmaktadır (Dena, 2010, s.17). Christy Dena'nın da belirttiği gibi transmedya kavramı farklı bilimler için farklı anlamlara gelebilir. Anlatı bilimi açısından transmedya kavramı hikâye anlatmanın bir yolu iken medya çalışmaları açısından yakınsamanın ortaya çıkardığı bir kültürel fenomen olarak değerlendirilebilir.

Transmedyayı ilk kez kavramsallaştıran kişi Amerikalı medya profesörü Henry Jenkins'dır. Jenkins ilk olarak bu terimi 2003 yılında "Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More

Compelling" başlıklı makalesinde tanımlamıştır. Ona göre transmedya önceden tasarlanmış bir hikâyeyi anlatmak için kolektif bir şekilde çalışan ve oyun, kitap, çizgi roman, film gibi farklı medya platformlarında var olan bir kültürel fenomendir. Jenkins daha sonra bu tanımı daha da genişletir: "Bir transmedya öykü, çok sayıda medya platformunda açılır, her yeni metin bütüne kendine özgü ve değerli bir katkıda bulunur. Transmedya anlatının ideal formunda, her ortam yapabildiği en iyi şeyi yapar, yani bir öykü filmle izleyiciye sunulur, televizyon, roman ve çizgi romanlarla genişler, dünyası onun aracılığıyla keşfedilir veya bir eğlence parkında deneyimlenir" (2006, s. 97-98). Jenkins'in tanımı hikâye anlatma üzerine odaklanmıştır. Genel itibariyle transmedya bir hikâyeyi farklı kanallardan kitlelere sunarken kitleler bu yolla hikâyeyi farklı medyalar üzerinden deneyimlerler. Robert Pratten (2015, s.2) ise transmedyayı birden fazla platformda bir hikâye anlatmak, tercihen izleyici katılımına izin vermek, böylece birbirini takip eden her platform izleyicilerin zevkini arttırmak olarak tanımlamaktadır. Elaine M. Raybourn'a göre (2013, s.7) transmedya, "birden fazla medyada anlatı veya tutarlı bir mesaj (hikâye) hazırlamak olarak" tanımlanmıştır. Literatürde Henry Jenkins'in tanımladığı transmedya kavramına yakın bir şekilde tanımlamalarda mevcuttur: "dağıtılmış anlatılar" (Walker, 2004), "çapraz anlatılar" (Ruppel, 2005), "her yere yayılan medya" (Montola, Jaako ve Waern, 2009), "ağ bağlantılı anlatı ortamları" (Zapp, 2004), "dağınık hikâye anlatımı" (Davenport, 1998).

Transmedyayı ilk olarak kavramsallaştıran Henry Jenkins olsa da bu terimi ilk defa kullanan Marsha Kinder olmuştur. Kinder, 1991 yılında yayımladığı "Playing with Power in Movies, Television and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles" isimli kitabında çocuk medya pazarında filmler, televizyon, oyunlar ve oyuncaklar arasındaki ilişkiyi tanımlamak için "transmedya metinlerarasılık" terimini kullanmıştır. Kinder (1991, s. 123), tek bir kültürel nesnenin (bir metin, karakter ya da karakter grubu gibi) birden fazla medya formatı içinde yapılandırıldığı belirtir; ancak bunun arkasındaki motivasyon Hollywood'un ekonomik sistemleriyle bağlantılıdır. Transmedya metinlerarasılığın temel amacı çocuklara tüketici olmanın öğretildiği süreçle yakından ilişkilidir. Bu süreç de ürünlerin ticari başarısını sağlamaya çalışır. Mary Celeste Kearney (2004, s.280-281), Hollywood'da geçmişte yaşanan endüstriyel kargaşanın transmedyayı ortaya çıkaran bir durum olduğunu vurgular. Ona göre 1940'ların başlarında film stüdyoları için çalışan senaristlerin zor çalışma koşulları ve yüksek ücretler ışığında diğer sektörlerle, özellikle de seri üretim mantığına dayanan çizgi roman ve televizyon seriyalleri gibi para getiren sektörlerle kayması transmedya olgusunun doğuşuna zemin hazırlamıştır.

Kearney, transmedyanın kökenlerini 1940'ların Amerika'sına kadar götürürken Carolyn Handler Miller, transmedya ile ilgili ilk örneklerin aslında binlerce yıl önce eski Mısır'daki hiyerogliflerde görülebileceğini belirtir. Mısırlıların anıtsal tapınak kompleksleri ve mezarlarının genellikle tek bir birleşik bir hikâye anlatmak için mimari, resim, heykel, sembol ve hiyeroglif kullanmıştır (Miller, 2008, s. 162). Eski Mısır çerçevesinde bakıldığında transmedya hikâyesi bir tanrı, büyük bir firavun ya da muzafer bir savaş hakkında olabilir. Her mecra, tıpkı çeşitli unsurların modern transmedya hikâye anlatımında rol oynayacağı gibi, hikâyeye de bir parça katkıda bulunur.

Japonya'nın 1980'lerin sonlarında, çok sayıda medya kuruluşuna içerik dağıtan, tüketiciler arasında katılım ve sosyal etkileşim bekleyen medya karşımı kültürünün, transmedya hikâye anlatımı ile benzer bir yapıya ve amaca sahip olduğu iddia edilmektedir (Jenkins, 2006, s. 110; Steinberg, 2012, s. vii). Japonya'daki bu medya hikayesinin dünyaca bilinen bir örneği Pokemon'dur (1998). Pokemon, hikâyesi ile seyirciyi çekmek için televizyon, cep telefonları, oyunlar, koleksiyonlar ve daha birçok medya ortamında kullanılmıştır.

Pokemon, dan sonra transmedya örneği olarak anılabilecek bir film projesi olan *The Blair Witch Project* (1999) gelmiştir. Filmin yaratıcı ekibi bir yıl boyunca hazırlık yaparak filmin konusu ile ilgili sahte bir televizyon belgeseli üretmişler aynı zamanda çizgi romanları paylaştıkları bir web sitesi kullanarak hikâyenin arka planını oluşturmuşlardır. Hikâye o kadar ayrıntılı bir gerçeklik yanılması sağlamıştır ki, film yayınlandığında izleyici hala hikâyenin gerçek olup olmadığından emin olamamıştır. Yaratıcı ekibin temel amacı, gerçek bir hikâyenin yanılmasını yaratmak ve izleyicinin arkasındaki gizemi keşfetmesini sağlamaktır.

2000'li yılların başında transmedya hikâye anlatımı kavramını "yeni bir sentez oluşturmak için bilgileri birden fazla kaynaktan bir araya getirme" olarak nitelendiren Henry Jenkins oldu (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton ve Robison, 2009a, s. 88). Eskiden pasif tüketiciler bugünün avcıları ve bilgi toplayıcıları oldular. Bu artık mümkün oldu, çünkü yakınsama kültürü, hikâye anlatıcılarının birden fazla temsil biçimi kullanarak bir hikâyenin parçalarını birden çok medya platformu arasında dağıtarak sürükleyici hikâye dünyaları yaratmaları için kolektif bir medya ortamı sundu.

Yakınsamayı kısaca teknoloji alanında kullanılan farklı özelliklere sahip ürünlerin gelişen entegrasyon yetenekleri ve konsolidasyon ihtiyaçları nedeniyle tek cihaz veya platform üzerinden yapılabilmesi olarak tanımlayabiliriz. Teknolojik ve kültürel medyanın yakınsamasının, transmedya eğlencelerine yol açtığına inanılmaktadır (Thon, 2016, s.17). Medya yakınsaması, transmedya hikâye anlatısının rotasını yürütmesi için verimli bir ortam sunmaktadır. Jenkins (2001, s. 93), "yakınsamanın bir sonuç değil devam eden bir süreç" olduğunu belirtir. Genel olarak medya yakınsaması sayesinde, transmedya "her türlü kültürel veya iletişimsel faaliyet için ideal bir araç haline gelmiştir" ve modaya uygun bir statü kazanmıştır (Scolari, 2014).

Transmedya hikâye anlatımı yakınsamanın doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmış gibi görünse de aslında büyük bir sorunu çözmek için tasarlanmış bir yöntemdir. Gencarelli'ye göre (2014, s. 77), "mobil, kontrol edilemeyen ve izlenemeyen medya tüketicisi çok sayıda medya platformuna dağıldığı için eğlence endüstrisinin kontrolü geri kazanması ve yeni medya ortamına uyum sağlamanın bir yolunu bulması gerekiyordu." Bu noktada kültür endüstrisi çözümü içeriğin sistematik olarak farklı kanallardan dağıtımını sağlayarak buldu. Hikâye odaklı bir transmedya deneyimi sayesinde kültür endüstrisi, çeşitli medya platformları aracılığıyla tüketicilere ulaşabilir ve hatta tüketicinin hikâye dünyasını deneyimleyebilmesini sağlar. Transmedya, kültür endüstrisi ürünü hikâyeleri genişletme yeteneği dışında yeni pazarlar ve izleyiciler oluşturma yeteneğini de kültür endüstrisine sunmaktadır. Transmedya hikâyelerinin her bir parçası paraya çevrilebilirken, endüstri bu yolla tek bir hikâyeden yüksek bir maddi kazanç elde edebilmektedir.

Transmedya metinleri eksik nokta bırakarak tasarlanmaktadır. Başka bir deyişle, transmedya metinleri, daha sonra açıklanacak eksik noktalarla oluşturulur (Gürel ve Tıgılı, 2014, s. 40). Söz konusu anlatım eksiklikleri, diğer öyküleri tamamlayacak ipuçlarıdır bu nedenle boşlukları açıklayacak yeni hikâyeler oluşturulması teşvik edilir. Bu anlamda, hayranların üretimlerini, eksik noktaları açıklama ve bir merakı giderme ihtiyacından kaynaklanan kontrolsüz uzantılar olarak düşünmek mümkündür.

Transmedya hikâyeciliğinin önemli özelliklerinden biri de metinlerarası bir nitelik taşımasıdır. Sanat yapıtları arasındaki sınırsız gönderme ve alıntılar durumu olarak ifade edilen "metinlerarasılık", "iki ya da daha çok metnin arasındaki ortak birliktelik ilişkisi yani temel olarak bir metnin diğer bir metindeki varlığı" (Aktulum, 2000, s.83) olarak tanımlanır. "Metinlerarasılık" metnin kendisine ve nasıl oluştuğuna değil metnin diğer metinler ile olan ilişkisine değinmektedir. İlk olarak Mihail Bakhtin tarafından tanımlanan bu kavram, Kristeva'nın çalışmalarıyla daha bilinir hale gelmiştir. Julia Kristeva (1986,

s.27) metinlerarasılık için; "her metin bir alıntılar mozaïği gibi oluşur, her metin kendi içinde başka bir metnin erimesi ve dönüşümüdür" demektedir.

Postmodern okumaların temel yöntemlerinden biri olan metinlerarasılık, bazı metinlerin diğeri metinlere gönderme yapmak suretiyle anlatma yaratma metodu olarak da açıklanabilir. Her metnin bir şekilde kendi dışındaki diğeri metinlerin 'yeniden yazımı' olduğunu ve diğeri metinlerin varlığının edebi metnin varlığını mümkün kıldığı savunulan metinlerarasılık yalnızca edebiyat ile sınırlı değil, aslında hayatımızın her anında izlerine rastlanan bir olgudur.

"Umberto Eco metinlerarasılığı, önceki metinlerin yeni metinler üzerindeki yansımaları olarak tanımlarken, Rifattere okurun bir metnin diğeri metinlerle olan ilişkilerini ortaya çıkararak anlamlandırılmasını metinlerarasılık olarak görür" (Kalıpçı, 2016, s.70). Her metin kendisinden önce yazılmış bir başka metinden beslenip geliştiği için, metinlerarasılık bir anlamda zorunluluktur denilebilir. "Hiçbir sözcük ne yenidir ne de yansız ama sözcük yaşamını sürdürmüş olduğu bağlamlarla, daha önceki söylenmişliğiyle doludur. Bu kuram metinlerarasılığın temelidir" (Öğeyik, 2008, s. 22).

Transmedya hikâyeciliği Türkiye'de pek çok farklı alanda yapılan akademik çalışmalarda ele alınmıştır. Dönmez ve Güler (2016), yılında yaptıkları çalışmada transmedya hikâyeciliğini "doritos akademisi" örneği üzerinden açıklamışlardır. Sarı (2017), transmedya hikâyeciliğini "kötü çocuk" watsapp hikâyesi üzerinden incelemiştir. Çetinkaya (2017), transmedya hikâyeciliğini marka sadakati bağlamında değerlendirmiştir. Karcı (2018), doktora tezi çalışmasında transmedya hikâyeciliğinin markalaşmayla olan bağına "Coca Cola" örneği üzerinden açıklamıştır. Gürsoy (2018), ise doktora tezi çalışmasında transmedya gazeteciliğini araştırmıştır. Yiğitbaşı (2018), transmedya hikâyeciliğinde Watsapp ve okur tercihlerine yönelik bir araştırma yapmıştır. Tuncer (2018), transmedya hikâyeciliğinin turizm pazarlamasındaki kullanımını değerlendirmiştir. Karcı (2018), "Rafadan Tayfa" örneği üzerinden transmedya hikâyeciliğini analiz etmiştir. Moda sektöründe transmedya hikâyeciliğini Bayraktar (2018) "Barbie Bebek" örneği üzerinden açıklamıştır. 2019 yılında Özdemir araştırma makalesinde transmedya hikâyeciliği ve örgütsel davranış arasındaki ilişkiyi irdelemiştir. 2019 yılında İspir ve Kucur, transmedya hikâyeciliği ile transmedya anlatılarının ilişkilerini değerlendirirken yine aynı yıl içinde Bazarıcı, makalesinde transmedya hikâyeciliğinin küresel anlamdaki örneklerini incelemiştir.

Dijital oyunlarla transmedya hikâyeciliği ilişkisini ele alan araştırmalara bakacak olursak: Thon (2009), World Of Warcraft örneği üzerinden transmedya hikâyeciliği ve dijital oyunlar ilişkisini araştırmıştır. 2012 Yılında Sokolova, S.T.A.L.K.E.R. ve Metro 2033 video oyunlarını transmedya hikâyeciliği açısından ele almıştır. 2016 yılında Nedelcheva, Pokemon GO oyunu ile yaratılan transmedya hikâyeciliğini incelemiştir. Martens, 2016 yılında Assassin's Creed IV: Black Flag oyununda transmedya hikâyeciliğini değerlendirmiştir. Johnston ve Phillips (2016), İngiltere'deki televizyon ve oyun sektöründeki transmedya hikâyeciliğini araştırmışlardır. Ecenbarger (2016), The Walking Dead örneği üzerinden dijital oyunlar ve transmedya hikâyeciliğini değerlendirilmiştir. Türkiye de son yıllarda bu konuda yapılan çalışmalar bulunmaktadır (Çakmak, 2018; Özgör, 2018; Gümüş, 2019).

Araştırma Yöntemi

Çalışma nitel bir çalışmadır. Araştırma yöntemi olarak metin analizi kullanılmıştır. Metin analizi veya metinsel analiz, herhangi bir metnin yorumlanmasına dayanır. Metin, İngilizce "text" kavramından geliyor olması bakımından iki farklı anlamı da karşılamaktadır. Post-yapısalcılar metni, okunabilir metin olması dışında sembolik anlam ifade eden ve kültürel yorumu da içeren belge ya da doküman olarak görmektedirler

(McKee, 2003, s. 4). Stern'e göre (1996, s. 61) ise metin analizi, metinleri anlamlandırabilmek için kullanılan postmodern bir yöntemdir. Daha önce de değinildiği gibi transmedya metinleri yapısal olarak metinlerarasılık niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda metinler arası ilişkiyi analiz ederek transmedya yapısını ortaya çıkarmak için bu yöntem tercih edilmiştir.

Bu çalışmada Beylard-Ozeroff, Kralova ve Moser-Mercer (1995) tarafından geliştirilen ve roman ve hikâye gibi edebi metinleri analiz etmek için kullanılan metin analizi modeli uygulanmıştır. Beylard-Ozeroff, Kralova ve Moser-Mercer Ozeroff'a göre metin analizinin amacı (1995, s.232), metinde anlamın oluşum katmanlarını açıklamaktır. Bu amaca ulaşmak için şu analiz planını uygular:

a) Anlatının Genel Yapısı: Metindeki hikâyenin kuruluşu, olay örgüsü, neden-sonuç ilişkilerinin ortaya konulması, ikili karşıtlıklar ve çatışma unsurlarının belirtilmesi.

b) Metnin Bölümlenmesi: Metni oluşturan parça bütün ilişkisi bağlamında metnin sınırlandırılması, bölümlere ayrılması.

c) Figürler Düzlemi ve Yüzeysel Yapı: Metindeki hikâyeyi sürükleyen karakter ya da karakterler. Hikâyedeki kahraman ya da kahramanların anlatıdaki rolü ve işlevi

d) Metinlerarası Düzlem: Metnin diğer metinlerle olan ilişkisi, alıntı ya da göndermeler, hikâyenin başka metinlerdeki sürekliliği

Ayrıca bu çalışmada Henry Jenkins tarafından tanımlanan transmedya anlatıların sahip olduğu sekiz nitelik (yayılabilirlik, süreklilik, çokluk/çeşitlilik, dalabilirlik/çıkarılabilirlik, dünya inşası, diziselik, öznellik, performans) bağlamında da bir analiz yapılmıştır.

Assassin's Creed serisi 2007 yılından 2019 yılına kadar toplam on yedi dijital oyun, bir uzun metraj film, üç kısa film, on bir çizgi roman ve dokuz roman olmak üzere toplamda kırk bir metne sahiptir. Farklı platformlarda üretilen kırk bir metni incelemek bu çalışmanın kapsamını açacağı için analiz edilecek metinlerin seçiminde bir kısıtlamaya gidilmiştir. Bu çalışma serinin 2007-2012 yılları arası çıkan dijital oyunları, çizgi romanları, kısa filmleri ve romanları kapsamaktadır. Assassin's Creed serisinin beş yıllık dönemi üç ayrı döneme ayrılarak analiz edilmiştir.

Assassin's Creed Serisi: 2007-2009 Yılları Arasındaki Dönem

Anlatının Genel Yapısı: 2007 yılında çıkan ilk Assassin's Creed oyunun hikâyesi 1191 yılında Kutsal Topraklarda Üçüncü Haçlı Seferi zamanında geçmektedir. Oyundaki ana çatışma unsuru Hasan Sabbah liderliğindeki suikastçılar örgütü ile Tapınak Şövalyeleri arasındaki mücadeledir. Oyuncu bu oyunda 21. yüzyılda yaşayan, bağlandığı Animus adlı makine sayesinde genetik kodlarını taşıdığı geçmişindeki atalarının yaşadıklarını izleyebilen Desmond Miles'ı yönetmektedir. Oyuncunun Animus sayesinde anılarını izlediği kişi suikastçılara mensup olan Altair Ibn-La'Ahad'dır.

Animus makinesinde Desmond Miles, atası Altair Ibn-La'Ahad'ın anılarını izleyerek Suikastçılar ile Tapınak Şövalyeleri arasında yaşanan ve Cennetin Elması adlı bir objeyi elde etmek için giriştikleri mücadeleyi öğrenir. 21. Yüzyılda bir barmen olarak çalışan Desmond Miles, görünüşte bilimsel araştırmalar yapan ancak Tapınak Şövalyeleri'nin Cennetin Elması adlı objeyi elde etmek için kurdukları bir şirket olan Abstergo tarafından kaçırılmıştır. Miles, Abstergo merkezinde zorla Animus makinesine bağlanır. Tapınakçıların amacı Desmond Miles üzerinden bir suikastçi olan atası Altair Ibn-La'Ahad hakkında bilgi toplamaktır. Altair, bir Tapınak Şövalyesi olan ve Cennetin Elması adlı objeyi elde etmek için mücadele eden Robert de Sablé'i durdurmak istemektedir. Ancak Altair bu mücadele esnasında suikastçılara özgü kardeşlik yeminini bozar. Suikastçi kardeşliğinin o dönem ki lideri Al Muallim, Altair'in rütbesini çirak

suikastçılağa düşürür. Altair'in eski rütbesine ulaşabilmesi için dokuz kişiye suikast düzenlemesi gerekmektedir.

Altair, Al Muallim tarafından kendisine verilen suikast görevlerini yerine getirirken öldürdüğü kişilerin tıpkı Robert de Sablé gibi Cennetin Elması adlı objeyi elde etmek için mücadele eden Tapınak Şövalyeleri olduğunu öğrenir. Robert ve Altair, Kral Aslan Yürekli Richard'ın önünde karşı karşıya gelirler. Altair, Robert ve arkadaşlarını öldürür. Robert, son nefesini verirken Altair'e başka bir Tapınak Şövalyesi daha olduğunu söyler. Suikast kardeşliğine Al Muallim'in yanına dönen Altair'in kafası karışmıştır. Al Muallim'in Masyaf şehrinde yaşayan halkı Cennetin Elması'nı kullanarak hipnotize ettiğini gören Altair, Al Muallim ile karşılaşır ve onu öldürür. Altair, Al Muallim'in kullandığı objeye yaklaştığında dünyadaki diğer Cennetin Elmalarının yerini gösteren bir projeksiyon ortaya çıkar.

Bu sırada, Animus'tan uyandırılan Desmond, Abstergo şirketinin günümüzün Tapınak Şövalyelerine ait olduğunu anlar. Abstergo'nun şimdiki hedefi Altair'in projeksiyonda gördüğü Cennetin Elmalarının diğer parçalarını bulmaktır. Abstergo, Cennetin Elmalarının hepsini ele geçirip dünyadaki bütün insanların zihinlerini kontrol altına alabilmeyi hedeflemektedir. Desmond, Abstergo şirketinde çalışan ve gizli bir suikastçı olan Lucy Stillman tarafından kurtarılır. Desmond atası sayesinde hem dövüş yeteneği hem de kartal görüşü olarak adlandırılan yeteneği kazanmıştır. Desmond, kartal görüşü sayesinde kendinden önce Animus'a bağlanan denek 16'nın kan ile duvarlara yazdığı dünyanın sonunun 12 Aralık 2012 de geleceğine yönelik kehanetleri okumayı başarır.

İlk Assassin's Creed oyunun yaratıcı yönetmeni Patrice Désilets'in elinde altı oyunluk bir devam öyküsü olmasına rağmen yapımçı şirket Ubisoft, devam oyunu yapmak için acele etmemiştir (Raymond, 2007). Désilets'in altı oyunluk öyküsünde Altı oyun boyunca Desmond, atalarının sahip olduğu özel yetenekleri kazanacak ve sonunda Animus'un içinde seyahat etmesine gerek kalmayacak olan nihai suikastçı olacaktı (North, 2015). 2008 yılında Ubisoft, Assassin's Creed: Altair's Chronicles adlı yeni bir oyunu piyasaya sürdü. Bu oyun, beklenen ikinci Assassin's Creed oyunu değil, farklı bir oyun platformu olan Nintendo DS'de yayınlanan bir önceki oyun ile ilgili bir hikâyedir. Bu oyunun hikâyesinde Desmond veya Animus yoktur. Oyun Altair hakkındaydı ve ana oyundan bir yıl önce 1190'da geçmekteydi. Bu oyunda Altair, ustası Al Muallim tarafından Cennetin Elmasını Tapınak Şövalyelerinden alması için görevlendirilir. Altair's Chronicles'ı, başka bir mobil oyun platformu olan PlayStation Vita için çıkan Assassin's Creed: Bloodlines (2009) izledi. Bloodlines yine Desmond'u içermiyordu, ancak Assassin's Creed ana oyunundan sonra Altair'in maceralarını konu edinmekteydi. Bloodlines'ta Altair, niyetleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için Kıbrıs Tapınakçılarını takip eder. Altair, Maria Thorpe adında bir Tapınakçıyı ölümden kurtarır. Oyunun sonunda birlikte doğuya, Hindistan'a doğru giderler. Bu oyunda Cennetin Elmasının yeni bir parçası yoktur. Yalnızca Altair, Cennetin Elmasını kullanmaya başlar. Hindistan'a gitmesinin nedeni de Cennetin Elması hakkında daha fazla bilgi toplamaktır.

Yukarıda belirtilen oyunların yanı sıra, 2007 yılında iPod ve iPhone için piyasaya sürülen Assassin's Creed oyununun mobil versiyonu bulunmaktadır. Gameloft ve Ubisoft firmalarının iş birliği ile yapılan oyunda Desmond ve Animus bulunmazken sadece Altair karakteri bulunmaktadır.

Hikâye Anlatısının Bölümlenmesi: Assassin's Creed (Video Oyunu -2007), Assassin's Creed: Altair's Chronicles (Mobil Oyun-2008), Assassin's Creed: Bloodlines (Mobil Oyun-2009)

Figürler Düzlemi ve Yüzeysel Yapı: İlk dijital oyun ve ardından mobil oyun konsolları için çıkan oyunlar ağırlıklı olarak ana karakter odaklıdır. Serinin ilk dönem karakter odağı Altair Ibn-La'Ahad'dır.

Metinlerarası Düzlem: Yukarıda belirtilen oyunların yanı sıra, 2007 yılında iPod ve iPhone için piyasaya sürülen Assassin's Creed oyununun mobil versiyonu bulunmaktadır. Gameloft ve Ubisoft firmalarının iş birliği ile yapılan oyunda Desmond ve Animus bulunmazken sadece Altair karakteri bulunmaktadır. Jenkins'in terminolojisine göre Altair'e odaklanan bu hikâye anlatımı transmedyadan ziyade radikal metinlerarasılığa uymaktadır. Anlatıyla ilgili olarak farklı oyun platformlarında çıkan oyunların ana hikâyeye katkı sağladığını söyleyebiliriz. Ancak esas olarak hikâye sadece dijital oyun ortamında ilerlediği için bunun "radikal metinlerarasılık" olduğunu belirtmek gerekir. Jenkins (2011, para. 15), radikal metinlerarası ilişkiyi "metinler arasında veya aynı ortamdaki metinsel yapılar arasında bir hareket" olarak tanımlar.

Assassin's Creed Serisi: 2009-2011 Yılları Arasındaki Dönem

Assassin's Creed serisinin 2009-2011 yılları arasındaki dönemini etkileyen önemli bir nokta yapımcı şirket Ubisoft'un uyguladığı büyüme stratejileridir. 2008 yılında Ubisoft, görsel efekt stüdyosu Hybride Technologies'i satın aldı. Ubisoft CEO'su Yves Guillemot, "Sektörümüzün geleceği, izleyicileri büyüleyen markalar yaratma ve bu markaları diğer eğlence biçimlerine genişletme yeteneğimize bağlı" diyerek satın almayı açıkladı (Ubisoft News USA, 2008). Ubisoft Montreal CEO'su Yannis Mallat'ın bu satın alma hakkında yaptığı "Ubisoft ve Hybride aynı yakınsama vizyonunu paylaşıyor" açıklaması Assassin's Creed'in filminin yapılacağı şeklinde yorumlanmıştır. Ancak Ubisoft'un 2009 E3³ Basın Konferansı'nda Guillemot, Hybride Technologies'in satın alınmasının sadece film yapımı ile ilgili olmadığını açıkladı. Ubisoft daha fazlasını istemektedir. Guillemot (2009) hedeflerini "stratejimiz, birbirlerinin deneyimini zenginleştirmek için (tamamen birbirine bağlı) dünyalar inşa ederek yaratıcı yetenekler arasında köprüler kurmaktır" diyerek açıklamaktaydı. Yine basın konferansında Guillemot'a göre Ubisoft, filmler, oyunlar, müzik ve kitapların tek bir evren deneyiminin inşası etrafında etkileşime girdiği döneme girmek üzereydi. Konferansın sonunda Ubisoft, yaklaşan Assassin's Creed II oyununun dijital olarak yaratılan dünyasını gerçek hayattaki aktörlerle birleştiren Assassin's Creed II E3 lansman fragmanını⁴ gösterdiğinde bu yaklaşımın bir ön gösterimini gerçekleştirmiş oldu.

Hybride Technologies'in satın alınması Ubisoft'un farklı medya metinleri arasında imgeleri, tasarımları, araçları ve görüntüleri paylaşabileceği anlamına geliyordu. Bununla birlikte, bir sonraki Assassin's Creed oyununda Desmond'un atası Ezio Auditore da Firenze bulunmaktaydı. Buna bağlı olarak hikâyenin gidişatı yine karakter odaklı olmuştur.

Anlatının Genel Yapısı: Hybride Technologies'in yardımıyla Ezio'nun hikâyesi Assassin's Creed Lineage⁵ (2009) adlı kısa bir filmle başlıyor. Assassin's Creed II senarist Corey May'in (Mayıs, 2009) açıkladığı gibi, Ezio ve ailesini tanıtmak için farklı bir ortam kullanmak bilinçli bir seçimdi:

Hikâyemiz intikam kavramına çok fazla odaklandığı için Ezio, ailesine bağlı büyümek zorundaydı. Bu bağlılığı vurgulamak için kısa bir film yapmak bize çok cazip geldi. Kısa filmdeki olayları ana oyundaki olayların öncesine yerleştirerek ana hikâyedeki birçok olayın nedenlerini de açıklamış olduk.

Lineage, yeni ana oyun Assassin's Creed II'den (2009) kısa bir süre önce yayınlandı. Assassin's Creed II, ilk ana oyun ile aynı genel yapıya sahiptir. Bu oyunda Desmond'un atası Ezio'nun anılarını keşfedebilmesi için kendi Animuslarına sahip olan

³ 1995 yılından bu yana her yıl düzenlenen dijital oyun fuarı.

⁴ İlgili video <https://www.youtube.com/watch?v=xkCPNECud8> adresinden seyredilebilir.

⁵ İlgili kısa film <https://www.youtube.com/watch?v=vcE8xIkK6t4> adresinden seyredilebilir.

bir grup günümüz Suikastçısının yardımıyla Abstergo binalarından kaçan Desmond'u takip ediyoruz. Altair'in aksine, adı Latince'den türetilen Ezio, daha gelişmiş bir karakterdir. Oyun ve kısa film Ezio'nun yaklaşık on yedi yaşından kırk yaşına kadarki hayatını kapsamaktadır. Corey May'ın dediği gibi, Ezio'nun hikâyesi intikam hakkında, Ezio bir suikastçı olarak başlamıyor, ancak babası ve erkek kardeşleri öldürdüğü için bu role zorlanıyor.

Lineage dışında Assassin's Creed II ana hikâyesi Assassin's Creed Renaissance (2009) adlı Oliver Bowden tarafından yazılan bir roman ve diğeri Assassin's Creed 1: Desmond (2009) adıyla bir çizgi roman olmak üzere iki tür medya metni ile daha ilişkilidir. Renaissance, Assassin's Creed II'de anlatılan hikâyenin roman biçiminde bir uyarlamasıdır. Assassin's Creed 1: Desmond çizgi romanında anlatılan hikâye ağırlıklı olarak İlk Assassin's Creed oyununun günümüz zamanında geçiyor, ancak Desmond'un ilk oyundaki hikâyesinin farklı bir versiyonu anlatılmaktadır. Bu çizgi romanda Desmond'un yeni atası, özel bir objeyi (Cennet Elması) arayan Romalı Acquilus'dur. Acquilus'un hikâyesi 259 yılında geçmektedir. Çizgi roman Titan Books tarafından yayınlanırken telif haklarına Ubisoft Entertainment sahiptir.

Assassin's Creed II hikâyesine bağlantılı olan Nintendo DS hem de iPhone için Piyasaya sürülen bir mobil oyun olan Assassin's Creed Discovery vardır. Oyunun hikâyesi 1491 yılında geçmektedir. Oyun Ezio'nun hayatının kısa bir parçası olarak değerlendirilebilir. Bu oyundaki hikâye ne ana oyunu ne de romanı direk olarak etkilememektedir.

Lineage sadece yeni film ortamını değil, aynı zamanda ana oyun Assassin's Creed II ile doğrudan bağlantılı bir anlatıyı da tanıttığı için, Assassin's Creed serisinin 2009 yılında transmedya hikâye anlatımı dünyasına ilk adımı attığı söylenebilir. Bu aynı zamanda, hem Cennet Elmasını arayan Acquilus'a hem de Desmond'a anlatısında yer veren Assassin's Creed 1: Desmond adlı çizgi roman için de geçerlidir. Renaissance romanı, Ezio'nun hikâyesinin bir uyarlaması olduğundan ve ana oyunun anlatısına yeni bir şey eklediğinden, çapraz medya⁶ hikâye anlatımının bir unsuru olarak görülmelidir. Son olarak Discovery, farklı bir platformda da olsa dijital bir oyun olduğu için radikal metinlerarasılık örneğidir.

2010 Yılında Ubisoft, Assassin's Creed serisini mobil oyunlarla devam ettirmek yerine başka bir ana oyun olarak görülebilecek dijital oyunu piyasaya sürmüştür. Assassin's Creed Brotherhood adındaki bu oyunda da Desmond ve Ezio'nun hikâyesi devam ettirilmiştir. Oyunda Desmond ve modern suikastçılar bir zamanlar Ezio'nun ikamet ettiği İtalyan Monteriggioni şehrine kaçarlar. Ezio'nun hikâyesi ise 1499'dan 1507'ye kadar olan dönemdeki maceralarını anlatıyor ve ağırlıklı olarak Roma'da geçiyor. Oyun, Ezio'nun Tapınakçı Cesare Borgia tarafından saldırıya uğramasından kısa bir süre sonra Monteriggioni villasına dönüşü ile başlar. Cesare Borgia, Ezio'nun amcasını öldürür ve Cennetin Elmasını ele geçirir. Ezio oyunun sonunda Borgia'yi öldürüp Roma'daki Aracoeli'deki Basilica di Santa Maria'nın altında bir kasada saklanan Cennetin Elmasının ele geçirir. Bu sırada da hikâyenin günümüz versiyonunda Desmond ve suikastçılar Cennetin Elmasını ele geçirirler. Desmond, suikastçılardan biri olan Lucy Stillman'ı öldürür ve bu eyleminden sonra Animus'un içinde bir çeşit komaya girer.

⁶ Burada çapraz medya kavramına ayrı bir parantez açmak gerekmektedir. Transmedya hikâyeciliği ile sıklıkla karıştırılabilen bir kavramdır. Hannele, Kangas ve Vainikainen'e göre (2004, s. 19) çapraz medyanın birden çok anlamı vardır: "bir kez yarat her yerde yayınla", "çeşitli medya ortamlarında içerikten yararlanma yeteneği" gibi. Kültür endüstrisi bağlamında çapraz medyanın kullanımı ise tek bir öykünün farklı medya ortamlarına değiştirilmeden ya da farklılaştırılmadan aktarımı olarak açıklanabilir.

Bu oyundan önce iki medya metni daha bulunmaktadır. İlk olarak, Acquilus'un Cennetin Elması'nı aramaya devam ettiği ikinci bir çizgi roman Assassin'in Creed 2: Acquilus 'dur. Bu çizgi romanda anlatılan hikâye Assassin'in Creed II ile Assassin'in Creed Brotherhood arasındaki boşluğu doldurmaktadır. İkincisi ise kısa bir animasyon filmi Ascendance⁷'dir. Bu filmin hikâyesi Ezio ile ilgilidir. Hikâye Roma'da 1500'de başlar, ancak daha sonra 1497 ve 1499 yıllarına geri dönüşler ile ilerler. Geri dönüşlerde, Cesare Borgia'nın hayatının bir bölümü gösterilir. Brotherhood'dan sonra yeni Brotherhood adıyla piyasaya çıkan bir roman bulunuyor. Bu roman yine Ezio'nun hayatından bir bölümü konu almaktadır. Assassin'in Creed 2: Acquilus ve Ascendance serinin transmedyal yönünün geliştirirken Brotherhood romanı sadece çapraz medya olarak değerlendirilebilir.

2011 Yılı seride önemli bir dönemeç olarak adlandırılabilir. Yeni bir oyunun yayınlanmasından birkaç ay önce yayınlanan The Secret Crusade romanı, Altair'in gençliğinden 92 yaşına kadar olan hayat hikâyesini anlatmaktadır. Aynı zamanda bu romanda Altair'e, 1257 yılında Masyaf şehrinde misafir olan Niccolò Polo ve kardeşi Maffeo'nun hikâyesine de değinilir. Kitapta anlatılan Altair'in hikâyesinin çoğu, Altair's Chronicles, Assassin's Creed ve Bloodlines oyunlarında zaten anlatılmıştır. Bununla birlikte kitapta, Altair 'in erken yaşamı, ailesi ve Bloodlines'ten sonraki yılları hakkında verilen bilgiler yenidir. Kitabın sonsözü, kitabın İstanbul'a giden Ezio tarafından okunduğunu ortaya koymaktadır. Böylece, kitap sadece Altair'in hayatını "yeniden özetlemekle" kalmaz, aynı zamanda 2011'de yayınlanan ve bir kez daha Ezio'yu içeren bir sonraki Assassin's Creed oyunu Revelations ile bir bağlantı oluşturur. Revelations'da Ezio elli bir yaşındadır. Altair'in gizli kütüphanesini bulmak için Tapınakçıların elinde olan Masyaf'a şehrine gider. Ezio'nun kütüphaneye girmek için İstanbul da gizlenmiş olan beş anahtarı bulması gerekmektedir. Revelations'da oyuncu sadece Desmond ve Ezio'nun rolünü değil, aynı zamanda Altair'in rolünü de üstlenir. Ayrıca Revelations da Altair tarafından icat edilen bellek diskini adında yeni bir teknoloji de oyuna dâhil olmuştur. Bu disklerin beşi İstanbul'un çeşitli yerlerine Niccolò Polo tarafından gizlenmiştir. Bu bellek kartları bulunduğu, oyuncu Altair'in anılarına girer ve sinematik sahneler ile Altair'a ne olduğunu öğrenir. Oyun sırasında Animus'ta komada olan Desmond, hikâyenin günümüz bölümüne hiçbir şey ekleyememiştir. Desmond'un eylemleri sadece Animus'un sanal dünyasında gerçekleşir, bu da Ubisoft'a Desmond'un Abstergo tarafından kaçırmadan önce geçmiş hakkında daha fazla bilgi vermek için mükemmel bir yol sunar. Aynı zamanda bu şekilde Assassin's Creed II de duvara garip işaretleri bırakan adam olan Clay Kaczmarek hakkında da bilgi verilmiş olur.

Revelations oyununa bir kitap eşlik etmektedir. Revelations adını taşıyan bu roman ana oyunun birebir karşılığı olan bir uyarlama değildir. Ezio'nun İtalya'dan Masyaf'a giderken yaşadığı maceraları, Brotherhood ve Revelations da ki olaylarla birlikte Ezio'nun ölümünden önceki son zamanları anlatılmaktadır. Bu kitap haricinde çizgi roman olarak Assassin's Creed 3: Accipiter ve animasyon filmi Embers⁸ vardır. Accipiter, çizgi romanını daha önce yayınlanan Assassin's Creed 2: Acquilus'un devamı niteliğindedir. Accipiter ayrıca çizgi romanlarda Desmond'un yerini alacak yeni bir modern suikastçı Hawk'ı tanıtmıştır. Embers ise Revelations romanında anlatılan Ezio'nun hikâyesini tamamlamıştır. Ezio, Revelations oyununda tanıştığı Sofia ile evlenmiş ve Marcello ve Flavia adında iki çocuğu olmuştur. Embers'te Çinli bir kadın suikastçının ziyareti ile Ezio son bir maceraya daha atılır.

⁷ İlgili animasyonu <https://www.youtube.com/watch?v=QFVBwUhQnBI> adresinden seyredebilirsiniz.

⁸ İlgili animasyon <https://www.youtube.com/watch?v=IYfDvxsk2qc> adresinden seyredebilir.

Hikâye Anlatısının Bölümlemesi: Assassin's Creed Lineage (Kısa Film-2009), Assassin's Creed II (Video Oyun-2009), Assassin's Creed Renaissance (Roman-2009), Assassin's Creed 1: Desmond (Çizgi Roman- 2009), Assassin's Creed Discovery (Mobil Oyun- 2009), Assassin's Creed Brotherhood (Video Oyun- 2010), Assassin'in Creed 2: Aquilus (Çizgi Roman- 2009), Assassin's Creed Ascendance (Animasyon Filmi-2010), The Secret Crusade (Roman-2011), Assassin's Creed Revelations (Video Oyun- 2011), Revelations (Roman-2011), Assassin's Creed 3: Accipiter (Çizgi Roman- 2011), Embers (Animasyon Filmi-2011).

Figürler Düzlemi ve Yüzeysel Yapı: Revelations oyunu ve onu takip eden roman, çizgi roman ve animasyonlarda Ezio ve Altair ana kahramandır. Desmond karakteri çizgi romanlarda yerini Hawk karakterine bırakmıştır. Revelations oyunu Altair'in hikâyesini sonlandırır. İlk olarak The Secret Crusade romanında dillendirilen Altair'in sonu Revelations oyunu ve romanı ile tamamlanmıştır.

Metinlerarası Düzlem: Assassin's Creed serisinin bu bölümünde hikâyeyi tamamlamak için artık sadece oyunu oynamak yeterli değildir. Dahası, ana hikâye iki suikastçı üzerinden yürüdüğünden, iki hikâyeyi de tamamlamak isteyen oyuncunun ciddi çaba sarf etmesini gerektirir. Altair hikâyesinin tamamını öğrenmek için oyuncunun Altair's Chronicles, Assassin's Creed, Bloodlines ve Revelations oyunlarını oynaması ve sonra da The Secret Crusade 'i okuması gerekir. Ezio için ise oyuncu Assassin'in Creed II, Discovery, Brotherhood ve Revelations oynamalı, Lineage, Ascension, Embers'i izlemeli ve Revelations'ı okumalıdır. Altair'in ve Ezio'nun her ikisinin hikâyesini de tamamlamak için oyuncu gerçekten tüm medya metinlerinde bilgi avlamak zorundadır. Başka bir deyişle, Jenkins'in (2006, s. 21) öngördüğü "avcı-toplayıcı" olmak zorundadır.

Assassin's Creed Serisi: 2011-2012 Yılları Arasındaki Dönem

Anlatının Genel Yapısı: Assassin's Creed serisinin bu bölümü Desmond hikâyesinin finalidir. Aynı zamanda bu dönemde 21 Aralık 2012 tarihi gizemi de çözülmüştür. Her ikisi de Assassin's Creed III (2012) oyununda sonuçlanmaktadır. Bu oyunda Desmond, önceki oyunlardan çok daha aktiftir. Sadece atası ratonhnhaké: ton 'u aramak zorunda değil aynı zamanda 21 Aralık 2012 gizemini çözmek için de gereken Cennet Elması bulmalıdır. Desmond bu oyunda da Abstergo ajanlarıyla savaşmaktadır, özellikle de eski bir suikastçı olan Daniel Cross ile mücadeleye girer. Bu arada Desmond babası William Miles ile geçmiş sorunlarını çözer. 12 Aralık 2012 gizeminin, Desmond'un bir çözüm bulamazsa dünyayı yok edecek bir güneş patlaması olduğu ortaya çıkar. Felaketi önlemek için Desmond oyunun sonunda kendini feda eder. Ratonhnhaké: ton'un hikâyesi Amerikan Bağımsızlık Savaşı'na karşı hazırlanmıştır. Ratonhnhaké: ton adı Kızılderili dilinde "ruhu ortaya çıkan" anlamına gelir. Ratonhnhaké: ton, yarı Kızılderili yarı İngilizdir. Ezio gibi, Ratonhnhaké: ton suikastçı olmayı tercih etmemiştir. Cennet Elması tarafından başlatılan bir 'ruh yolculuğu' ile suikastçı olmuştur.

Assassin's Creed III ana hikâye de iki işlevi yerine getirir. Bir yandan Desmond efsanesini "sona erdirir" diğer yandan ise yeni bir efsaneyi yani Kenway efsanesini başlatır. Bu, diğer medya metinlerinin farklı bağlanma biçimlerini açıklar. The Fall (2011) ve The Chain (2012) Desmond'un ara hikâyesinin bir parçasıdır. Çizgi roman Hawk (2012), kendi içinde Assassin'in Creed's hikâye dünyasının bir parçasıdır ve sadece Desmond'un ara hikâyesiyle geçici olarak bağlantılıdır. Forsaken romanı içerdiği, Haytham Kenway ve oğlu ratonhnhaké: ton gibi karakterle yeni transmedia hikâye anlatımının yani Kenway efsanesinin bir parçasıdır. Aslında, Assassin's Creed III'te oyuncu Tapınakçı olan Haytham olarak başlar, bu da hem Desmond hem de oyuncunun bir suikastçı olduğu için akıllıca bir şekilde yapılır. Daha sonra oyuncu ratonhnhaké: ton olarak oyuna devam eder. Haytham daha sonra oyuna bir karakter olarak döner.

Hikâye Anlatısının Bölümlemesi: The Fall (Çizgi Roman -2011), Assassin's Creed III (Video Oyunu -2012), The Chain (Çizgi Roman -2012), Hawk (Çizgi Roman -2012), Forsaken (Roman -2012).

Figürler Düzlemi ve Yüzeysel Yapı: Serinin bu döneminde karakter odağı Desmond Miles ve Ratonhnhaké: ton olmuştur. Ayrıca Haytham Kenway de farklı metinlerde karşımıza çıkan bir karakter olmuştur.

Metinlerarası Düzlem: Tüm ana oyunlardan farklı olarak Assassin's Creed III en az birbiri ile bağlantılı medya metinlerine sahiptir. Bu dönemde ilk olarak The Fall (2011) ve The Chain (2012) adıyla piyasaya sürülen iki çizgi roman vardır. Bu çizgi romanlar, suikastçılıktan Tapınakçılara dönen Daniel Cross ve onun Çar III. Alexander döneminde Rusya'da yaşayan atası Nikolai Orelov'un hikâyesini anlatır. Daniel Cross'un Desmond'un Assassin's Creed III'teki ana düşmanı olmasının yanı sıra, Orelov'un Ezio'nun kitabını Moskova'daki Bolşoy tiyatrosunun altındaki gizli bir kütüphanede bulmasıyla ana hikâye ile de bir bağlantı sağlanır. Çizgi romanlar ayrıca Rusya'da bulunan Cennetin Elmasının yeni bir parçasını da hikâyeye dâhil eder. Assassin's Creed III'ü çevreleyen diğer iki medya metni ise 2012 tarihli çizgi roman Hawk ve Forsaken adlı romandır. Hawk'ta yeni suikastçi Hawk'ın atası Numa Al'Khamsin'in hikâyesi anlatılmaktadır. Forsaken romanında ise Ratonhnhaké: ton'un babası tapınakçı Haytham Kenway'in maceraları anlatılır.

Henry Jenkins tarafından 2009 yılında tanımlanan bir transmedya hikâyesinin sahip olması gereken sekiz özellik Assassin's Creed serisi üzerinden aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

Yayılabilirlik: Bu kavram, katılımcıların sosyal medya araçları aracılığıyla deneyimlemesi gereken hikâyenin hızlı bir şekilde yayılmasını ve içeriğin kısa sürede deneyimlenip paylaşılmasını açıklamaktadır. Ayrıca, hikâyeyi geliştirmek ve dağıtmak için sosyal medya gibi dijital platformların kullanılmasının önemini de göstermektedir. Assassin's Creed serisi özellikle yapımçı firma Ubisoft'un seriye özel yürüttüğü sosyal medya etkinlikleri ile hikâye evreninin bütün detayları ister serinin hayranı olsun ister olmasın bütün internet kullanıcılarına sunulmuştur. Böylece hikâyenin yayılması ve yeni kitlelerin kazanılması sağlanır.

Süreklilik: Hikâye dünyası ne kadar tutarlı olursa, katılımcının deneyimi o kadar sürükleyici olur ve bu da oyunun etkileşime daha layık olmasına yol açar. Süreklilik, hikâye dünyasında tutarlılığı sağlamayı amaçlayan kavramdır. Assassin's Creed serisindeki hikâyeler birbiriyle bağlantılıdır. Böylece seyircinin tüm hikâyeyi anlayabilmesi için çıkan medyayı izlemesi, oynaması ve okuması gerekir. Bu tutarlılık izleyiciyi verilen ürünleri ne kadar çok tükettirirse izleyiciyi hikâyeye daha da bağlar.

Çokluk/Çeşitlilik: Katılımcının ilgisini ve katılımını sabit tutabilmesi için hikâye dünyasının kendi içinde belirli bir tutarlılığa sahip olması gerekir. Bu tutarlılığı sağlamak için, hikâye belirli katmanlarda anlatılabilir. Hikâye katmanlar halinde geldiğinde, birden fazla alternatif sürüm ortaya çıkar. Örneğin Assassin's Creed serisinde izleyici Altair, Ezio ve Desmond gibi karakterlerin hikâyelerinin farklı ve alternatif versiyonlarını kitap, çizgi roman, kısa film ve animasyon filmlerde takip edebilmektedir. Bu alternatif hikâyelerin izleyicinin farklı duygular hissetmesine aynı zamanda kendileri ve gördükleri karakterler arasında farklı bağlantılar kurmasına neden olabilecektir.

Dalabilirlik/Çıkarılabilirlik: Hikâye dünyasının kalitesi, katılımcıların zaman ve mekân algısını kaybetmesine neden oluyorsa bu katılımcıların deneyimlerini üst düzey yaşadıkları anlamına gelir. Bir hikâye ne kadar kendine çekerse, katılımcılar hikâye dünyasına o kadar çok adapte olurlar ve kendilerini oyunun bir parçası olarak görürler. Bu, katılımcının dikkatinin hikâyede sürekli tutulmasını sağlar. Daldırma kavramı bu süreci ifade eder. Assassin's Creed serisi insanların anlatının bir parçası olarak daha fazla hissettikleri, daha fazla kaynak harcadıkları ve duygusal olarak yatırım yaptıkları farklı

medya kanallarını kullanarak genişler. Bu yatırımın karşılığını aldıklarında daha fazla tatmin olmak için yatırım yaparlar. Örneğin, Assassin's Creed serisinin hayranları hikâyeye kendilerini de dâhil edebilmek için oyunlara para ödüyor, kitaplar satın alıyor, oyuncaklar ya da hediyelik eşyalar satın alıyor. Bu bağlamda Assassin's Creed serisi takipçilerini hikâyenin içine daldırabilmiştir.

Çıkarılabilirlik kavramı ise hikâye dünyasındaki değerli öğelerin gerçek dünyadaki katılımcılar tarafından kullanılması sürecini açıklar. Popüler filmlerde, dizilerde, televizyon şovlarında ve oyunlarda öğelerin gerçek dünyada kullanılması, katılımcıların gerçek dünyayı ve hikâye dünyasını birbirleriyle entegre etmelerini sağlar. Assassin's Creed serisine ait aksiyon figürleri, tekstil ürünleri, karakter takımları dâhil olmak üzere çok sayıda ürün yaratılmıştır. Bu şekilde hikâye yaratıcıları milyonlarca Assassin's Creed hayranıyla bağlantı kurabilmiştir. Bu, hayranların hikâyeye entegre hissetmelerini sağlar.

Dünya İnşası: Katılımcı, keşfettiği öykü dünyasını ne kadar ikna edici ve samimi bulursa, öykü ile daha fazla bağlantıda kalır. Bu, deneyim sürecini artıracaktır. Bir hikâye dünyası yaratırken, yaratılan dünyayı katılımcı için inandırıcı hale getirmek en önemli anahtar unsurlardan biridir. Bunu başarmanın ilk adımı, yaratılan dünya ile gerçek dünya arasında bir kesişme noktası yaratmaktır. Kurgusal evrende, gerçek dünyadan bağlantı kurarak ve katılımcıyı gerçek olduğuna ikna ederek bir hikâye dünyası kurulmalıdır. Assassin's Creed Serisinde de Maya takvimine göre kıyametin kopacağı tarih olarak konuşulan ve dünya gündemini meşgul eden Aralık 2012, ye bir gönderme vardır. Böylece oyun dünyası ile gerçek dünya arasında bir bağ kurulur. Öte yandan serinin ana hikâyesinin oturduğu tapınakçı-suikastçı karşıtlığı da zaten tarihte bilinen bir karşıtlıktır. Bütün bu noktalar hikâyede yaratılan dünyanın gerçekliğini hayranlar nazarında tutarlı kılmaktadır.

Dizisellik: Bir hikâye birden fazla medya platformuna yayıldığında bu konseptte seri adı verilir. Nielsen ve Selvadurai (2012, s.38) "Evrendeki farklı hikâyelerin birbiriyle bağlantılı olması gerekmediğini, ancak evrendeki karakterlerin ve genel kuralların korunması gerektiğini" belirtirler. Hikâye dünyasından hikâyeler mutlaka birbiriyle ilişkili olmak zorunda değildir. Ancak, ana hikâyeye bağlı karakterler sağlam kalmalıdır.

Assassin's Creed serisi çok uzun bir tarihe sahip bir evren yaratır. Haçlı seferlerinden başlayıp 21. yüzyıla kadar gelen bu hikâyeyi genişletmek ve iyileştirmek için mümkün olduğunca çok farklı ortam kullanılmıştır. Assassin's Creed serisinde de birbiriyle bağlantılı olmayan ama ana hikâyeyi sürdüren metinler bulunmaktadır. Örneğin, Assassin's Creed serisinin çizgi roman metinlerindeki kahramanları diğer metin türlerinde görmeyiz ama bu çizgi romanlar ve dolayısıyla kahramanları ana hikâyedeki boşlukları doldurabilirler.

Öznellik: Hikâyedeki yan karakterler, katılımcıların hikâyeyi farklı perspektiflerden deneyimlemelerini sağlayabilir. Robert Pratten (2015, s. 9) "Öznellik, farklı karakterlerden bakış açılarını ifade eder. Tipik olarak bu, kahramanın hikâyesini anlattığı yerden farklı bir platformda bakış açılarını ifade eden ikincil veya destekleyici karakterler açısından düşünülmektedir". Öznellik kavramı, katılımcının daha geniş bir perspektiften deneyimlemesine ve hikâyeyi birden çok dalla ilişkilendirmesine yardımcı olur. Örneğin Assassin's Creed serisinde The Fall (2011) ve The Chain (2012) adıyla piyasaya sürülen iki çizgi roman da tapınakçı Daniel Cross ve onun atası Nicolai Orelov'un bakışıyla ana hikâyeye katkı sunulur.

Performans: Hikâye dünyasındaki katılımcıların aktif rolü, hikâyeyi ve kullanıcı deneyimini bir sonraki seviyeye taşıyacaktır. Performans kavramını, katılımcının hikâyenin deneyimli hikâye dünyasında sosyal medya öğelerini kullandıkları kısmı olarak tanımlayabiliriz. Katılımcının performansı hikâyeyi tamamlama çabasıyla orantılı olarak artacaktır. Assassin's Creed serisinde de hayranlar kendi imkânları ile oluşturdukları

forumlar⁹ ve vikiler¹⁰ sayesinde hikâyenin gidişatına yönelik fikir yürütüp düşüncelerini paylaşabilmektedir.

SONUÇ

Gelişmekte olan bilgi teknolojileri sayesinde farklı medya platformları artık birbirine daha yakın hale gelmiştir. Medya ortamlarının iç içe geçtiği günümüzde transmedya anlatılar kültürel hayatımızın ayrılmaz birer parçası haline gelmektedir. Medya ortamlarının geleceğinde transmedya anlatılarının daha fazla yer kaplayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda özellikle kültür endüstrilerinin transmedya anlatılara daha çok yönelmesi beklenmelidir. Dijital kültür endüstrisinin önemli faaliyet alanlarından biri dijital oyunlardır. Bu çalışmada da dijital oyunlardaki transmedya anlatısı Assassin's Creed serisi üzerinden incelenmiştir. Metin analizi yapılarak elde edilen bulgulara baktığımızda Assassin's Creed serisinin transmedya anlatısına dijital oyunlar bağlamında örnek oluşturduğu sonucuna varılmıştır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçları aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

- Çalışmada belirtildiği gibi, Assassin's Creed serisi bir transmedya projesi olarak başlamamıştır. Ancak birkaç oyun ve bağlantılı medya metinleriyle transmedya anlatısı haline gelmiştir. Başlangıçta, ilk ana oyun Assassin'in Creed'i çevreleyen medya metinlerinin çoğu Ubisoft tarafından üretilmemiştir. Bununla birlikte, ana oyuna bağlı medya metinleri serinin yaratıcı direktörü Patrice Désilets ve başyazar Corey May'ın yakın gözetimi altında üretildiklerinden, birlikte yaratma uygulamalarına örnek oluşturmuştur.

- Anlatısal bir bakış açısından, Assassin's Creed serisi karakter odaklı olarak ilerlemiştir. Ubisoft, ilk olarak Altair karakteri üzerine odaklanmıştır. Medya metinlerinin çoğu oyun olduğu için Altair's Chronicles ve Assassin's Creed Bloodline, Altair'in yaşam öyküsünde yeni aşamalar sunmasına rağmen, hikâyeye bir bütün olarak kavrayış kazandırdıklarından, radikal metinlerarasılık olarak adlandırılmaları gerektiği belirlenmiştir.

- Ubisoft, özel efekt şirketi Hybride Technologies'i satın alarak transmedya dünyasına dahil olmak için ilk büyük adımı atmıştır. Bu şirketin satın alınmasıyla Ubisoft, farklı medya mecralarını kullanabilir hale gelmiştir. Böylece, tasarımcılar, yazarlar, teknisyenler vb. Sadece birbirlerinin varlıklarını değil, aynı zamanda birbirlerinin deneyimlerini de zenginleştirmektedirler.

- Ubisoft, transmedya hikâye anlatımına serinin ikinci oyunu Assassin's Creed II ile giriş yaptı. Hem Altair'in hem de Ezio'nun hikâyesinin tümünü öğrenebilmek için, oyuncunun en az üç farklı medya türünü, oyunları, kitapları ve filmleri kullanması gerekiyordu. Karşılaştırıldığında Desmond'un Assassin's Creed III oyununda sona eren hikâyesi, çoğunlukla aynı ortamda olduğu için, ana oyunlarda anlatıldığı gibi geçici olarak transmedyal bir özellik taşımaktadır. Desmond da ilk üç çizgi romanda görünür, ancak bu romanların Desmond ile geçen bölümlerin çoğunlukla ana hikâyeye bir etkisi yoktur.

- Assassin's Creed serisinde ana hikâye anlatımı aracı oyundur. Aslında diğer medya metinleri, oyunların kahramanları (Lineage, Embers) veya önemli rakipler (Ascendance, The Fall, The Chain) hakkında daha fazla bilgi ve iç görü sağlamaları bakımından 'ikincil' olarak işlev görürler. Mobil oyun konsolları için çıkan oyunlar farklıdır çünkü bir bütün olarak anlatıya katkıda bulunurlar, oyunların ana hikâye anlatım aracı olarak oynadığı rolün altını çizerler.

⁹ Serinin Türkçe olarak hazırlanmış bir forum sitesi: <http://www.assassinscreed1092.com/>

¹⁰ Serinin hayranları tarafından hazırlanmış viki sayfası:

https://assassinscreed.fandom.com/wiki/Assassin%27s_Creed_Wiki

• Çizgi romanlar ana hikâyeye katkıda bulunmaz ancak serinin hikâyeye dünyasının görsel bir sunumudur ve sonuç olarak bu hikâyeye dünyasını deneyimlemek için farklı bir yol sunarlar. Romanların işlevi de farklıdır. İlk başta, ana oyunların uyarlamalarıydılar ve bu nedenle anlatıların bir kısmını deneyimlemenin farklı bir yoluydu, böylece oyuncu olmayanlarda hikâyeyi takip edebiliyordu. The Secret Crusade romanı ana hikâyeye daha fazla katkıda bulunulmuştur. Bu roman özellikle oyuncularını oyunlardan diğer medya metinlerine geçmeye teşvik etmiştir.

• 2003 yılında Jenkins tarafından tarif edilen transmedya hikâyeye anlatımı uygulamalarına neredeyse birebir uyan Assassin's Creed serisinde hikâyeye bir oyunda tanıtılmış, daha fazla oyunda genişlemiş ve sonunda (animasyonlu) filmlerde, çizgi romanlarda ve romanlarda devam etmiştir.

Son olarak dijital oyunlar, kültür endüstrisi ve transmedya hikâyeciliği kavramları çerçevesinde bir değerlendirme yapmak gerekir. Dijital oyunların gelişiminde ve varoluş sürecinde küreselleşme olgusunun hayatımıza soktuğu yeni dünya düzenin önemli bir yeri vardır. Yeni dünya düzeni içinde dijital oyunlar gibi kültürel üretimlerin küresel sermayenin büyümesinde ve onun beslediği kültür endüstrisinde önemli işlevleri bulunur. Bu önemli işlevlerin belki de en önemlisi egemen ideolojik tahakkümün devamının sağlanmasıdır.

Geçmişten günümüze iktidarlar, ideolojik tahakkümlerini sürdürmek için teknolojiyi ve onun getirdiği yenikleri kullanma noktasında her zaman öncü olmuşlardır. Dijital oyunları da bu kapsamda değerlendirmek gerekmektedir. Boş zaman geçirme ve eğlence etkinliği olarak görülen dijital oyunlar tıpkı sinema, televizyon ve müzik gibi popüler kültür ögesi haline gelmiştir.

Diğer eğlence araçları gibi dijital oyunlar da yaratıcı endüstrinin yeni stratejilerine ayak uydurmuştur. Bu kültürel üretim endüstrisinin farklı medya kollarını birleştirip daha çok kişiye ulaşma mantığına dayanan transmedya hikâyeciliği Assassin's Creed serisi örneğinden de görüleceği gibi dijital oyun yaratıcılarına yeni bir üretim pratiği kazandırmıştır.

KAYNAKÇA

ADORNO, T. (2014). *Kültür Endüstrisi* (N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen., Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

ADORNO, T. ve HORKHEIMER, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği* (N. Ülner ve E. Ö. Karadoğan, Çev.). İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.

AKTULUM, K. (2000). *Metinlerarası İlişkiler*. Ankara: Öteki Yayınları.

BAYRAKTAR, S. (2018). "Moda Sektöründe Transmedya Hikâyeye Anlatımı: Barbie Bebek Transmedya Uygulamaları Örneği" *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 325-350. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.406498>

BAZARCI, S. (2019). "Transmedya uygulamalarında yayılma kanalları: küresel örnekler üzerine bir inceleme" *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 560-576. <https://doi.org/10.31123/akil.529067>

BENJAMIN, W. (2002). *Pasajlar* (A. Cemal, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

BEYLARD-OZEROFF, A., KRALOVA, J. ve MOSER-MERCER, B. (1995, Eylül). *Translator's Strategies and Creativity*. 9th International Conference on Translation and Interpreting, Prague, Czechia.

BYUN, H. ve KWON, Y.S. (2016). "A Systematization of the Concept of Transmedia: Update, Reinterpretation and Redefinition of the Concept" *International*

Journalism and Mass Communacations Journal, Article ID: 3, 120.

<http://dx.doi.org/10.15344/2349-2635/2016/120>

ÇAKMAK, V. (2018). Dijital Oyunlar ve Transmedya Hikâyeciliği. (Ed) E. Aktan, Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikâyeciliği içinde (ss. 69-90). Konya: Literatürk Academi.

ÇETİNKAYA, Ö. A. (2017). "Marka Sadakati Oluşturma Aracı Olarak Transmedya Hikâye Anlatımının Yeri ve Değeri" *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 559-576. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mjss/issue/40527/486314>

DAVENPORT, G. (1998). "Very Distributed Media Stories: Presence, Time, Imagination" In *Proceedings 4th International Euro-Par Conference on Parallel Processing*, (ss. 47-54), Londra: Springer-Verlag.

DELLALOĞLU, B.F. (2007). Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum. İstanbul: Say Yayınları.

DENA, C. (2010). "Transmedia practice: Theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments" University of Sydney yayımlanmamış Doktora tezi, Sydney. Erişim Adresi:

https://www.researchgate.net/publication/256600225_Transmedia_Practice_Theorising_the_Practice_of_Expressing_a_Fictional_World_across_Distinct_Media_and_Environments

DÖNMEZ, M. ve GÜLER, Ş. (2016). "Transmedya hikâyeciliği Doritos Akademi örneği incelemesi" Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7(16), 155-175. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.265477>

ECENBARGER, C. (2016). "Comic Books, Video Games, and Transmedia Storytelling: A Case Study of The Walking Dead" *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 8(2), 34-42.

<https://doi.org/10.4018/IJGCMS.2016040103>

GAMEREACTOR, T. V. (2007, Kasım 6). Jade Raymond on Altair ve Assassins Creed Interview Part 2/2 [YouTube Video]. Erişim Adresi:

<http://www.youtube.com/watch?v=DcRznI47070>

GENCARELLI, T. (2014). Transmedia Storytelling and the Possible Futures for Popular Cultural Entertainment. (Ed.) D. Renó, C. Campalans, S. Ruiz, V. Gosciola, *Periodismo transmedia: miradas múltiples* içinde (ss. 75-88). Barranquilla: Universidad del Rosario Publicación. Erişim Adresi:

http://www.academia.edu/download/37357752/periodismo_transmedia.pdf#page=86

GUILLEMOT, I. (2009, Haziran 9). Ubisoft E3 Press Conference [YouTube video]. Erişim Adresi: <http://www.youtube.com/watch?v=H802zJGw4ag>

GÜMÜŞ, İ. (2019). "Transmedya Hikayeciliği Aracılığı ile Marka Sadakati İnşasına Yönelik Bir Örnek Çalışma: Angrybirds" *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, 2 (1), 174-197. Erişim Adresi:

<https://dergipark.org.tr/en/pub/hire/issue/44401/512400>

GÜREL, E. ve TIĞLI, Ö. (2014). "New World Created By Social Media: Transmedia Storytelling" *Journal of Media Critiques*, (Special Issue 1), 35-66.

<https://doi.org/10.17349/jmc114102>

GÜRSOY, D (2018). "Transmedia Journalism Toolkit (Tjt): A Design Thinking Guide to Creating Transmedia News Stories" *Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul. Erişim Adresi:

<http://openaccess.bilgi.edu.tr:8080/xmlui/handle/11411/1951>

HANNELE, A., KANGAS, S. ve VAINIKAINEN, S. (2004). *MGAIN Project: Three views on mobile cross media entertainment [TTE4-2004-17]*, VTT Information Technology Araştırma Raporu. Erişim Adresi:

http://www.vtt.fi/tte/rd/multiplemedia/show/crossmedia_entertainment.pdf

HERBIG, A., HERMANN, A. F. ve TYMA, A. W. (2014). *Beyond New Media: Discourse and Critique in a Polymediated Age*. Londra: Lexington Books. Erişim Adresi: <https://market.android.com/details?id=book-D2mPBQAAQBAI>

HUIZINGA, J. (1995). *Homo Ludens* (M.A. Kılıçbay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İSPİR, N. ve KUCUR, A. B. (2019). "Yakınsama Kültürü ve Transmedya Hikâye Anlatıcılığı" *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, Cilt:27 Sayı:2, 161-171. Erişim Adresi:

http://ekurgu.anadolu.edu.tr/assets/upload/pdf/20190809111701_ekurgu.pdf

JENKINS, H. (2001). "Convergence? I Diverge" *MIT Technology Review*, 104 (5), 93. Erişim Adresi: <https://www.technologyreview.com/magazine/2001/06/>

JENKINS, H. (2003). "Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More Compelling" *MIT Technology Review*. Erişim Adresi: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

JENKINS, H. (2009b, Aralık 12). *The Revenge of the Origami unicorn: seven principles of transmedia storytelling*. Futures of Entertainment blog [Web log post]. Erişim Adresi:

http://www.convergenceculture.org/weblog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.php

JENKINS, H. (2011, Temmuz 31). *Transmedia 202: Further reflections* [Web log post]. Erişim Adresi:

http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html

JENKINS, H., PURUSHOTMA, R., WEIGEL, M., CLINTON, K. ve ROBISON, A. J. (2009a). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Massachusetts: MIT Press. Erişim Adresi:

https://market.android.com/details?id=book-T1i_nQrg-vkC

JOHNSTON, K. M. ve PHILLIPS, T. (2016). "A 'Step into the Abyss?': Transmedia in the UK Games and Television Industries" *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 8(2), 43-58. <https://doi.org/10.4018/IJGCMS.2016040104>

KALIPÇI, M. (2017). "Metinlerarasılık Kapsamında G.O.R.A. ve A.R.O.G. Filmlerinin İncelenmesi" *Rumeli dil ve edebiyat araştırmaları dergisi*, Sayı: 9, 69-80.

KALOGERAS, S. (2014). *Transmedia Storytelling and the New Era of Media Convergence in Higher Education*. Londra: Palgrave Macmillan.

KARCI, H. D. (2018). "Markalaşma ve Transmedya Hikayeciliği: Bir Uygulama Örneği" *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Konya. Erişim Adresi:

<http://acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/handle/123456789/14300>

KARCI, H. D. (2018). "Transmedia Storytelling as the New Generation Storytelling form on media: "Rafadan Tayfa" Case Study" *The Online Journal of Communication and Media*, 4(2), 34-53. Erişim Adresi:

<http://tojcarnet.net/journals/tojcam/articles/v04i02/v04i02-05.pdf>

KEARNEY, M. C. (2004). "Recycling Judy and Corliss: Transmedia Exploitation and the First Teen-Girl Production Trend" *Feminist Media Studies*, 4(3), 265-295.

<https://doi.org/10.1080/1468077042000309946>

KINDER, M. (1991). *Playing with Power in Movies, television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley ve Los Angeles: University of California Press. Erişim Adresi:

<http://gen.lib.rus.ec/book/index.php?md5=DB52C0DACE1AEC184092DAD0404368B0>

- KRISTEVA, J. (1986). *The Kristeva Reader*, Toril Moi (ed.). Oxford: Blackwell.
- MANOVICH, L. (2017). Alan Kay ve Evrensel Medya Makinesi (C. Araslan, Çev.), F. Aydoğan (Der.), *Yeni medya kuramlarından yeni medya kuramları içinde* (ss. 47-69). İstanbul: Der Yayınları.
- MARTENS, S. (2016). "Struggle for the Universe: Maneuvering the Narrative World of Assassin's Creed" *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 8(2), 20-34. <https://doi.org/10.4018/IJGCMS.2016040102>
- MAY, C. (2009, Aralık 2). *Making Of Assassin's Creed Lineage* [YouTube video]. Erişim Adresi: <http://www.youtube.com/watch?v=dcxDB9L5T18>
- MCKEE, A. (2003). *Textual Analysis: A Beginner's Guide*. Londra: Sage. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/27470712_Textual_Analysis_A_Beginner's_Guide
- MILLER, H.C. (2008). *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Massachusetts: Focal Press.
- MONTOLEA, M., JAAKO, S. ve A. WAERN, (2009). *Pervasive Games: Theory and Design*. San Francisco: Elsevier Science ve Technology. Erişim Adresi: <https://epdf.pub/pervasive-games-theory-and-design-morgan-kaufmann-game-design-books.html>
- NEDELICHEVA, I. (2016). "Analysis of Transmedia Storytelling in Pokémon GO" *World Academy of Science, Engineering and Technology, Open Science Index 119, International Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(11), 3744- 3752. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1128275>
- NIELSEN, N. R. ve SELVADURAI, V. (2012). "Creating a Transmedia Experience" *Aalborg University Master Thesis, Aalborg*. Erişim Adresi: https://projekter.aau.dk/projekter/files/70332080/Creating_a_Transmedia_Experience.pdf
- NORTH, N. (2015, Haziran 13). *Metrocon Friday Panel*. Tampa Florida [YouTube video]. Erişim Adresi: https://www.youtube.com/watch?v=5_kblon1G98
- ÖĞEYİK, M. C. (2008). *Metinlerarasılık ve Yazın Eğitimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- ÖNÜR MEN, O. ve TOPÇU, A.D. (2018). "Kültür Endüstrisinin Eğlencelik Yüzleri: Fotoroman'dan Caps'e Bir Bakış" *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 263-283. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.421698>
- ÖZDEMİR, Ş. (2019). "Mobbing Perspektifiyle Transmedya Hikâyeciliği ve Örgütsel Davranış: "The Devil Wears Prada" Filmi Örneği" *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1029-1044. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.480012>
- ÖZGÖR, C. O. (2018). "Güzel Sanatlardan Popüler Kültüre, Metinlerarası ve Transmedya Bağlamında Silent Hill Video Oyunu" *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(27), 967-979. <https://doi.org/10.7816/ulakbilge-06-27-01>
- PRATTEN, R. (2011). *Getting Started with Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. Scotts Valley: CreateSpace Publications. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/256600087_Getting_Started_in_Transmedia_Storytelling_A_Practical_Guide_for_Beginners
- RAYBOURN, M. E. (2013). "A new paradigm for serious games: Transmedia learning for more effective training and education" *Journal of Computational Science*, 5(3), 6-12. <https://doi.org/10.1016/j.jocs.2013.08.005>
- RUPPEL, M. (2005). *Learning to Speak Braille: Convergence, Divergence and Cross-Sited Narratives*. Slide presentation for oral examinations, University of Maryland College Park. Erişim Adresi: http://www.glue.umd.edu/~mruppel/oralex-presentation_2.4.pdf

SARI, G. (2017). "Transmedya Hikâye Anlatıcılığı: Kötü Çocuk Örneği" *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2 (4), 71-79. Erişim Adresi:

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader/issue/31877/350396>

SAYILGAN, Y. (2015). "Sinemasal Bir Yaratı Biçimi Olarak Dijital Oyunlar" *Marmara Üniversitesi GSE Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi*, İstanbul. Erişim Adresi: <http://dspace.marmara.edu.tr/handle/11424/38181>

SCOLARI, C. A. (2014). *Transmedia storytelling: new ways of communicating in the digital age*, Anuario AC/E De Cultura Digital: Focus 2014. (Ed.) J. Celaya, *The Use of New Technologies In The Performing Arts* içinde (ss. 68-79). Madrid: Acción Cultural Española. Erişim Adresi:

https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario ACE 2014/EN/6Storytelling_CScolari.pdf

SCOLARI, C. A., BERTETTI, P. ve FREEMAN, M. (2014). *Introduction: Towards an Archaeology of Transmedia Storytelling*. *Transmedia Archaeology* içinde (ss. 1-14).

Londra: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137434371_1

SOKOLOVA, N. (2012). "Co-opting Transmedia Consumers: User Content as Entertainment or 'Free Labour'? The Cases of S.T.A.L.K.E.R. and Metro 2033" *Europe-Asia Studies*, 64(8), 1565-1583 <http://dx.doi.org/10.1080/09668136.2012.712253>

STEINBERG, M. (2012). *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. Minnesota: University of Minnesota Press. Erişim Adresi:

<https://market.android.com/details?id=book-rzGqyHaUGYkC>

STERN, B. B. (1996). "Textual Analysis in Advertising Research: Construction and Deconstruction of Meanings" *Journal of Advertising*, 25(3), 61-73.

<https://doi.org/10.1080/00913367.1996.10673507>

THON, J. N. (2009, Ağustos). *Computer games, fictional worlds, and transmedia storytelling: A narratological perspective*, *Proceedings of the Philosophy of Computer Games Conference*, Oslo, Norway. Erişim Adresi:

<http://proceedings2009.gamephilosophy.org/>

THON, J.N. (2016). *Transmedial Narratology and Contemporary Media Culture*, Lincoln: University of Nebraska Press. Erişim Adresi:

<http://93.174.95.29/pods/19FC5D108C18DF05188B5C1C8B8A931E>

TOKGÖZ, C. ve POLAT, B. (2018). "Transmedya, Kolektif Anlatı ve Kent: Pokémon Go Örneği" *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (9), 114-129. Erişim Adresi:

<https://dergipark.org.tr/en/pub/euifydhed/issue/37959/425069>

TUNCER, M. (2018). "Destinasyon Pazarlaması ve Transmedya: "The Water Diviner" Üzerine Bir Değerlendirme" *Çanakkale Araştırmaları Türk Yılığ*, 16(25), 117-129. <https://doi.org/10.17518/canakkalearaştırmalari.475833>

Ubisoft News US. (2008, Temmuz 8). *Fusion Between Creator of Best-Selling Video Game Brands and Renowned Special Effects Studio a Groundbreaking Event for Digital Entertainment*. Erişim Adresi:

<http://www.ubi.com/US/News/Info.aspx?nId=5336>

WALKER, J. (2004). *Distributed Narrative: Telling Stories Across Networks*. (Ed.) M. Consalvo ve K. O'Riordan, *Internet Research Annual 2004* içinde (ss. 91-103).

Brighton: Peter Lang. Erişim Adresi:

https://www.researchgate.net/publication/266039412_Distributed_Narrative_Telling_Stories_Across_Networks

YİĞİTBAŞI, K. G. (2018). "Transmedya Hikâyeciliği'nde Wattpad Örneği ve Okur Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma" *AJIT-e*, 9(31), 21-41. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.1.002.x>

ZAPP, A. (2004). A Fracture in Reality: Networked Narratives as Imaginary Fields of Action. (Ed.) A. Zapp, *Networked Narrative Environments: As Imaginary Spaces of Being içinde* (ss. 62-81). Manchester: Metropolitan University Press. Erişim Adresi: <https://brill.com/view/book/edcoll/9789042031289/B9789042031289-s015.xml>

Summary

People have known the world through the narrative, and perceives the narrative through the media. As media technologies transform, narrative forms have also changed. The individual, who transformed from audience to user with digital media, had the chance to tell and circulate the network by producing his own content and enriching his story with multimedia elements. and collective narratives have been created faster and easier with the collective action of users. One phenomenon that has been on the rise in this production wealth since the early 2000s is transmedian narratives. With various media platforms and the audience evolving to the content producer, the same narrative was born with different features in different channels. Each piece of Transmedia narratives is a whole in itself, but it combines to form a larger whole.

Transmedia narratives emerged with media convergence. Transmedia is an element of enhancing the entertainment experience with the use of multiple media and a participatory content production. In the ideal transmedia narrative, every part of the whole should be a complete and powerful narrative in itself. It can emerge as a narrative movie, it can be expanded with comics, and its narrative can be discovered by gamers with its digital game. But in a good transmedia example, each of the parts that make up the whole is a whole in itself, and there should be no need to watch the movie to play the game. Transmedia narratives aim to grow their target audience with every new media added to the chain and aim to maintain the interest and loyalty of their current followers. Television and comic book audiences are different.

In an ideal transmedia application, each item does the best and the only thing in its channel in accordance with its nature. A story can be presented as a motion picture, followed by television, book, and comic book versions; and ultimately, the created world can be experienced through games, with all its dimensions open to exploration. Each item is consumable in its own frame; it is enjoyed by the buyer without mastering another. If we take the Assassin's Creed series example as a reference, it would be correct to say that each product serves the whole.

The aim of this study is to explain the of transmedia storytelling in digital games through the example of Assassin's Creed series. Passive user / audience, unique to traditional media tools, has been replaced by a new active audience that is open to interaction with new media technologies. At this point, digital games have started to take an important place in free time activities. The phenomenon of entertainment is just a short break for the masses to work harder and consume more. The simulative and interactive structure in digital games reinforce the notion of entertainment. In this context, it is a product of the culture industry in digital games.

The study is a qualitative study. Textual analysis was used as a research method. The Assassin's Creed series has a total of forty text, from a total of seventeen digital games, a feature film, three short films, eleven comics and nine novels from 2007 to 2019. As examining forty text produced on different platforms will exceed the scope of this study, a restriction has been made in the selection of the texts to be analyzed. This work covers digital games, comic books, short films and novels of the series between 2007-2012. The five-year period of the Assassin's Creed series was analyzed by dividing it into three separate period.

According to the results of the study, Assassin's Creed series did not start as a transmedia project. However, it has become a narrative of media with several plays and related media texts. Initially, most of the media texts surrounding the first main game Assassin's Creed were not produced by Ubisoft.

Ubisoft debuted in transmedia storytelling with Assassin's Creed II, the second game in the series. To learn the full story of both Altair and Ezio, the player had to use at least three different types of media, games, books and movies. The main storytelling tool is the game in the Assassin's Creed series. In fact, other media texts act as 'secondary' in that they provide more insight and insight into the heroes of the games or key competitors. The games released for mobile game consoles are different because they contribute to the narrative as a whole, underlining the role that games play as the main storytelling tool.