

Canlı Oyun Yayıncılığı ile Yeniden Üretilen Nefret İçerikleri ve Ötekileştirilen "Doğu" İmgesi

Deniz BERKER*

Öz

İletişim teknolojisinde yaşanan gelişmelerle beraber kitle iletişim araçları yaygınlaşmış, kültür ise üretilen ve pazarlanan bir meta hâline gelmiştir. Yeni medya ürünü olarak dijital oyunlar, izleyici ve medya metni arasındaki etkileşimi artırarak oldukça popüler hâle gelmiştir. Medya aracılığı ile altı çizilen Doğu – Batı ayrımı, son yıllarda popüler hâle gelen dijital oyunlarda da fazlaca yer almaktadır. Dijital oyunlarda sıklıkla yer alan şiddet ve nefret içerikleri ile öteki Doğu algısı pekiştirilmektedir. Günümüzde kullanıcılar yalnızca oyunu kendi başlarına oynamak ile kalmamakta, sosyal platformlar üzerinden açıkları hesaplar ile canlı oyun oynarken başkaları ile etkileşime girerek dijital oyunlardaki var olan şiddet ve nefret söylemlerini de yeniden üretmektedirler. Dolayısıyla çalışma, canlı oyun videoları, dijital oyunlardaki 'Doğu' imgesinin yeniden üretilmesinde nasıl bir rol oynamaktadır sorusuna cevap bulmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda canlı olarak oynadığı oyunları YouTube üzerinden paylaşan Dexonn hesabındaki "CS Go" adlı oyun videoları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kültür Emperyalizmi, Doğu, Nefret Söylemi, Dijital Oyunlar, Ötekileştirme

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Topkapı Üniversitesi Radyo, Televizyon ve Sinema, yuceerdeniz@hotmail.com

Berker, D. (2022). Canlı Oyun Yayıncılığı İle Yeniden Üretilen Nefret İçerikleri ve Ötekileştirilen 'Doğu' İmgesi . TRT Akademi , 7 (15) , 480-497 . DOI: 10.37679/trta.1100940

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 09.04.2022

Revizyon Tarihi: 22.05.2022

Kabul Tarihi: 27.05.2022

ORCID ID: 0000-0001-7983-8137 DOI: 10.37679/trta.1100940

Hate Content Reproduced by Live Game Broadcasting and the Otherized Image of the "East"

Deniz BERKER

Abstract

With the developments in communication technology, mass media has become widespread and culture has become a commodity that is produced and marketed. As a new media product, digital games have become very popular by increasing the interaction between the audience and the media text. The East-West distinction, which is underlined through the media, is also heavily involved in digital games that have become popular in recent years. The perception of the other East is reinforced with the content of violence and hate, which are frequently included in digital games. Today, users not only play the game on their own, but also reproduce the existing violence and hate speech in digital games by interacting with others while playing live games with the accounts they open on social platforms. Therefore, the study aims to find an answer to the question of what role game videos play in the reproduction of the 'Oriental' image in digital games. In this context, the game videos named "CS Go" in Dexonn account, which shares the games played live on YouTube, were examined by content analysis method.

Keywords: Cultural Imperialism, East, Hate Speech, Digital Games, Othering

Research Paper

Recieved: 09.04.2022

Revised: 22.05.2022

Accepted: 27.05.2022

1. Giriş

20.Yüzyılda kitle iletişim araçlarının etkisinin artmasıyla beraber, bu araçlar hâkim olan egemen ideolojilerin yayılması için de etkin bir silah olarak kullanılmaya başlanmıştır. Egemen ideolojilerin baskı unsuru oluşturması temelde ekonomik ve kültürel göstergeler üzerinden gerçekleşmektedir. Özellikle merkez ülkelerden çevre ülkelere doğru yaşanan ekonomik ve kültürel akış, çevre ülkeleri merkez ülkelere karşı bağımlı hâle getirmektedir. Üçüncü dünya ülkelerinin gelişmesi adı altında uygulanan birçok faaliyet günümüzde kapitalist ve emperyalist bakış açısının önemli bir unsuru olarak sunulmaktadır (Yaylagül, 2009, s. 173).

Doğu olarak tabir edilen bölgeler daima Batı'nın onlara "el vermesine" muhtaç olarak resmedilmektedir. Dolayısıyla Mutman'ın (2004, s. 190-191) da belirttiği gibi Doğu ve Batı kavramları arasındaki ayrımlar herhangi bir coğrafi konum ayrılığını belirtmekten çok, söylemsel ve ideolojik bir ayrım olduğuna ve Batı'nın, Doğu'yu kurtarmasının ve egemenliği altına almasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Aynı zamanda Doğu ve Batı olarak ortaya çıkan kutuplar birbirlerinin ötekisi olarak konumlanmaktadır. Batı, Doğu'yu kendisine karşıt bir varlık olarak konumlandırmış ve onu "öteki" olarak tanımlamıştır. Doğu ve Batı denilince, "Doğu" ve "Batı" gibi iki coğrafi yön anlaşılmasında, daha çok zihniyetleri farklı olan, yaşama tarzları büsbütün ayrı olan iki dünya anlaşılmaktadır (Ülken, 1964, s. 21).

Medya aracılığı ile vurgulanan Doğu ve Batı olgusu, son yıllarda oldukça popüler hâle gelen dijital oyunlarda da fazlaca yer almaktadır. Dijital oyunlar gerçek dünyanın izlerini taşımakta ve günümüz dünyasının mitlerini yeniden üretmektedir. Çünkü dijital oyunlar, oyunu tasarlayanların ve üreticilerin fikir ve ön yargılarını içermektedirler. Bu nedenle oyunlarda çeşitli stereotipler bulunabilmekte ve bu durum gerçek dünyadaki güç dengesizliklerini yansıtmakta ve yeniden inşa etmektedir (Kılınç, 2020, s. 269). Dijital oyunlarda Doğu imgesi de sıklıkla stereotipleştirmekte ve ötekileştirilen Doğu'ya ilişkin nefret içeren unsurlara rastlanmaktadır.

Bu kapsamda çalışmada nefret söylemleri ve içerikleri ile ötekileştirilen "Doğu" imgesi dijital oyunların canlı oynandığı YouTube üzerinden yayın yapan hesaplar üzerinden incelenecektir. YouTube'daki canlı oyun yayıncılığı yapan birçok hesap bulunması sebebiyle gençler arasında popüler olan, iki yüz on bin abonesi bulunan Dexonn hesabı örneklem olarak seçilmiştir. Dexonn hesabı üzerinden kullanıcıların oynadıkları "CS Go" adlı oyun videoları içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenecektir. Çalışmanın analiz kısmına kavramsal bir dayanak oluşturabilmesi amacıyla kültür emperyalizmi-medya ilişkisine, ötekileştirilen Doğu olgusuna ve dijital oyun kavramlarına değinilecektir.

2. Kültür Emperyalizmi ve Medya

Emperyalizm, bir ülkenin başka bir ülke ya da coğrafi bölge üzerinde siyasi, ekonomik kültürel anlamda hâkimiyet kurmak istemesi olarak tanımlanmaktadır (Ritzer, 2011, s. 84). Emperyalizmin en önemli kuşatması kültürel alanda işlektedir. Bu noktada da kültür emperyalizmi kavramı öne çıkmaktadır. Kültür emperyalizmi, 1960'larda ortaya çıkmış olsa da 1970'li yıllarla beraber çokça konuşulan bir kavram hâline gelmiştir. Kültür emperyalizmi kavramı, uluslararası iletişim alanındaki eşitsiz bir kültürel akış ve sömürü ilişkisini açıklamak için kullanılmaktadır.

Askeri, siyasi ve ekonomik sömürgecilikten farklı olarak kültür emperyalizmin işleyişi, zora dayalı olarak değil, hâkim kültürü benimsetme ve yerel kültürleri, hâkim kültür içerisinde eritme ile gerçekleşmektedir. Kısacası hâkim kültürün, yerel kültürlerin içine sızması olarak tanımlanabilir. Egemen kültürün etkisi altında yaşayan toplumlar, bu kültüre ait olguları örtük bir rıza ile kabul etmektedirler.

İletişim teknolojisinde yaşanan gelişmelerle beraber kitle iletişim araçları yaygınlaşmış, kültür ise üretilen ve pazarlanan bir meta hâline gelmiştir. Gelişen yeni kitle iletişim teknolojisine sahip olan ülkeler tarafından, bu araçlara sahip olmayan ülkelere medya aracılığı ile tek taraflı bir kültürel akış gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Adıgüzel, 2001, s. 103). Bu bağlamda, kitle iletişim araçları üzerinden kurulmaya çalışılan kültürel hegemonya, kültür emperyalizmini de beraberinde getirmektedir. Hall'un (2014) da belirttiği gibi medya aracılığı ile yayılan kitle kültürü Batı merkezli olmaya devam etmektedir. Tomlinson da (1999) özellikle ABD'yi göz önüne almakta ve başka coğrafyalardaki geleneksel, otantik ve saf kültürlerin Amerika'nın ticari ve medya ürünlerinin hegemonyası ile yok edildiğini belirtmektedir.

Medya ile ortaya çıkan kültürel homojenlik Yetim'in (2004, s. 134) de ifade ettiği gibi, ulusal kültürleri görmezden gelerek hâkim kültürün lehine olacak şekilde yerel ve ulusal kültürlerde değişimlere neden olmaktadır. Kitle iletişim araçlarını kullanarak, özellikle de üçüncü dünya ülkeleri olarak tanımlanan ülkelerin, kültürel unsurlarına müdahale edilmektedir. Erdoğan'a (1995, s. 221) göre egemenlik altında kalan taraf iki unsur üzerinden inşa edilmektedir. Bunlardan biri ticari ve siyasal strateji kılıfına uydurulmuş modernleşme, diğeri ise ülkeler tarafından oluşturulan egemenlik algısının topluma hissettirilmesidir. Schiller ise kültür emperyalizmini tanımlarken, bağımlılık kuramlarının ötesine geçerek, sorunun yalnızca emperyalist güçlerin tek taraflı olarak uyguladıkları baskıcı ve yayılcı politikaları olmadığını belirtmiştir. Schiller'e (1976, s. 9) göre kültürel emperyalizminin işleyiş süreçlerinde, Erdoğan'ın tanımladığı unsurları destekler nitelikte;

toplumun modern dünya sistemine getirilmesi, ülkelerinin sosyal kurumlarının egemen sisteme uygun bir şekilde yapılandırılması ve ülkelerde egemen sistemin yapılarının ve birtakım değerlerinin teşvik edilmesi bulunmaktadır.

Medya, insanların zihinlerini, devletlerine ve daha genel kapsamda toplumsal, ekonomik ve siyasal düzenin düzenlemelerine sorunsuz bir bağlılık gösterecek biçimde yönlendirmektedir (Chomsky, 1993, s. 27). Buna örnek olarak, 11 Eylül 2001 terör olaylarından sonra, ABD hükûmetinin, Irak'a ve Afganistan'a yönelik gerçekleştirdiği operasyonların, medya tarafından ABD'nin bir "demokrasi elçisi" olarak, bu ülkelere "demokrasi" götürdüğü şeklinde empoze edilmesi gösterilebilir. Özellikle 11 Eylül 2001 tarihinden sonra ABD'nin demokrasi götüren bir iyilik timsali gibi sunulması kültür endüstrisi tarafından üretilen tüm içeriklerle desteklenmiştir. Thornton'un (1965, s. 2) da belirttiği gibi gücün ve ticari kazancın ötesinde emperyalizm, "kendi değerinin ve kendi medeniyetinin diğerlerinden daha üstün olduğuna olan" inanan bir motivasyonla ilerlemeye devam etmektedir. Bu nedendenir ki bu üstün olduğunu empoze etme durumu, Batı'yı insanlığın varabileceği/varması gereken son medeniyet noktası olarak sunmakta ve Batı dışında kalan medeniyetler (Doğu) yok sayılarak ötekileştirilmektedir.

2.1. Doğu'nun Ötekileştirilmesi

Batı'nın Doğu üzerinde egemenlik kurmaya çalışması 18. yüzyılın sonlarında başlamış, 19. yüzyılda belirgin bir şekilde kendisini hissettirmiştir. Doğu, Avrupa'nın sadece coğrafi sınır komşusu değildir. Avrupa'nın en köklü, en zengin ve en büyük sömürgelerinin mekânı, dillerinin ve medeniyetlerinin kaynağı, kültürel rakibi ve aynı zamanda en kuvvetli, en çok tekrarlanan "Öteki" imgelerinden biridir (Said, 2012, s. 11). Batı'nın, Doğu'nun varlığına ilişkin bakış açısı, medya kültürü ürünlerinde de kendine yer bulmaktadır. Medya aracılığı yalnızca toplumsal sınıflar, etnik farklılıklar, ırklar ve milletler ile ilgili algılarımız değil aynı zamanda "biz" ve "ötekiler" algımız da şekillenmektedir. Bu doğrultuda biz ve ötekiler algısının yaratılmasında kültürel farklılık olgusu, Doğu imgesi üzerinden tanımlanmaktadır (Erkan, 2009, s. 20). Çünkü Doğu olmasaydı eğer Batı olgusu da olmayacaktı. Batı, kendisinin tamamen karşıtı olan bir Doğu kurgulayarak yarattığı bu hayali "Doğu" imgesi üzerinden kendisini tanımlamaktadır (Yücel, 2006, s. 13).

Batı'nın Doğu algısı, yalnızca başka kültürler ile ilişkili oluşturduğu gerçek ya da hayali olguların tümünü ifade etmenin peşi sıra, aynı zamanda Batı'nın gözünde nasıl bir "ben" canlandığına ve nasıl bir ben bilincine sahip olduğunu da göstermektedir (Kalın, 2007, s. 17). Keyman'ın (1999, s. 76-78) da belirttiği gibi "öteki" ne olduğundan ziyade ne olmadığıyla tanımlanmaktadır. Oryantalist ideolojinin

temelinde, Batı'nın Doğu'yu nasıl resmettiği, nasıl keşfedilecek ve hükmedilecek bir coğrafya olarak betimlediği ve nasıl çeşitli amaçlara hizmet edecek biçimde söylemleştirdiği bir nesne olarak gördüğü yatmaktadır (Parla, 2001). Oryantalizm, Doğu kimliğinin ve "öteki"liğin politik ifadesi biçiminde varlık kazanmakta, Doğu'yu kurgusal hayali bir çerçeve içine hapsedmekte ve öteki ile ilişkilerini de bu hayali çerçevedeki algılayışlarına paralel biçimde yeniden ortaya çıkarmaktadır (Süphandağı, 2004, s. 49). Oryantalizm, bir bilim dalı, bir söylem tarzı (discourse) bir siyasi ideoloji ya da bir dünya görüşü olarak değerlendirilebilir. Oryantalizm, kendini Batı denilen bir siyasi ve kültürel oluşuma ait hissedilen birinin, Doğu olarak betimlediği bir oluşumun öğeleri hakkında konuşması ve değerlendirmeler yapmasıdır (Kontny, 2002, s. 121). Dolayısıyla, Said'in (2012, s. 26-27) de belirttiği gibi, oryantalizm coğrafi konumlara dayanan bir ayırım değildir. Dünya, Doğu ve Batı olmak üzere eşit olmayan iki bölüme ayrılmış bir dizi ekonomik, politik ve kültürel çıkarlar bütünüdür.

Sayyid'in (2007, s. 68) belirttiği gibi Batı ve Doğu arasındaki sistematik farklara düzenli olarak vurgu yapılmaktadır: Doğu'nun temsili, modern oryantal gerçeklerden ziyade metinsel yorumlara dayalı olarak yapılmaktadır. Doğu, değişmez, tek biçimli ve kendini ifade etme yetisine sahip olmayan bir coğrafya olarak betimlenmektedir. Dolayısıyla, Doğu, korkulacak veya kendisine efendilik yapılması gereken bir olgu olarak sunulmaktadır. Özellikle 11 Eylül saldırılarından sonra ABD'de yabancı düşmanlığı artmış ve İslam karşıtlığı yeni bir boyut kazanmıştır. Ortaya çıkan bu İslam karşıtlığı, siyasetçilerin söylemleri ve medya tarafından beslenmiş ve neticesinde Müslümanlara, Müslüman coğrafyalara yüklenen olumsuz imaj ve negatif algı iyice artmıştır (Awan, 2010, s. 523). Günümüze bakıldığında, Üçüncü Dünya Ülkeleri olarak adlandırılan ülkelerin, hâlâ Batılı güç merkezlerince sömürü altında tutulduğu görülmektedir. Hem ekonomik çıkarlar sebebi hem de Doğu'nun dini ve siyasi olarak Batı'ya karşı bir tehdit oluşturduğu düşüncesi nedeniyle (Said, 1964) Doğu ve Batı ayrımı günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Avrupalıların sömürgecilik döneminde devam ettirdikleri bu alışkanlık, egemen ideoloji yani Avrupa merkezli ideoloji, sömürge ve yarı sömürge elitlerine de yansımış ve bu süreç içselleştirilmiştir (Başkaya, 2004, s. 75). Bu sürecin içselleştirilmesinde kuşkusuz ki medyanın katkısı oldukça fazladır.

Doğu'nun ötekileştirilmesinde, Doğu'yu çoğu kez hayali imgeler üzerinden resmedilmesine aracı olan medya ile yayılan kültür emperyalizminin etkisi büyüktür. Kültürel emperyalizmin, özellikle kültür endüstrisinin ürettiği popüler kültür ürünleri sayesinde geniş sınırlara ulaştığı söylenebilir (Arık, 2009). Batılı medya uluslararası iletişimin tek yönlü akışı içinde, biz/ötekiler, içeridekiler/dışarıdakiler,

Batılılar/Doğulular, Müslümanlar/Hristiyanlar ve iyiler/kötüler karşıtlığını kura-
rak, Batılı olarak tanımlamadığı ötekileri, tamamen kendi istek ve arzularına göre
sunma hakkını kendinde görmektedir (Morley ve Robins 1997, s. 183). Günümüz
popüler kültüründe en revaçta olan unsurlardan biri de çalışmaya konu olan, ço-
ğunlukla Batılı şirketler tarafından tasarlanan dijital oyun videolarıdır. O nedenle
Doğu'ya yönelik oluşturulan algılarda, dijital oyunlar ve canlı oyun yayıncılığı ile
pekiştirilmeye çalışılan unsurlar önem taşımaktadır.

3. Dijital Oyunlar ve Canlı Oyun Videoları

Yengin'in (2012) ifadesi ile dijital oyun kavramı, yeni iletişim ortamının dijitallik,
sanallık, değişkenlik, modülerlik ve etkileşimlilik özelliklerini içinde barındıran ve
bu özellikleri oyun oynama olgusu ile birleştiren bir iletişim ortamı olarak tanım-
lanabilir. Oyuncuya interaktif bir katılım sağlaması ve modern bireye gördüğü
dünyaya müdahâle edebilme zevkini vermesi nedeniyle (Mul, 2008, s. 94) dijital
oyunlar günümüzde oldukça popüler hâle gelmiştir. Dijital oyunlar kullanıcıyla
kurduğu etkileşim ve gelişen teknoloji ile beraber dönüşen bireylerin taleplerinin
bir sonucu olarak ana akım diye nitelendirilen televizyon, radyo, gazete gibi gele-
neksel medya araçlarını geçmeye başlamış (Fog, 2014, s. 388) ve popüler kultü-
rün önemli bir unsuru hâline gelmiştir.

Popüler kültürün önemli bir parçası hâline gelen dijital oyunlar, sosyal ve politik
anlam inşası mücadelesinin yaşandığı bir zeminde üretilmekte, dolayısıyla da ger-
çek yaşamın izlerini taşımaktadırlar. Dolayısıyla dijital oyunlar, oyuncuya ilettiği
ve yinelediği çeşitli mitler aracılığıyla anlam inşa etmektedir (Sisler, 2008). Kerr'in
(2006, s. 4) belirttiği gibi, dijital oyunlar kapitalist ekonomik sistem içerisinde
üretilep tüketildiğinden siyasi, sosyal ve kültürel bağlamlarla ilişki içerisindedir.
Dijital oyunların kapitalist sistemdeki yerine baktığımızda diğer birçok eğlence
endüstrisinde olduğu gibi çoğunlukla ABD temelli olduğu görülmektedir. 2017 yılı
verilerine bakıldığında ABD'nin dünyanın en büyük 15 video oyunu yayıncısından,
sekizine ev sahipliği yaptığı görülmektedir (Mirrless, 2015). Günümüzde ise video
oyunları milyar dolarlık bir endüstri hâline gelmiştir. Newzoo firmasına göre, tüm
Dünya geneline bakıldığında, video oyunu oynayan birey sayısı yaklaşık üç mil-
yardır (WePC, 2019).

Sayı her gün artan dijital oyunlarda, özellikle 11 Eylül saldırılarının ardından sa-
vaş temelli oyunların sayıca arttığı gözlemlenmiştir. Bu oyunlardaki temel ideolo-
jiye bakıldığında, diplomasiye yönelik belirgin bir aşağılama ile birlikte, coğrafya-
ya ilişkin terör ve savaş retorikleriyle uyumlu şekilde fiziki güç kullanma olgusunun
tercih edildiği görülmektedir. Bu tür dijital oyunlar ile ABD'nin II. Dünya Savaşı'n-

dan beri süren örtük askeri müdahaleleri doğallaştırılmakta ve yüceltilmektedir (Stahl, 2010, s. 142-144). Askeri çıkarların peşi sıra aynı zamanda bu tür savaş temalı dijital oyunlar, savaşın temiz bir görünümünü sunmaktadır (Pötzsch ve Hammond, 2016). Dijital oyunlar şiddet, savaş, suç, soygun gibi olguların normalleştirilmekte ve duyarsızlık, düşmanlık gibi olumsuz duyguları da tetiklemektedir. Aynı zamanda bu çalışmanın analiz kısmında incelenecek olan oyun videoları ile bu normalleştirme olgusu yeniden üretilmektedir.

Yapılan çalışmalar oyun oynayan kitlenin %60'ının canlı oyun yayıncılığı yapan hesaplardaki video içeriklerini takip ettiklerini göstermektedir (WePC, 2019). Bireyler, oyun oynayan kişileri izleyerek, kendi becerilerini geliştirmeyi, taktik edinmeyi amaçlamakta veya sadece eğlenmek için başka bir oyuncunun oyun oynamasını izlemektedirler (Newman, 2004, s. 157). Bu noktada önem teşkil eden unsurlardan biri yayın ekranıdır. Yayın ekranında hem oyuncunun kendisi hem de oynadığı oyunun görüntüsü bulunmaktadır. Yayıncının oyun ekranına yansıyan kendi görüntüsü hem izleyicinin yayıncıyla daha samimi bir ilişki kurması hem de yayıncının kendini istediği şekilde sunmasına imkân tanımaktadır. Bunun dışında genellikle canlı oyun ekranında, yayıncının izleyicilerini abone olmaya davet ettiği bir çağrı yazısı da (abone ol) ekranda yer almaktadır.

Yukarıda belirtildiği üzere, dijital oyunlar eskiden tek başına oynanırken günümüzde canlı olarak bir sürü insana yayın yaparak oynanmaya başlanmıştır. Bir sürü kişinin katılabildiği, anında yorum yapabildiği platformlardan canlı olarak oyun oynamak günümüzde oldukça popüler bir hâl almıştır. Dolayısıyla oyun platformları ve toplulukları dijital oyunların yayılması için bir araç olarak hizmet etmektedir. YouTube, Twitch, Facebook, Mixer ve Afreeca Tv canlı oyun yayıncılığının yapıldığı başlıca oyun yayın platformlarıdır (Üngören, 2020, s. 17-19). Bu platformların içinde video paylaşımı denildiğinde ilk akla gelen YouTube'dur. YouTube, kullanıcıları için geniş bir kullanım yelpazesine sahip, WEB 2.0'in katılımcı yapısını simgeleyen ve gelişmeye devam eden çevrim içi bir topluluktur (Savage, 2015, s. 3). YouTube'daki topluluklarının kendileriyle ilişkilendirdikleri birtakım kimlikleri de bulunmaktadır. YouTube hem sosyal ağ paylaşımları hem de topluluğa yönelik aidiyet, bağlılık geliştirme, kimlik oluşturma gibi sosyal ağ özellikleri ile internetteki en etkin ve en fazla topluluk katılımına sahip sosyal medya aracıdır (Strangelove, 2010, s. 17). Dolayısıyla bu çalışmada da YouTube kanalı üzerinden canlı oyun yayıncılığı yapan bir hesap seçilmiştir.

4. Sosyal Platformlardaki Oyun Videoları ile Yeniden Ötekileşen “Doğu”

4.1. Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, dijital oyunlar aracılığıyla açığa çıkan “Doğu”ya yönelik nefret söylemlerinin, sosyal platformlardaki oyun videoları ile nasıl yeniden üretildiğini ve Batı’nın, Doğu’yu nasıl konumlandığını açığa çıkartmaktır. Literatürde dijital oyunlardaki nefret söylemlerini inceleyen araştırmalara rastlanmaktadır. Ancak bu çalışma ile kullanıcıların sosyal platformlar üzerinden yaptıkları canlı video oyun yayıncılığı ile “Doğu” imgesinin yeniden nasıl üretildiğini ortaya koyarak, bu alanda yapılan çalışmalara katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda belirlenen araştırma soruları şu şekildedir:

Dijital oyunlarda “Doğu” imgesi nasıl resmedilmektedir?

Canlı oyun videoları, dijital oyunlardaki “Doğu” imgesinin yeniden üretilmesinde nasıl bir rol oynamaktadır?

4.2 Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında dijital oyunları canlı olarak sosyal platformlardan oynayan hesap sayısının oldukça fazla olması sebebi ile örneklem olarak sosyal platform bağlamında YouTube ve YouTube üzerinden yayın yapan hesap olarak da sadece oyun videoları paylaşan, iki yüz bin abonesi olan Dexonn hesabı seçilmiştir. Dexonn hesabında birden çok dijital oyun oynanması sebebi ile en çok paylaşım yapılan (en popüler olan) “CS Go” adlı oyunun canlı olarak oynandığı videolar incelemeye dâhil edilmiştir. Bu kapsamda Aralık 2021- Mart 2022 arasında Dexonn hesabında yayınlanan on iki adet “CS Go” oyun videosu incelemeye alınmıştır.

4.3 Metodoloji

İçerik analizi yöntemi, her türlü sözsöz, yazılı ve görsel verinin analiz edilmesine olanak tanımaktadır. İçerik analizi yöntemi ile elde edilen veriler, araştırmancının konusuna ilişkin değişkenler ışığında kategorilere ayrılarak analiz edilebilir (Arık, 1992, s. 119). Aynı zamanda mevcut olan içerikleri analiz etmek ve var olan içeriklerin altındaki örtük olan sosyal, ekonomik ve kültürel gerçekliğin belirli boyutlarına yönelik çıkarım yapmak amacıyla metinlerin içeriklerini analiz etmeye de olanak tanımaktadır (Gökçe, 2019, s. 33).

İçerik analizinin amacı, metinle ya da görsel imgeler aracılığıyla bir grubun ya da olayın nasıl temsil edildiğini ortaya çıkarmaktır (Bell, 2001). Bu kapsamda araştırma sorularına cevap verecek şekilde kategoriler belirlenmiştir. Bell’in (2001, s. 16) de belirttiği gibi kategorilere ayırmak temsil özelliklerini parçalara ayrılarak incelenmesine olanak tanımaktadır.

Bu çalışmada da içerik analizi yöntemine göre görsel, yazılı ve söylemsel materyaller incelenmiş, bu materyallerdeki sistematik olarak tekrar eden temalar belirlenmiştir. Çalışmada ortaya çıkan kategoriler, oyun videosundaki görsel imgeler ve oyuncuların oyunu oynadıkları sırada kullandıkları söylemleri kapsamaktadır. Bu kapsamda incelenen Dexonn adlı YouTube kanalındaki yayınlanan "CS Go" oyununa ait videolarda ortaya çıkan temalar şu şekildedir; 'Yenilenen Şiddet, Tekinsiz Doğu ve Kahraman Amerika' şeklindedir.

4.4 Bulgular

4.4.1 Yenilenen Şiddet Olgusu

"CS Go" adlı oyunda iki karşıt taraf mevcuttur. Bir taraf 'Teröristler' olarak adlandırılırken diğer taraf da 'Anti- Teröristler' olarak adlandırılmaktadır. Birbirine karşıt olarak tanımlanan bu iki gruptan hayatta kalmayı başaran veya karşı tarafa sayıca fazla kişiyi öldürebilen, oyunda avantaj kazanmaktadır. Oyunun geçtiği coğrafya bir Orta Doğu ülkesi olarak resmedilmiştir. Görselde görüldüğü üzere oyunda grafik olarak tasarlanan duvarlarda Arapça yazılar yazmakta ve "Teröristler" olarak tanımlanan taraf oyun esnasında Arapça konuşmaktadır.



Görsel 1. "CS GO" Oyunu Canlı Yayını Şiddet Sunumu

"CS Go" oyununu oynayanlar şiddetin hem faili hem de mağduru olabilmektedirler. Şiddeti uygulayabilen taraf olduklarında aldıkları puan veya elde ettikleri ekipmanlar ile ödüllendirilmektedirler. Bu doğrultuda bakıldığında daha fazla şiddet uygulamayı başaran taraf oyunda ayrıcalıklı hâle gelmektedir. Dexonn kanalı üzerinden canlı video oyunu yayını yapan kullanıcılar, "CS Go" oyununun içinde şiddet unsurlarına maruz kalırken aynı zamanda oyun oynarken başka kullanıcılar ile iletişime geçerek sözsöz anlamda da şiddet olgusunun üreticisi ve pekiştiricisi konuna gelmektedirler. Aynı "CS Go" oyunun stratejisinde olduğu gibi gerçek

hayatta da kullanıcılar aynı anda hem mağdur hem de şiddeti yineleyici olmaktadır. Oyunun içeriğine uyumlu olarak incelenen videolarda sıklıkla “öldürdüm”, “öldür o teröristi”, “bombala”, “vur kafasına”, “ateş ettim”, “mahvedicem onları”, “sapla bıçağı” gibi ifadeler sıklıkla tekrarlanmaktadır.

Aynı zamanda bu kelimelerin peşi sıra oyun oynadıkları anda birçok argo ve küfür içeren söz kullanılmaktadır. Beraber oyun oynayan kullanıcılar birbirleri ile de şiddet ve küfür içeren bir dil ile iletişim kurmaktadır. Oyun oynadıkları anda sözselsel olarak şiddet içerikli söylemler devam ederken oyunun içindeki fiziksel şiddet uygulama görünümü ile de şiddet olgusu pekiştirilmektedir.



Görsel 2. "CS Go" Oyunu Canlı Yayınında Öldürülen "Terörist"

Görsel 2'de görüldüğü üzere, oyunun görünümünde sürekli olarak birileri vurulmakta ve kanlar içinde yerde yatmaktadır. "CS Go" örneğinde görüldüğü gibi, dijital oyunlarda fiziksel şiddet görüntüleri oldukça etkili olarak adeta gerçekmiş gibi tasarlanmaktadır. Bu durum da kullanıcıların şiddetten haz almasını arttırmaktadır. "CS Go" oyununu canlı olarak oynayan kullanıcılar, oyunda öldürdükleri taraflar için "geberdi!", "gebersin pislik!", "belasını buldu!", "nasıl da patlattık pis teröristi!" gibi nefret içerikli sözler kullanmaktadırlar.

Bir gruba ait olma dürtüsü ile "abi nasıl vurduk onları!", "helal olsun bize!", "eziyoruz!" gibi söylemlerle kolektif olarak katılım gösterdikleri "CS Go" oyun videolarında, ama oyuncu ama izleyici olarak, şiddeti hep birlikte "kötü" bir olgu olmaktan çıkarıp övülen bir hâle getirmektedirler. Bu şekilde şiddet normalleştirilmekte ve hatta yüceltici bir değere sahip hâle gelmektedir. Daha fazla şiddet ve nefret söylemi hem "CS Go" oyununun kendi dinamiğinde hem de oyunu oy-

nayan kullanıcılar arasında kazanma ve güçlü olmanın ana unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Canlı oyun yayını sırasında sesi çıkmayan kullanıcılara “korktun mu bebe?”, “konuşsana oğlum!” gibi söylemlerde de bulunularak karşı tarafı da nefret söylemi üretme noktasına teşvik etmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla oyun videosu yayıncılığı ile şiddet kolektif olarak keyif alınan ve üretilen bir olguya dönüşmektedir.

4.4.2. Tekinsiz Doğu ve Kahraman Amerika

Tekinsiz kavramı, Türk Dil Kurumu tarafından: “Tekin olmayan, uğursuz, belli davranış veya sözlerin bir toplumca, bir toplumsal grupça tehlikeli sayılması ve olumsuz yaptırımlara bağlanarak yasaklanması, (yer, zaman vb.) ve doğaüstü varlıkların bulunduğu inanan” gibi anlamlara gelmektedir (TDK, 2022, s. 2172). Tekinsizlik, bir kavram olmasının dışında Bachelard’ın (2014, s. 255- 276) ifade ettiği gibi, bir deneyim olarak da değerlendirilebilir. Bu deneyim, kişiye tedirginlik, kaygı, rahatsızlık, üzüntü ya da dehşet duygularını hissettirebilmektedir. Çalışmada incelenen Dexonn kanalında canlı olarak oynanan “CS Go” adlı oyundaki mekânlar ‘tekinsiz’ olarak resmedilmektedir. Özen’in (2006, s. 2) belirttiği gibi, mekân algısı, bireyin mekân içerisinde veya çevresinde kısa veya uzun süreli deneyim kazanması ve bu doğrultuda mekânı içselleştirmesi ile ilgilidir. “CS Go” oyunu oynayan kullanıcıların mekân algısı da ‘tekinsiz’lik olgusu üzerinde konumlanmaktadır.



Görsel 3. "CS Go" Oyunu Mekân Sunumu

Görsel 3’de görüldüğü gibi, oyuncuların canlı olarak oynadığı “CS Go” adlı oyunda gösterilen Orta Doğu coğrafyası, yıkık binalar, kimsesiz sokaklar, terk edilmiş virane evler, bomba yüklü araçlar ve acımasız teröristlerle dolu, toprak renkle-

rinin hâkim olduğu bir mekân olarak tasvir edilmektedir. Aynı zamanda oyunda gösterilen sokaklarda neredeyse hiçbir kadın ve çocuk görünümüne rastlanmamaktadır. Kullanıcılar oyunu oynarken sıklıkla “terörist yuvası”, “kerbelaya geldik”, “kimse yok mu?” gibi oyunun yarattığı mekân algısını pekiştirici söylemlerde bulunmaktadır. Bunun yanı sıra oyunda görünen mekânlardaki tabelalarda ve yazılarda, İslam dinine gönderme yapan yeşil renk kullanıldığı görülmektedir.

Görsel 4’te görülen bir diğer dikkat çeken unsur ise, ‘terörist’ ve müslüman olarak tanımlanan grubun koyu tenli ve sakallı olarak gösterildiği, profesyonel askeri kıyafetlerinin olmadığı, üzerinde toprak tonlarında yerel kıyafetler olduğu ve yüzünün gözlerine kadar kapalı olarak gösterilmesidir. Bunun peşi sıra ‘teröristler’ ile savaşan ‘anti-terörist’ Amerikan askerlerinin (FBI) oldukça iri yapılı, profesyonel bir donanıma sahip, cesur olarak konumlandırıldığı görülmektedir (Görsel 5). Bu tarz anlatımlarla İslami radikallik ve uluslararası teröre gönderme yapılmakta ve Amerikan askerleri kahraman olarak gösterilmektedir. “CS Go” oyununun yaptığı bu gönderme, canlı olarak oyunu oynayıp yayın yapan kullanıcılar tarafından da, “Oğlum bunların kıyafeti yok.”, “Nasıl kazansın, şu tipe bak!” söylemleri ile pekiştirilmektedir.



Görsel 4. CS Go Oyunu Terörist İmgesi



Görsel 5. CS Go Oyunu FBI İmgesi

Dexonn hesabından canlı oyun yayıncılığı yapan kullanıcılar, "CS Go" oyununda çoğunlukla daha güçlü gördükleri ABD askeri olmayı tercih etmekte, kendi buldukları coğrafyaya yabancılaşmaktadır. Müslümanları terörist, barbar ve yok edilmesi gereken düşmanlar olarak tanımlayan ve bunun bir simülasyonunu yaşama imkânı sunan oyunda, kullanıcılar kendinlerini ABD askerleri ile özdeşleştirmektedir. Canlı olarak "CS Go" oyununu oynayan kullanıcılar, FBI askeri olarak oyun oynadıkları sırada sıklıkla terörist olarak tanımlanan Müslümanlara yönelik, "Şunun tipine bak!", "aptal terörist!", "hepsini öldürdük!", "senin aklın yetmez!" gibi küçümseyici bir dil kullanmaktadırlar. Canlı oyun yayıncılığı yapanlar, CS Go oyununu oynarken Doğu - Batı ayrımını, Batı'nın Doğu'ya yönelik bakış açısını kullandıkları dil ile yeniden üretmekte ve sesli olarak dile getirmektedirler. Böylece Batı, kendi düş dünyasında şekillendirdiği ve iktidarını sağlamlaştırmasını kolaylaştıran "Hayali Doğu" imgesine, kendisinden aşağı sıfatlar yükleyerek ötekileştirme işlevini devam ettirmektedir. Böylece Doğu'nun Batı tarafından hegemonya altında tutulması gerektiği fikri desteklenir bir hâl almaktadır.

Son olarak ateş etme oyunlarında amaç düşmanı ortadan kaldırmaya dayalıdır (Sisler, 2008) ve "CS Go" oyununda da yok edilmesi gereken düşmanlar Müslümanlar olarak tanımlanmaktadır. Kirel'in (2012, s. 474) de altını çizdiği gibi, Orta Doğu dijital oyunlar için favori savaş alanı olarak görülmektedir. Doğu her zaman teröristlerin var olduğu, insanların kaçırılıp vahşi yöntemlerle öldürüldüğü tehlikeli, tekinsiz bir yer olarak tarif edilmektedir ve aynen "CS Go" oyununda olduğu gibi 'kahraman' Amerika'nın kurtarmasına muhtaç olarak konumlanmaktadır.

5. Sonuç

Video oyunları, çalışmada görüldüğü üzere diğer medya araçları ile iç içe geçmiş durumdadır. Bu nedenle özellikle gençlerin dünyasında geniş bir yer tutmaktadır. Ancak çalışmada da görüldüğü üzere savaş içerikli video oyunları hem kendi içinde hem de canlı video oyunculuğu ile ciddi bir şiddet ve nefret söylemi ortaya çıkarmaktadır. Geleneksel medyadaki nefret söylemlerini yakalamak daha kolayken dijital platformda yapılan canlı oyun yayıncılığı ile üretilen nefret söylemlerini fark etmek daha güç görünmektedir. Çünkü bu platformlara oyun oynayıncıları ya da meraklıları dâhil olmaktadır. Bu nedenle canlı oyun yayıncılığı yapan platformlar kontrolsüzce ve düzenli olarak nefret söylemi üreten sanal alanlara dönüşmektedir. Çalışmaya konu olan YouTube üzerinden yayın yapan Dexonn hesabında canlı olarak oynanan "CS Go" oyunu esnasında nefret söylemlerinin hedef noktası ise Orta Doğu coğrafyası ve Müslümanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla oryantalizmin, Batı'nın Doğu üzerinde egemenlik kurma arzusuna pa-

ralet bir anlayış güden, dijital oyunlar ve online oyun yayıncılığı ile aktarılmaya devam ettiği görülmektedir.

“CS Go” oyununda dikkat çeken bir diğer unsur ise yinelenen şiddet olgusudur. Şiddet, gelişen teknolojilerle beraber, çalışmada görüldüğü gibi, daha gizli ve örtük ve normalleşmiş bir şekilde her yanı kuşatmıştır. Medya araçlarının sayesinde şiddet görünümleri artmış ve “CS Go” oyununda olduğu gibi şiddet sahneleri oyunu oynayan ve izleyenler için keyif alınan ve heyeceanla beklenen bir olgu hâline gelmiştir. Çalışmada incelenen, YouTube üzerinden yayın yapan Dexonn hesabında “CS Go” oyunu oynandığı sırada şiddetin iki türlü olarak üretildiği görülmektedir: Birincisi “CS Go” oyununda ‘Terörist’ olarak tanımlanan müslümanlara karşı yöneltilen şiddet ve nefret içerikli söylemler, ikincisi ise kullanıcıların birbirlerine söyledikleri şiddet ve nefret içerikli söylemler şeklinde yer almaktadır.

Canlı oyun yayıncılığındaki etkileşim hayli yüksektir. Bu nedenle kullanıcıların performansları, oyundaki düşman taraf gibi birçok unsur şiddet ve nefret söylemlerinin artmasına sebep olabilmektedir. Canlı video oyunu yayıncılığı ile üretilen söylemler, oyunların içeriği ve görselleri ile birleşerek, ortaya “Doğu” imgesine karşı yöneltilmiş nefret ve şiddet olarak çıkmaktadır. İncelenen Dexonn hesabında oynanan canlı oyunlar aracılığıyla bu nefret ve şiddet içeriklerinin hem görsel hem de söylemsel olarak yeniden üretildiği görülmektedir. Bu yeniden üretim sürecinin diğer medya mecralarından en büyük farkı, üretimin oyun ile bütünleşerek ve oyun karakteri, yani sanal karakterler üzerinden kollektif bir biçimde üretilmesidir.

Söylemler, ırkçılığın ve ayrımcılığın sosyal ve bilişsel boyutları arasındaki önemli bir ara yüz ve aynı zamanda insanların ayrımcı inançlarının da temel kaynağıdır. Van dijk’ın (2000, s. 36) belirttiği gibi, ırkçılık ve ayrımcılık büyük ölçüde metinlerden ve konuşmalardan öğrenilmektedir. Ön yargılar ve dolayısıyla ayrımcılık, bir gruba ya da grup üyelerine yönelik olumsuz düşüncelerle beraber, hor görme, kaçınma ve nefret etmeye kadar uzanan birçok olumsuz duygu ve davranışları içermektedir (Göregenli, 2013, s. 21). Bir gruba, grup üyelerine veya bir coğrafyaya yönelik nefret söylemleri üreten ayrımcı dil kullanımı gündelik hayatta egemen ideolojinin dışında kalanları ötekileştirmektedir. Çalışmada da görüldüğü üzere hem “CS Go” oyunu hem de oyunun kullanıcıları tarafından “Doğu” ötekileştirilmektedir. Doğu imgesi; tekinsiz, terör tehlikesi ile dolu, bir korku coğrafyası olarak konumlandırılmaktadır. Bu noktada ötekileştirme, Batı’nın sömürü politikalarına hizmet etmektedir. Doğulu toplumlar barbar, saldırgan özelliklere sahip yapıda gösterilmektedir. Doğu’ya dair oluşturan imgelerin ve söylemlerin hepsi Batı’nın zitti ve Batı düşmanı olarak tanımlanmaktadır. Kuşkusuz mecralarda yara-

tilan tekinsiz Doğu imajı, Batı'nın Orta Doğu üzerindeki politikalarını meşru kılma gayesi taşımaktadır.

Dijital oyun video oyunları oynayanlar da canlı oyun yayıncılığı yapanlar da oynadıkları oyuna ait ortak inanç, değer ve amaçlara sahip sanal bir topluluğun bir parçası hâline gelmektedirler. Bu nedenle video oyunlarına gizlenmiş olan ege-men ideolojilerin neler olduğu noktası önemli hâle gelmektedir. Bu kapsamda çalışmanın önerisi; video oyunlarının içindeki örtük anlamları ve üretilen nefret söylemlerini kullanıcıların fark edebilmesi için video okur yazarlığı eğitiminin artmasını doğrultusundadır. Zagal'ın (2008) tanımıyla video okur yazarlığı, oyunları anlama, oyunları açıklama, tartışma, yorumlama ve konumlandırma becerisi anlamına gelmektedir. Kullanıcılar yalnızca oyunu kendi başlarına oynamak ile kalmamakta, sosyal platformlar üzerinden açtıkları hesaplar ile canlı oyun oynarken başkaları ile etkileşime girerek oyunlardaki var olan şiddet ve nefret söylemlerini de yeniden üretmektedir. Dolayısıyla var olan nefret söylemlerini deşifre edebilmek önem taşımaktadır çünkü ayrımcı dil ve nefret olgusu oyun ve eğlence semsiyesi altında gizlenerek normalleşmekte ve daha kabul edilebilir hâle gelmektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Adıgüzel, Y. (2001). *Kültür Endüstrisi: Kitle Toplumunun Açmazları*. İstanbul: Şehir Yayınları.
- Arık, M. B. (2009). İnsan ve Toplumunu Bir Arada Düşünmedikçe Popüler Kültürü Tartışamayız. (iç): *Medya ve Popüler Kültür 'Eleştirel Bir Yaklaşım'*. Ed: E. Karakoç, Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Arık, A. (1992). *Psikolojide Bilimsel Yöntem*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Basımevi.
- Awan, M. S. (2010). Global Terror and the Rise of Xenophobia/Islamophobia: An Analysis of American Cultural Production since September 11. *Islamic Studies*, 49(4), 521-237.
- Bachelard, G. (2014). *Mekânın Poetikası*. (Çev. Alp Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Başkaya, F. (2004). Doğu-Batı Çatışması Değil, Kapitalist Emperyalist Saldırı. In S. Öngider (Ed.), *Doğu Batı Kısacasında Türkiye*, İstanbul: Aykırı Güncel Yayınevi.
- Chomsky, N. (1993). *Medya Gerçeği*. (Çev. Abdullah Yılmaz). İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (1995). *Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Erkan, H. (2009). *Hollywood Sinemasında Oryantalizm*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Fog, H. S. (2014). At the Core of Player Experience: Continuation Desire in Digital Games. M. C. Angelides, & H. Agius içinde, *Handbook of Digital Games* (s. 388-411). New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

- Göregenli, M. (2013a). Temel Kavramlar: Önyargı, Kalıpyargı ve Ayrımcılık. K. Çayır ve M. A. Ceyhan (Der.). *Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar içinde* (s. 17-40). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Hall, S. (2014). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik . (Çev. Hakan tuncel). *Mülkiye Dergisi*,38(2),133-150.Erişimtarihi:12.03.2022 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mulkiye/issue/274/1190>
- Kalın, İ. (2007). *İslam ve Batı*. İstanbul: İSAM Yayınları.
- Kerr, A. (2006). *The Business And Culture Of Digital Games Gamework/Gameplay*. London: Sage Publications.
- Keyman, F. (1999). Farklılığa Direnmek: Uluslararası İlişkiler Kuramında “Öteki” Sorunu”. *Oryantalizm Hegemonya ve Kültürel Fark*. Fuat Keyman, Mahmut Mutman, Meyda Yeğenoğlu (Der.). s. 71-106. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kılıç, N. P. (2020). Dijital Oyunlarda Belleğin Yeniden İnşası: Nusrat Örneği. *Moment Dergi, New Approaches in Communication Studies*, 265-286. DOI: 10.17572/mj2020.2.265286
- Kirel, S. (2012). *Kültürel Çalışmalar ve Sinema*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Kontny, O. (2002). Üçgenin Temelini Yok Sayan Pythagoras: Oryantalizm ve Ataerkillik Üzerine. *Doğu-Batı: sayı.20, 2. Baskı*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Mirrlees, T. (2015). *U.S. Empire and Communications Today: Revisiting Herbert I. Schiller. The Political Economy of Communication*, Cilt 3, No: 2, s.3.
- Morley, D. ve Robins, K. (1997) *Kimlik Mekânları*. (Çev. E. Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mul, J., D. (2008). *Siber uzayda Macera Dolu Bir Yolculuk*. (Çev. Ali Özdamar). İstanbul: Kitap Yayınları.
- Mutman, M. (2004). *Şarkiyatçılık/Oryantalizm. Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Newman, J. (2004). *Videogames*. New York: Routledge
- Özen, A. (2006). *Mimari Sanal Gerçeklik Ortamlarında Algı Psikolojisi. Bilgi Teknolojileri Kongresi IV*, <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/81.doc> (Erişim: 12.01.2019).
- Ülken, Z. (1964). *Şark-Garp Problemi Karşısında İslamiyet*. Ankara Üniversitesi İlahiyat Fak. Dergisi Yayınları, Cilt XII, Ankara.
- Parla, J. (2001). *Hayali Doğu, Oryantalizm, Atlas Aylık Coğrafya ve Keşif Dergisi*, 96, 48-71.
- Pöttsch, H. ve Hammond, P. (2016). *Approaching the War/Game Nexus*. *Game Studies*, 16(2). Erişim 01.12.2020, <http://gamestudies.org/1602/articles/potzsch-hammond>
- Ritzer, G. (2011). *Küresel Dünya*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Said, E. (1964) *Haberlerin Ağında Müslümanlık*. (Çev. A. Alatlı). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Said, E. (2012). *Şarkiyatçılık*. İstanbul: Metis Yayınları
- Savage, K. (2015). *Understanding and Engaging YouTube Communities*. Yüksek Lisans Tezi. ABD: Georgetown University.
- Sayyid, S. (2007). *Oryantalizmden Sonra*. (Çev. Hakan Çopur). *Uluslararası Oryantalizm Sempozyumu*, İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür Müdürlüğü Yayınları.
- Schiller, H. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press.

- Sisler, V. (2008). Digital Arabs Representation in Video Games. *European Journal of Cultural Studies*, 11(2), 205-219.
- Stahl, R. (2010). *Savaş Oyunları A.Ş.* (Çev. Yavuz Alogan). İstanbul: Ayrıntı.
- Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people.* Londra: University of Toronto Press.
- Süphandağı, İ. (2004). *Batı ve İslam Arasında Oryantalizm.* İstanbul: Gelenek Yayınları.
- Thornton, P. (1965). *Doctrines of Imperialism.* New York: John Wiley & Sons.
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm.* (Çev. E. Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı
- Üngören, Y. (2020). *Dijital Oyun Yayını İzleyicilerinin Kişilik Yapıları ve Kullanı Davranışları İle Yayın İzleme Motivasyonlarının İncelenmesi: Twitch Örneği Sakarya: Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.*
- Yaylagül, L. (2009). *Sinemanın Ekonomi Politikası. İçinde Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi. Ekonomi Politik Yaklaşımlar.* Der. S. Bulut. Ankara: Ütopya Yayınevi: 149-185.
- Yengin, D. (2012). *Oyun, Eğlence ve Günümüzdeki Yansımaları: Dijital Oyunun Sihirli Çemberi. Pİ-Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi.*
- Yetim, N. (2004). *Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal Yerel. Doğu-Batı Dergisi, Dünya Neyi Tartışıyor ? I: Küreselleşme Sayısı, Yıl: 5, Sayı: 18, 133-143.*
- Yücel, B. (2006). *Oryantalizmin Kısa Tarihi.* İstanbul: Küre Yayınları.
- Van Dijk, T. A. (2000). *New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach.* S. Cottle (Ed.). *Ethnic Minorities and The Media içinde (s. 33-49).* Open University Press.
- WePC. (2019). *Video Game Industry Statistics, Trends & Data.* Erişim Tarihi: 23.03.2022 <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/videogaming-industry-overview>
- Zagal, JP (2008). *Oyun okuryazarlığı ve oyunları anlamak için bir çerçeve. ACM Future Play 2008 Oyun Tasarımı ve Teknolojisinin Geleceği Üzerine Uluslararası Akademik Konferans, Future Play: Research, Play, Share, 33-40.* <https://doi.org/10.1145/1496984.1496991>