

İletişim Bağlamında Güncel Dijital Oyun Araştırmaları: Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İçerik Analizi

The Contemporary Research on Digital Games in the Context of Communication: A Content Analysis on Postgraduate Theses

Mahmut Enes AĞCA 

Araştırma Makalesi | Research Article

Başvuru | Received: 18.09.2023 ■ Kabul | Accepted: 30.03.2024

ÖZ

Türkiye'deki dijital oyun konulu lisansüstü tezlerin konu edinildiği bu çalışmada, 453 lisansüstü tez çalışması içerik analiziyle incelenmiştir. Lisansüstü tezler; enstitü, alan bilgisi, ele aldığı konu, kullanılan araştırma yöntemi ve veri toplama tekniği yönünden incelenmiştir. Dijital oyun konulu tezlerin sosyal bilimler enstitüsü, eğitim bilimleri enstitüsü ve lisansüstü eğitim enstitülerinde yoğunlaştığı; eğitim, psikoloji, spor bilimleri ve iletişim alanlarında yazıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmalarda, nicel araştırma yönteminin ve anket ile veri toplama tekniğinin yaygın olduğu, dijital oyun bağımlılığı ve oyunların eğitim/öğretime etkilerinin ise en fazla çalışılan alt konular olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İletişim bağlamında ise; iletişim bilimleri, radyo, televizyon ve sinema, halkla ilişkiler, grafik ve tasarım ile gazetecilik alanlarında dijital oyunların daha fazla tez konusu olduğu görülmüştür. İletişim bağlamında nitel araştırma yöntemlerinden ve örnek olay incelemesi tekniğinden sıklıkla yararlanılmıştır. Dijital oyunlarla bağlantılı alt konularda ise iletişim alanında oyunda temsil, oyunda anlatı ve oyuncu kültürünün diğer konulardan daha fazla incelendiği anlaşılmaktadır. Bu çalışma sonucunda; doktora tezlerinin ve karma yöntemli araştırmaların azlığı dikkat çekmektedir. Ayrıca, dijital oyunların karakteristik özelliklerini, dijital oyun kültürünü, dijital oyunların içerisindeki iletişimi konu edinen lisansüstü çalışmalara ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyunlar, Dijital Oyun Araştırmaları, İletişim ve Dijital Oyunlar, Türkiye'de Dijital Oyun Çalışmaları, Lisansüstü Tezler.

ABSTRACT

In this study, 453 postgraduate theses on digital games in Turkey were analysed through content analysis. The theses were analysed in terms of institute, expertise, subject, research method and data collection technique. It was found that theses on digital games were concentrated in social science institutes, educational science institutes and postgraduate education institutes and were written in the fields of education, psychology, sports science and communication. It was found that quantitative research methods and data collection techniques with questionnaires are common in research, and that digital game addiction and the effects of games on education/teaching are the most studied subtopics. In the context of communication, digital games were found to be the subject of more dissertations in the fields of communication studies, radio, television and cinema, public relations, graphics and design, and journalism. Qualitative research methods and the case study technique were often used in the context of communication. With regard to the subtopics related to digital games, it can be assumed that representation in the game, narrative in the game and player culture are analysed more than other topics in the field of communication. As a result of this study; the scarcity of dissertations and mixed methods studies draws attention to the following.

Keywords: Digital Games, Digital Games Research, Digital Games and Communication, Digital Gaming Research in Türkiye, Postgraduate Theses.



Giriş

Dijital oyunlar eğlenmek, zaman geçirmek, rekabet etmek gibi pek çok nedenle insanların yöneldiği bir eğlence aracı ve aynı zamanda tüketim ögesidir. Dijital oyunlara, farklı yaş gruplarından bireylerin ilgi gösterdiği bilinmektedir. Yapılan araştırmalar sonucu, insanların günde en az 1 saat dijital oyun oynadığı sonucuna ulaşılmıştır (Edgio, 2021; Statista, 2023). Ayrıca, dijital oyunlara harcanan zaman ve para günden güne artış göstermektedir. Dijital oyunların ekonomik değere sahip olduğu göz önüne alındığında, oyun lisansının satışının yanı sıra advergaming, oyun içi satın almalar, lootbox (şans paketi) satışları gibi farklı kaynaklarla oyun şirketleri tüketimi teşvik etmekte ve bu sayede lisans ücretinin yanı sıra ek gelir kalemleri elde etmektedirler. Ayrıca, oyunların eğitim öğeleri ile eğlenceyi birleştirmesi, oyunlarda yer alan iletişim olanakları sayesinde bireylerin sosyal ilişkiler kurabildiği sosyalleşme aracı olması gibi nedenlerle sosyal bilimler alanındaki pek çok disiplinin araştırma alanına girmektedir. Bu bağlamda dijital oyunları sosyolojik bir araştırma alanı olarak değerlendirmek mümkündür. Nitekim, dijital oyunlarla ilgili yapılan bibliyometrik analiz çalışmalarında (Erbay, 2021; Akay & Ayhan, 2021; Arslan & Coştu, 2022; Döşyılmaz ve diğerleri, 2023) eğitim, sağlık, spor bilimleri gibi alanlarda sıklıkla çalışılan konulardan olduğu ortaya konmuştur.

Alan yazın incelendiğinde iletişim bağlamında dijital oyunların güncel özelliklerini ortaya koymaya yönelik çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de yazılan dijital oyun konusunu iletişim bağlamında inceleyen lisansüstü tezlerin güncel görünümüne yönelik kapsamlı, genellenebilir veri sağlamaktır. Ayrıca, iletişim alanındaki dijital oyun temalı tezlerin taşıdığı nitelikleri alan yazına sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, YÖK Ulusal Tez Merkezi üzerinden “dijital oyun” ve “oyun” anahtar kelimeleriyle tarama yapılmıştır. 7 Haziran 2023 tarihine değin yayınlanmış tezlerden araştırmanın amacına uygun 453 tez araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Dijital oyun konusunu işleyen tezlerin içerik analizi, oluşturulan kodlama cetveliyle IBM

SPSS V28.0 yazılımı ile ön analize tabi tutulmuştur. Araştırma bulguları, iletişim alanında uzman bir akademisyenin değerlendirmelerine sunulmuş, alınan uzman görüşü doğrultusunda kodlama cetveli güncellenerek kodlama ve analiz işlemi tamamlanmıştır.

Bu çalışmanın önemi, ele aldığı örneklemin Türkiye’deki dijital oyun konusunun çalışıldığı tüm tezleri kapsayacak genişlikte olması ve özel olarak iletişim alanına yoğunlaşması itibarıyla alan yazında dijital oyunları konu edinen çalışmalara yönelik yönelik ayrıntılı bulgular sağlamasıdır. Ayrıca, iletişimle bağlantılı anabilim dallarında dijital oyun konulu çalışmaların özelliklerini incelemesiyle de Türkiye’de iletişim alanında dijital oyunların akademik araştırmalarda nasıl yer aldığına dair kapsamlı veri sağlaması amaçlanmaktadır.

Günlük Hayatın İçinde Tüketim unsuru Olarak Dijital Oyunlar

Dijital oyunlar, hem bireylerin eğlence, zaman geçirme gibi nedenlerle zaman ayırdığı bir eğlence aracı hem de pazarlama ve reklamcılık sektörü için önemli bir faaliyet alanı olarak öne çıkmaktadır. Dijitalleşmenin sağladığı yakınsama özelliğiyle birlikte geçmişte yalnızca oyun oynamak için üretilen özel cihazlar üzerinden erişilebilen dijital oyunlar, mobil aygıtların yayılmasıyla birlikte telefon, tablet bilgisayar gibi mobil cihazlar üzerinden her yaşta kullanıcının istenilen her an oyun oynayabilmesine imkân sağlamıştır. Bu bağlamda, yakın zamanda Amerikan toplumunun dijital oyun oynama pratiklerine yoğunlaşan bir çalışmada; dijital oyun oynayan kullanıcılarının %57’sinin mobil cihazları tercih ettiği ortaya konmuştur (Entertainment Software Association, 2021: 9). Dijital oyunlar, teknolojik cihazların kullanımının yayılımı ve oyun teknolojisindeki gelişmeler ile yaygınlık kazanmaya devam etmektedir. Dünya genelinde toplamda 3 milyardan fazla dijital oyun oynayan kullanıcı olduğu bilinirken Asya ülkelerinde yaklaşık 1 milyar 500 bin, Avrupa ülkelerinde de 716 milyondan fazla kişinin dijital oyun oynadığı bilinmektedir (DFC Intelligence, 2023).

Günden güne dijital oyunların ve dijital oyun oynayan kullanıcıların sayısında yaşanan artış, yalnızca eğlence aracı olarak değil aynı zamanda ekonomik bir faaliyet olarak dijital oyunların irdelenmesini de gerekli kılmaktadır. Nitekim, dijital oyunların yaygın tüketiminin etkisinin oyun üretiminde artışı tetikleme sinin yanı sıra dijital oyun içi satış ve pazarlama alanlarında da etkisini göstermektedir. Kullanıcılar, herhangi bir dijital oyunu oynamaya başladıklarında oyun içi reklamlara maruz kalma riskiyle ya da oyun içi satın almaya teşvik eden mekanizmalarla karşı karşıya kalabilmektedir. Dolayısıyla, dijital oyunların aynı zamanda bir tüketim nesnesi olduğu, ekonomik değere sahip olduğu göz ardı edilmemelidir. Geçmişte dijital oyun şirketlerinin gelir kaynaklarının konsol satışı ya da oyun kopyasının satışı ile sınırlı olduğu bilinirken günümüzde bunların yanı sıra oyun içi satın alma, dijital oyun servisleri abonelikleri gibi yeni gelir modelleri ortaya çıkmış ve oyun endüstrisinin gelir sağlayacağı yeni kaynaklar ortaya çıkmaktadır. 2021 yılında dijital oyun kopyalarının, dijital oyun konsollarının ve oyun içi reklamlardan elde edilen gelir 200 milyar dolar seviyesindeyken e-spor, oyunların oynanacağı mobil cihazlar, bilgisayar donanımları gibi oyunlarla bağlantılı olan sektörlerden ise 100 milyar dolar gelir elde edilmiştir (Accenture, 2021). Bu veriler, dijital oyun sektörünün teknoloji sektöründen ayrı biçimde düşünülerek yalnızca kendi başına bir sektör olma hacmine sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, dijital oyun sektörünün dünya genelinde teknoloji ve dijitalleşme ile bağlantılı olan diğer sektörlerle de yakından ilişkili olmasıyla birlikte aynı zamanda bunlardan ayrı değerlendirilmesini sağlayacak kadar büyük bir ekonomik değere sahip olduğu ileri sürülebilir.

Dijital oyunlar her yaşta n bireye hitap eden tüketim ürünleridir. Bu sayede, bireylerin boş zaman değerlendirme aktivitesi, hobisi ya da arkadaşlarıyla vakit geçirme aracı olarak oynanabilmektedir. Yapılan bir çalışmada; dijital oyunların en fazla serbest zaman aktivitesi olarak zaman geçirme amacıyla oynandığı, diğer nedenlerin ise sırasıyla stres atma, hobi olarak görme, kendini sına-

ma ve diğer oyuncularla rekabet etme, etkileyici bir deneyim yaşamak şeklinde sıralandığı ortaya konmuştur (Statista, 2022). En fazla tercih edilen oyun türlerinde ise; Nişancı (Shooter), Aksiyon ve macera, simülasyon, MOBA, spor oyunları, yarış ve strateji tercih edilmektedir (We Are Social & Meltwater, 2023).

Dijital oyunların insanların günlük yaşamındaki yerini daha iyi anlaşılmasına yönelik bir diğer veri de ortalama bir bireyin haftada 8,45 saat yani günde 1 saati geçen süreyle oyun oynadığıdır (Edgio, 2021). 2023 yılında yapılan bir çalışmada, bir hafta içerisinde oyuncuların %31'inin haftada 1 ile 5 saat arasında oyun oynadıkları, %20'sinin ise 6 ile 10 saat arasında oyun oynadığı ortaya konmuştur (Statista, 2023). Bu oran güne bölündüğünde Türkiye'de dijital oyun oynayan bireylerin önemli bölümünün günde 1 saatin altında dijital oyun oynadığı sonucuna ulaşılabilmektedir.

Dijital oyunların bir tüketim nesnesi olmasının yanı sıra eğitim, sağlık gibi çeşitli alanlarda da olumlu etkilerinden yararlanıldığı bilinmektedir. Dijital teknolojilerinin kullanımının ve buna bağlı olarak dijital oyun tüketiminin dikkat dağınıklığına yol açtığına yönelik yaygın kanı olsa da Tobias vd. (2021: 6), dijital oyunların dikkat dağınıklığına neden olan faktörlerin etkisinin azaltılmasında başarılı olduğuna yönelik alan yazından örnekler sunmaktadır. Ayrıca, dijital oyunların bireylerin kendini ifade etmeleri, kendi kimliklerini inşa edebilmelerine yönelik avantajları da bulunmaktadır. 2000'li yıllardan sonra internetin yaygınlaşması ve dijital oyunların gelişimiyle birlikte devasa çok oyunculu çevrimiçi oyunlar ortaya çıkmıştır. Bu oyunlarda kazanan ya da kaybedenin olması yerine oyuncunun dijital bir dünyada varlık göstermesi, kendi kimliğini yansıtabilmesi, gerçek insanlarla yazılı ve/veya sesli biçimde iletişimde olmalarına olanak sağlamıştır (Dowell, 2007). Dolayısıyla, dijital oyunların bir sosyalleşme aracı ve akranlarla iletişim kurulan dijital bir oyun parkı işlevi gördüğü ileri sürülebilir. Her ne kadar toplumda dijital oyunların eğitim ve öğretimde olumsuz etkileri olacağına yönelik yaygın inanışlar buluns a da 22 ülkeden 192 bin

öğrenci üzerinden yapılan bir çalışmada, çocukların derslerindeki başarı durumuyla dijital oyun oynama alışkanlıklarının bağlantılı olmadığı ortaya konmuştur (Drummond & Sauer, 2014). Ayrıca, 2010 ile 2020 arasında ilköğretim ya da orta öğretim seviyesinde dijital oyunların eğitimdeki etkisini ölçmeyi amaçlayan 33 çalışmada, eğitimde dijital oyun kullanımının eğitime olumlu etki edeceği ortaya konmuştur (Wang vd., 2022). Bu yönleriyle dijital oyunların eğitim sürecini engelleyici etkilerinin olmadığı, aksine bilinçli kullanıldığı takdirde eğitimi tamamlayıcı rol üstlenebileceği düşünülebilir.

Dijital oyunlara yönelik bir diğer yaygın inanış dijital oyun oynama süresiyle obezitenin doğru orantılı olduğudur. Oysa dijital oyunlarda harcanan süre ile beden kitle endeksinin artışı arasında herhangi bir bağlantı olmadığı ortaya konmuştur. (Wack & Dunn, 2009; Bickham vd., 2013; Kracht vd., 2020). Öte yandan dijital oyunların şiddeti özendirici niteliği bulunduğu yönelik çeşitli endişeler bulunmaktadır. Dijital oyunların savaş, aksiyon, strateji vb. pek çok türünde şiddet öğeleri yer almaktadır. Dijital oyunlardaki şiddet öğelerinin şiddet eğilimine etkisini ölçmeye yönelik gerçekleştirilen meta analiz çalışmasında, alan yazında dijital oyunlardaki şiddetin gerçek hayattaki agresifliğe, şiddet yönelimini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Anderson vd., 2010). Anderson ve ekibinin çalışması, dijital oyunlardaki şiddet üzerine çalışılan pek çok araştırmacıyı etkilemiş ve alan yazında referans gösterilmiştir (Greitemeyer, 2022). Anderson ve ekibinin gerçekleştirdiği araştırma sonuçları üzerine yoğunlaşan Hilgard vd. (2017) ise, Anderson ve ekibi tarafından gerçekleştirilen bu çalışmada alan yazının belirli bir kısmının kırılarak araştırmanın örnekleminin oluşturulduğunu, aslında şiddet içeren dijital oyun oynayan bireylerin gerçek dünyadaki şiddet eğilimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını Anderson ve ekibinin araştırmasını yeniden gerçekleştirerek ortaya koymuştur (Hilgard vd, 2017). Dolayısıyla, dijital oyunlarda şiddet popüler bir araştırma alanı olmasına rağmen oyunların şiddet eğilimini artırdığı yönündeki görüşler yaygın inanışlar olarak kalmaktadır. Bu bilgilerden hareketle dijital

oyunların tek başına olumlu ya da olumsuz etkileri olmayacağını, oyunlarda işlenen konular, oyunların kullanım amaçları gibi nedenlerle olumlu ya da olumsuz etkilerde bir yan faktör olarak rol alabileceği ileri sürülebilir.

Dijital oyunlarla ilgili son zamanlarda ortaya çıkan bir diğer tartışmalı kavram da lootbox (şans paketleri) öğeleridir. Özellikle çevrimiçi dijital oyunlarda varlığı yaygın biçimde görülen lootbox öğeleri, dijital oyun üreticisi şirketlere oyun kopyalarının yanı sıra ek gelir kaynağı sağlamakta dahası şirketlerin karlarındaki payı günden güne artmaktadır. FIFA, NFL, NHL gibi spor oyunları ile bilinen Electronic Arts şirketinin 2021 yılındaki toplam karının %29'unun bu oyunlarda yer alan çevrimiçi oyun modundan elde edildiği bilinmektedir (Sinclair, 2021). Öte yandan kullanıcıların lootbox öğelere yönelik görüşlerini temel alan ABD'de yürütülen bir çalışmada, oyuncuların %42,1'inin yalnızca eğlence amaçlı, %32,5'inin oyun deneyiminin iyileştirmek için satın aldığı, %33,2'sinin oyun karakterini özelleştirme amacıyla satın alım yaptığı, %32'sinin oyunda avantaj elde etmek için lootbox satın aldığı ortaya konmuştur (Casino.ca, 2019). Oyun içinde avantaj elde etme ve oyun deneyimini iyileştirme amaçlı satın alımların oyuncuların lootbox içeriklerine olan yönelimindeki etkenlerden birisidir. Ayrıca, lootbox öğelerinin kumar mekanizması kapsamında değerlendiren çeşitli araştırmalar mevcuttur (Drummond vd., 2019; Brooks & Clark, 2019).

Dijital Oyun Araştırmaları

Dijital oyunların hem bir tüketim nesnesi olarak ekonomik değere sahip olması hem de kullanıcılarının toplumsal yaşam pratiklerini dönüştürmesi nedeniyle pek çok disiplinin çalışma konusu olmuştur. Dijital oyunların tasarlanması ve üretimi grafik tasarım, oyun tasarımı gibi uzmanlıklar dahilinde incelenebilirken oyunların içerisinde yer alan mikro ödemeler ve satın almalar ekonominin konusudur. Ayrıca, dijital oyunların tüketiminin bireylerin fiziksel ve/veya zihinsel davranış ve tutumlarına yönelik etkilerini inceleyen araştırmaların sağlık ve psikoloji alanında yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, her ne kadar dijital

oyunlar farklı alanlardan araştırmacıların ilgi alanlarına girse de dijital oyun araştırmaları bu alanlardan ayrı bir disiplin olarak öne çıkma eğilimi yakalayamamıştır (Freyermurth, 2016).

Dijital oyunların kurgulanmasından bireylerin oyun içinde diğer oyuncularla etkileşim pratiklerini incelemeye varıncaya kadar geniş bir kapsam ise iletişim alanının başlıca araştırma konularındandır. Kuramsal perspektif açısından değerlendirildiğinde; dijital oyun araştırmalarında kullanımlar ve doyumlar kuramı, diğer kuramsal yaklaşımlardan daha fazla rağbet görmektedir (Cheah vd., 2022:940). Dijital oyun temasıyla yayınlanan dergileri konu edinen bir araştırmada, en fazla yayın yapan yazarların, anabilim dalı iletişimle ilgili yazarlar olduğu ortaya konmuştur (Coavoux vd., 2017). Aynı çalışmada, yazarlar alan yazında psikoloji ve sağlık alanında da dijital oyunlarla ilgili araştırmaları sıklıkla yürütüldüğü ancak bu çalışmaların oyun temalı dergilerden ziyade kendi alanlarındaki dergilerde yayımlandıklarını not düşmüşlerdir. Buradan yola çıkarak diğer alanların dijital oyunların etkisini, rolünü ölçümleme ya da gözlemlemeye dönük araştırmalara yer verdiği ileri sürülebilir. Bu varsayımı destekler bir bulgu, Bragge ve Storgards (2007:721), Web of Science veri tabanında 1986 ile 2007 yılları arasında yaptığı çalışmada, dijital oyunlar temalı yayınların anahtar kelimelerinde; çocuk, davranış, video oyun, ergenlik kelimelerinin yaygın olduğunu saptamışlardır. Dolayısıyla, sağlık ve psikoloji alanlarında sayıca fazla çalışma olmakla birlikte bu çalışmaların dijital oyunların etkilerine odaklandığı düşünülebilir. Web of Science üzerinden yapılan güncel bir bibliyometrik analiz çalışmasında, sağlık ve psikolojiyle ilgili çalışmaların ağırlığını koruduğu ortaya konurken daha Bragge ve Storgards'ın araştırmadan farklı olarak aradan geçen sürede dijital oyunların eğitimle bağlantılı biçimde olan oyun tabanlı öğrenme, eğitim stratejileri gibi anahtar kelimelerin de öne çıktığı görülmektedir (Ergin & Ergin, 2022:836).

Dijital oyunlar sosyoloji, oyun tasarımı, etnografi ve iletişim alanından araştırmacıların sıklıkla araştırma konusu olmuş, iletişim alanındaki

araştırmacıların oyun kültürüne yoğunlaştığı, film çalışmaları kapsamında dijital oyunların anlatı yönüne odaklandığı, etnografların oyuncu davranışlarına yönelik gözlem çalışmaları gerçekleştirdiği vurgulanmaktadır (Egenfeldt-Nielsen vd., 2019). İletişim alanındaki dergilerde 2000'li yılların başlangıcında nadiren dijital oyun temalı araştırmaların yayımlandığı görülse de 2010 sonrasında dijital oyun temalı araştırmaların sayısının arttığı görülmektedir (Quandt vd., 2015).

Ulusal alanyazınayönelik dijital oyunlar temalı çeşitli bibliyometrik çalışmaların varlığı görülmektedir (Erbay, 2021; Akay & Ayhan, 2021; Arslan & Coştu, 2022; Döşyılmaz vd., 2023). Bu çalışmalardan eğitim alanına yoğunlaşan Arslan ve Coştu (2022:1337), Türkiye'de 2019-2022 yılları arası, eğitim alanındaki lisansüstü tezlerde oyun bağımlılığı (n=22), dijital oyunların akademik başarıya etkileri (n=14), dijital oyunların tutum geliştirmeye yönelik etkilerine (n=9) yoğunlaştığını tespit etmişlerdir. Akay ve Ayhan (2021), dijital oyunlarla bağlantılı olan e-spor üzerine yazılan Türkçe akademik yayınları incelemesinde, e-spor araştırmalarında nicel yöntemlerin sıklıkla kullanıldığını, tercih edilen yaygın veri toplama tekniğinin de ölçek kullanımı olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Döşyılmaz vd. (2023), Türkiye'de e-spora yönelik akademik ilginin artış göstermesine rağmen bu alanda derinlemesine araştırmalara ihtiyaç olduğu düşüncesindedir. Erbay (2021) ise, iletişim bağlamında dijital oyun temalı yazılan lisansüstü tezleri analiz ettiği çalışmasında, Türkiye'de iletişim alanındaki dijital oyun temalı tezlerin betimsel analizini sunmuştur. Bu analizde, iletişim alanında yazılan 21 tezin araştırma konusu, kuramsal çerçevesi yönlerinden alan yazına katkı sağlamaktadır.

Araştırma

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Alan yazında dijital oyunları konu edinen çeşitli araştırmalar yer alsa da hem alan yazının geneline hem de iletişim bağlamında dijital oyun çalışmalarının görünümüne ilişkin kapsamlı ve genellenebilir verilere ihtiyaç duyulması

bu çalışmanın dayanak noktasıdır. Ayrıca, araştırmancının örneklem büyüklüğü itibarıyla de zengin, kapsamlı ve genellenebilir veri sunma gücüne sahip olduğu düşünülmektedir. Ulusal düzeydeki çalışmalar incelendiğinde; her birinin belirli bir alanın kısıtlı bölümüne yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Ele alınan alandaki çalışmaların da yöneldikleri alana ilişkin bütüncül veri sunmaktan uzak olduğu görülmüştür. Bu çalışma ile, iletişimle ilgili çalışmalar daha ayrıntılı olarak incelenmek üzere; Türkiye'deki dijital oyun araştırmalarının mevcut durumunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmada iletişim bağlamının kapsamı anabilim dalları ile sınırlandırılmamış, lisansüstü tezlerin konusunun iletişimle bağdaşır olması değerlendirilmiştir. Bu kararın nedeni; yapılan ön kodlamada, yalnız iletişimle ilgili anabilim dallarında değil hem sosyal bilimler enstitüsüne bağlı diğer anabilim dallarında hem de diğer enstitülerle ilişkili programlarda dijital oyunların iletişim bağlamında araştırma konusu olduğunun saptanmasıdır.

Bu kapsamda, araştırmancının cevap aradığı sorular şunlardır:

1. Türkiye'de dijital oyunlar hangi alanlarda yaygın biçimde çalışılmaktadır?
2. Türkiye'de dijital oyunlarla ilgili akademik çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemleri nelerdir?
3. Türkiye'de dijital oyunlarla ilgili araştırmalarda araştırma yöntemleri ve veri toplama tekniklerinin araştırma konularına dağılımı nasıldır?
4. Türkiye'de iletişim bağlamında dijital oyunları inceleyen çalışmalarda hangi alt konu başlıkları öne çıkmaktadır?
 - a. İletişim bağlamında hangi anabilim dallarında dijital oyun çalışmaları daha fazla çalışılmaktadır?
 - b. İletişim bağlamında dijital oyun temalı tezlerde hangi araştırma yöntemleri kullanılmaktadır?
 - c. İletişim bağlamında dijital oyun temalı tezlerde hangi veri toplama teknikleri sıklıkla kullanılmaktadır?

- d. Araştırma tekniklerinin iletişimle ilişkili anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
- e. Araştırma konularının iletişimle ilişkili anabilim dalına göre dağılımı nasıldır?

İşlem

Araştırmancının örneklemine YÖK Ulusal Tez Merkezi'ndeki dijital oyunlarla ilgili tezler oluşturmaktadır. 7 Haziran 2023 tarihine kadar yayınlanan ve konusu, özeti ya da başlığında "dijital oyun" kelimesi geçen tezler taranmıştır. Söz konusu dönemde 507 teze erişim sağlanmıştır. Bu tezlerin 453'ünün araştırma kapsamıyla uyumlu olduğu görülmüştür. Bu çalışmada, bahsi geçen 453 tez araştırmacı tarafından geliştirilen kategori cetveli aracılığıyla içerik analizine tabi tutulmuştur.

Araştırma bulgularının yalın ve anlaşılır şekilde sunulabilmesi adına, ön kodlama ve nihai kodlama olmak üzere iki kere kodlama işlemi yapılmıştır. Ön kodlamadan sonra kodlama cetvelinde birtakım işlemler yapılmıştır. Bu düzenlemelerden ilki anabilim dalı isimlerine yöneliktir. Anabilim dalı isimlerinden benzerlik gösterenler, çatık kavramlarda birleştirilmiştir. Örneğin; eğitim anabilim dalı kapsamında mesleki ve teknik öğretime yönelik anabilim dalları da birleştirilmiştir. Benzer işlem spor bilimleri temasında; beden eğitimi, spor bilimleri, spor yöneticiliği ve bu isimlendirmeye oldukça benzer olanlar birleştirilmiştir.

Araştırmada, lisansüstü çalışmalarda incelenen konu dağılımını yalın ve anlaşılır gösterebilmek adına kategori birleştirmeleri yapılmıştır. Bu bağlamda; konu olarak belirtilen kategorilerde kodlanan içerikler şu şekilde birleştirilmiştir:

Oyun bağımlılığı: Dijital oyun bağımlılığını, farklı değişkenlerin oyun bağımlılığındaki rolünü kodu edinen çalışmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Oyunların eğitimde/öğretimde kullanımı: Dijital oyunların akademik başarıya olan etkileri, oyun temelli öğrenme, oyunların öğrenme faaliyetlerindeki rolünü konu edinen çalışmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Oyun tasarımı: Dijital oyunların tasarımlarını konu edinen, oyunlarda yer alan tasarım unsurlarına, oyun tasarlamaya yönelik çalışmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Oyunların sağlığa etkileri: Dijital oyunları oynamanın obezite ile ilişkisi, oyunların hastaların iyileşme sürecindeki rolünü konu edinen araştırmalar bu kategoride toplanmıştır.

Oyunda temsil: Dijital oyunlardaki toplumsal cinsiyet temsilleri, etnik ve dini temsiller bu kategoride kodlanmıştır.

Oyuncu davranışları: Farklı etkenlerin dijital oyun oynayan bireylerin davranışları üzerindeki etkileri, bireylerin oyun oynarken diğer kişilere karşı davranışlarını, oyun esnasında karşılaştıkları durumlara tepkilerini anlamaya yönelik davranış pratiklerini konu edinen çalışmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Oyuncu kültürü: Dijital oyunlar ekseninde şekillenen oyun kültürü, oyuncuların oluşturdukları sanal topluluklar, bu topluluk içerisindeki iletişimlere oyuncu kültürü kategorisinde kodlanmıştır.

Oyunda anlatı: Dijital oyunların hikayelerini, oyundaki anlatı öğelerini konu edinen çalışmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Oyunların diğer alanlardaki etkileri: Dijital oyunların din, müzik vb. diğer alanlarla ilgili olduğu araştırmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Pazarlama ve reklamcılık: Dijital oyunların oyun içi satın alma mekanizması, oyunlardaki promosyon faaliyetleri, oyun içi reklamlar, advergaming vb. kavramları konu edinen araştırmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Medya okuryazarlığı: Bireylerin medya okuryazarlık düzeyini ölçümleyen araştırmalar, medya okuryazarlığı ile oyun bağımlılığı arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik çalışmalar bu kategoride kodlanmıştır.

Ön kodlamadan sonra yukarıda belirtilen değişiklikler yapılmış, iletişim alanında uzman bir akademisyenin görüşleri doğrultusunda bulgular değerlendirilerek yeniden kodlama cetveli oluşturulmuştur. Nihai kodlama, 1 Mayıs 2023 ile 7 Haziran 2023 tarihleri arasında IBM SPSS V28.0 programı aracılığıyla yapılmış ve analiz edilmiştir.

Bulgular

Araştırmada, Türkiye’de 2004 ile 2023 yılları arasında dijital oyunları konu edinen 453 tez yazıldığı tespit edilmiştir. Bu tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, son yıllarda dijital oyun araştırmalarına olan ilginin arttığı gözlenmiştir. 2020-2023 yılları arasında 281 (%62,0), 2015-2019 yılları arasında 154 (%34,0), 2010-2014 yılları arasında 16 (%3,5) ve 2004-2009 yılları arasında 2 tez yazıldığı (%0,4) sonucuna ulaşılmıştır. Yazılan tezlerin 417’si yüksek lisans (%92,1), 28’i doktora/sanatta yeterlilik (%6,2) ve 8’i tıp alanında uzmanlık (%1,8) tezidir. Ayrıca, tez yazarlarının 235’i kadın (%51,9), 218’i ise erkek (%48,1) yazarlardır.

Tablo 1

Tezlerin Enstitülere Göre Dağılımını Gösterir Tablosu

	f	%
Sosyal bilimler	173	38,2
Eğitim bilimleri	103	22,7
Lisansüstü eğitim	84	18,5
Sağlık bilimleri	48	10,6
Fen bilimleri	23	5,1
Güzel sanatlar	10	2,2
Diğer	6	1,3
Tıp fakültesi	6	1,3
Toplam	453	100,0

Dijital oyunlarda lisansüstü tezlerin yazıldığı enstitülere göre dağılımları incelendiğinde, sosyal bilimler enstitüsü %38,2 (n=173) oranla dijital oyun üzerine en fazla tez yazılan enstitü olarak öne çıkmaktadır. Bunu sırasıyla; %22,7 (n=103) eğitim bilimleri ve lisansüstü eğitim enstitüsü %18,5 (n=84) takip etmektedir. Bu üç alanın öne çıkmasındaki etkenin, sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde diğer enstitülerden çok daha fazla lisansüstü program olması nedeni ileri sürülebilir. Eğitim

bilimleri alanında ise, son yıllarda dijital oyunların eğitim alanında güncel konulardan biri olması ileri sürülebilir. Lisansüstü eğitim enstitüleri de son yıllarda üniversitelerin bünyesindeki enstitüleri tek çatı altında toplamak için kuruldukları düşünülürse içerisinde sosyal bilimlerden eğitim bilimine, bilişim sistemlerine varıncaya kadar pek çok alanı kapsayabilmektedir. İlk üç sıradaki enstitülerin dışındakiler ise şu şekilde sıralanmaktadır: Sağlık bilimleri %10,6 (n=48), fen bilimleri %5,1 (n=23), güzel sanatlar %2,2 (n=10), tıp fakültesi %1,3 (n=6) ve diğer %1,3 (n=6).

Tablo 2Tezlerin Anabilim Dalı Dağılımını Gösterir Tablo¹

Anabilim Dalı	f	%
Eğitim	122	26,9
Psikoloji	46	10,2
Spor bilimleri	38	8,4
İletişim bilimleri	23	5,1
Bilişim	21	4,6
Radyo televizyon ve sinema	19	4,2
Çocuk sağlığı	19	4,2
Halkla ilişkiler	14	3,1
Grafik ve tasarım	14	3,1
Halk sağlığı	12	2,6
Sosyoloji	12	2,6
Güzel sanatlar	11	2,4
Gazetecilik	10	2,2
Hemşirelik	10	2,2
Oyun tasarımı	10	2,2
Mimarlık	6	1,3
Yeni medya	6	1,3
Medya ve kültürel çalışmalar	4	0,9
İşletme	4	0,9
Reklamcılık	2	0,4
Diğer	50	11,0
Total	453	100,0

Tezlerin anabilim dalına göre dağılımını gösterir tablo incelendiğinde; Eğitim %26,9 (n=122) ile

dijital oyun alanında en fazla tez yazılan anabilim dalı olarak görülmektedir. Bunu, kodlama cetveli dışındaki bütün alanların toplamı olan diğer kategorisi %10,8 (n=49) ve psikoloji %10,2 (n=46) takip etmektedir. Spor bilimleri, beden eğitimi gibi alanların kodlandığı beden eğitimi kategorisi %8,4 (n=38) dördüncü sırada yer almaktadır. Bu kategoride yer alan tezlerin sporcuların performanslarının geliştirilmesinde dijital oyunların rolüne yoğunlaştığı gözlenmiştir.

İletişim alanı özelinde ise iletişim bilimleri %5,1 (n=23), radyo, televizyon ve sinema %4,2 (n=19), halkla ilişkiler %3,1 (n=14), grafik tasarım %3,1 (n=14), gazetecilik %2,2 (n=10), yeni medya %1,3 (n=6), medya ve kültürel çalışmalar %0,9 (n=4), reklamcılık %0,4 (n=2) şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 3

Araştırma Yöntemlerini Gösterir Tablo

	f	%
Nitel	139	30,7
Nicel	272	60,0
Karma	42	9,3
Total	453	100,0

Tablo 4Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Tekniklerini Gösterir Tablo²

	f	%
Anket	291	48,5
Görüşme	83	13,8
Deney/ tasarım temelli araştırma	83	13,8
Örnek olay/ vaka İncelemesi	55	9,2
Literatür değerlendirmesi	36	6,0
Gözlem	24	4,0
İçerik analizi	23	3,8
Odak grup	5	0,8
Toplam	600	100,0

Tezlerin araştırma yöntemlerini gösterir tablo incelendiğinde; 453 tezin %60'ının nicel desen kapsamında çalışıldığı görülmektedir (n=272).

1 Anabilim dalı isimlerinde benzerlik bulunanlar birleştirilme yoluna gidilmiştir. Ancak, bu çalışma iletişim bağlamına odaklandığından iletişimle ilgili anabilim dalları birleştirilmemiştir.

2 Tezler içerisinde birden fazla araştırma tekniğinin bir arada kullanımı nedeniyle çoklu kodlama yapılmıştır.

Tezlerin %30,7'si nitel desene aitken (n=139) %9,3'ü (n=42) karma desene sahiptir.

Dijital oyunlar üzerine yazılan tezlerdeki veri toplama tekniklerini gösterir tablo incelendiğinde; en fazla anket tekniğinden (%48,5, n=291) yararlanıldığı görülmektedir. Bunu, %13,8 (n=83) ile deney/ tasarım temelli araştırma ve görüşme tekniği takip etmektedir. Diğerleri ise; örnek olay/vaka incelemesi (%9,2, n=55), literatür değerlendirmesi (%6,0, n=36) gözlem (%4,0, n=24), içerik analizi (%3,8, n=23) ve odak grup (%0,8, n=5) şeklindedir.

Tablo 5
Tezlerde Çalışılan Konuları Gösterir Tablo

	f	%
Oyun bağımlılığı	153	30,7
Oyunların eğitime /öğretimde kullanımı	92	18,4
Oyun tasarımı	53	10,6
Oyunların sağlığa etkileri	39	7,8
Oyunda temsil	33	6,6
Oyuncu davranışları	32	6,4
Oyuncu kültürü	29	5,8
Oyunların diğer alanlardaki etkileri	21	4,2
Oyunda anlatı	16	3,2
Pazarlama ve reklamcılık	14	2,8
Diğer	11	2,2
Medya okuryazarlığı	4	0,8
Dijital Oyunların Algıya etkileri	2	0,4
Toplam	499	100,0

Tezlerde çalışılan konuları gösterir tablo incelendiğinde; en fazla çalışılan konunun dijital oyun bağımlılığı (n=153, %30,7) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla; oyunların eğitim/ öğretimde kullanımı (n=92, %18,4) ve oyun tasarımı (n=53, %10,6) takip etmektedir. Geri kalanlar ise sırasıyla; oyunların sağlığa etkileri (n=39, %7,8), oyunda temsil (n=33, %6,6), oyuncu davranışları (n=32, %6,4) oyuncu kültürü (n=29, %5,8), oyunda anlatı (n=16, %3,2), pazarlama ve reklamcılık (n=14,

%2,8), diğer (n=11, %2,2) medya okuryazarlığı (n=5, %0,8) ve dijital oyunların algıya etkileri (n=2, %0,4) şeklinde sıralanmaktadır.

İletişim Bağlamında Dijital Oyun Teması Çalışılan Tezlerin Özellikleri

Araştırmada, 453 tez içerisinde iletişim bağlamında dijital oyun konusunu çalışan tezlerin sayısının 95 (%21,0) olduğuna ulaşılmıştır. Tezlerin 70'inin nitel (%73,68), 23'ünün nicel (%24,21) ve 2'sinin karma yöntemli araştırma (%2,10) içerdiğine ulaşılmıştır. İletişim bağlamında dijital oyunları çalışan tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde; 2010-2014 arasında 7 (%7,4), 2015-2019 yılları arasında 42 (%44,2) ve 2020-2023 yılları arasında 46 (%48,4) çalışma yapıldığı görülmüştür. Ayrıca, 95 tez içerisindeki 86 tezin (%90,5) yüksek lisans, 9'unun (%9,5) doktora/sanatta yeterlik tezi olduğu

Tablo 6

İletişim Bağlamında Dijital Oyun temasıyla Çalışılan Tezlerin Enstitülere Göre Dağılımını Gösterir Tablo

	f	%
Sosyal Bilimler Enstitüsü	76	80,0
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	10	10,5
Güzel Sanatlar Enstitüsü	5	5,3
Eğitim Bilimleri	2	2,1
Sağlık Bilimleri	1	1,1
Diğer	1	1,1
Fen Bilimleri	0	0,0
Tıp Fakültesi	0	0,0

sonucuna ulaşılmıştır.

İletişim bağlamında dijital oyunlar hakkında yazılan tezlerin %80'i (n=76) sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde yazılmıştır. Bunu, lisansüstü eğitim enstitüsü %10,5 (n=10), güzel sanatlar %5,3 (n=5) ve eğitim bilimleri %2,1 (n=2) şeklinde takip etmektedir. Sağlık bilimleri ve diğer alanlarda yalnızca bir tezin iletişim bağlamında olduğu görülürken (n=1, %1,1) tıp fakültesi ve fen bilimleri enstitülerinde iletişim bağlamında dijital oyun konusunun hiç çalışılmadığı sonucuna ulaşılmıştır (n=0, %0,0).

Tablo 7

İletişim Bağlamında Dijital Oyun temasıyla Çalışılan Tezlerin Anabilim Dalına Dağılımını Gösterir Tablo

	f	%
İletişim Bilimleri	20	21,1
Radyo, Televizyon ve Sinema	19	20,0
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	12	12,6
Grafik ve Tasarım	11	11,6
Gazetecilik	10	10,5
Yeni Medya	5	5,3
Medya ve Kültürel Çalışmalar	4	4,2
Eğitim ³	4	4,2
Güzel Sanatlar	3	3,2
Diğer ⁴	7	7,7

Anabilim dalı başkanlıklarına göre dağılımda ise, iletişim bilimleri (n=20, %21,1) iletişim bağlamında dijital oyun konusunun en fazla çalışıldığı anabilim dalı olduğu saptanmıştır. Bunu radyo, televizyon ve sinema anabilim dalı (n=19, %20,0) izlemektedir. Üçüncü sırada ise halkla ilişkiler ve tanıtım anabilim dalı (n=12, %12,6) yer almaktadır. Geri kalanlar ise sırasıyla Grafik ve Tasarım anabilim dalı (n=11, %11,6), gazetecilik (n=10, %10,5) yeni medya (n=5, %5,3) medya ve kültürel çalışmalar (n=4, %4,2), eğitim

Tablo 8İletişim Bağlamında Dijital Oyun temasıyla Çalışılan Tezlerin Veri Toplama Tekniklerini Gösterir Tablo⁵

	f	%
Örnek Olay/Vaka İncelemesi	33	35,5
Anket Çalışması	23	24,7
Görüşme	22	23,7
Literatür Derlemesi	15	16,1
İçerik Analizi	8	8,6
Gözlem	8	8,6
Deney/Tasarım	6	6,5
Odak Grup	2	2,2

3 Teknik ve mesleki eğitim alanları da bu kategoride kodlanmıştır.

4 Diğer anabilim dallarında 1'den fazla tez yazılmadığı tespit edildiğinden birleştirme yoluna gidilmiş ve bu anabilim dallarında toplam tez sayısına yer verilmiştir.

5 Tezler içerisinde birden fazla araştırma tekniğinin bir arada kullanımı nedeniyle çoklu kodlama yapılmıştır.

(n=4, %4,2) , güzel sanatlar (n=3, %3,2), diğer (n=7, %7,7) şeklinde sıralanmaktadır.

İletişim bağlamında çalışılan tezlerdeki veri toplama teknikleri incelendiğinde; örnek olay/vaka incelemesi (n=33, %35,5) ile en fazla tercih edilen veri toplama tekniğidir. Bunu, anket çalışması (n=23, %24,7) ve görüşme tekniği (n=22, %23,7) olarak sıralanmaktadır. Diğerleri ise sırasıyla,

Tablo 9

İletişim Bağlamında Dijital Oyun temasıyla Çalışılan Tezlerin Araştırma Konularını Gösterir Tablo

	f	%
Oyunda temsil	20	20,0
Oyunda Anlatı	14	14,0
Oyun Kültürü	14	14,0
Oyun Tasarımı	13	13,0
Oyun Bağımlılığı	12	12,0
Pazarlama ve Reklamcılık	9	9,0
Diğer	7	7,0
Medya Okuryazarlığı	4	4,0
Oyunun Eğitime/Öğrenime Etkisi	3	3,0
Toplam	100	100,0

literatür derlemesi (n=15, %16,1), içerik analizi (n=8, %8,6), gözlem (n=8, %8,6), deney/tasarım (n=6, %6,5) ve odak grup (n=2, %2,2) tekniğiyle veri toplanmıştır.

Çalışılan tezlerin konulara göre dağılımı da çalışmada ele alınmıştır. Buna göre; Çeşitli kimliklerin, toplumsal rollerin, kalıp yargıların vb. unsurların temsilini kapsayan oyunda temsil iletişim bağlamında dijital oyunlarda en fazla çalışılan konu olarak öne çıkmaktadır (n=20, %20,0). Bunu oyunda anlatı (n=14, %14,0) ve oyuncu kültürü konuları takip etmektedir (n=14, %14,0). Geri kalan konular ise; oyun tasarımı (n=13, %13,0), oyun bağımlılığı (n=12, %12,0), pazarlama ve reklamcılık (n=9, %9,0), medya okuryazarlığı (n=4, %4,0), oyuncuların davranışları (n=4, %4,0), oyunun

Tablo 10

Dijital Oyun Temalı ve En Fazla Tez Yazılan İletişimle Bağlantılı Anabilim Dallarında Kullanılan Veri Toplama Tekniklerini Gösterir Tablo⁶

	İletişim Bilimleri		Radyo, Televizyon ve Sinema		Halkla İlişkiler		Grafik ve Tasarım		Gazetecilik	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Örnek Olay İncelemesi	12	60	9	47,4	1	9,1	4	36,4	3	30,0
İçerik Analizi	3	15	0	0	1	9,1	1	9,1	1	10,0
Literatür Derlemesi	0	0	5	26,3	0	0	4	36,4	2	20,0
Anket	3	15	1	5,3	5	45,5	3	27,3	3	30,0
Görüşme	5	25	5	26,3	3	27,3	1	9,1	3	30,0
Odak grup	0	0	0	0	2	18,2	1	9,1	0	0,0
Deney	2	10	0	0	1	9,1	1	9,1	1	10,0
Gözlem	2	10	1	5,3	1	9,1	1	9,1	2	20,0

eğitime/öğrenmeye etkisi (n=3,%3,0) bu konular dışındaki diğer konuların toplamının kodlandığı diğer kategorisinde ise (n=7, %7,0) tez yazıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo-10 incelendiğinde; iletişim bilimleri anabilim dalında en fazla tercih edilen veri toplama tekniğinin örnek olay incelemesi (n=12,%60) olduğu görülmektedir. Bunu görüşme (n=5,%25) ile takip etmektedir. Diğerleri ise, içerik analizi ile anket tekniği (n=3, %15) izlemektedir. Radyo, televizyon

ve sinema anabilim dalında örnek olay incelemesi (n=9, %47,4) ile en fazla tercih edilen veri toplama tekniğidir. Bunu, görüşme tekniği (n=6, %26,3) ve literatür derlemesi (n=5, %26,3) izlemektedir. Anket ile veri toplama tekniği (n=1, %5,3) şeklindedir. Halkla ilişkiler anabilim dalında anket tekniği (n=5, %45,4) en fazla tercih edilen veri toplama tekniğidir. Bunu, görüşme tekniği (n=3, %27,3) izlemektedir. Diğerleri ise, odak grup tekniği (n=2, %18,2), içerik analizi (n=1,%5,3) ve örnek olay incelemesi (n=1, %5,3) olarak sıralanmaktadır. Grafik ve tasarım

Tablo 11

İletişimle Bağlantılı Dijital Oyun Temalı Tezlerde En Fazla Tez Yazılan 5 Anabilim Dalında Araştırma Konularını Gösterir Tablo⁷

	İletişim Bilimleri		Radyo, Televizyon ve Sinema		Halkla İlişkiler		Grafik ve Tasarım		Gazetecilik	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Oyunda Temsil	4	20,0	4	21,0	2	16,6	0	0	4	40
Oyun Kültürü	3	15,0	3	15,7	6	50	0	0	3	30
Oyun Bağımlılığı	5	25,0	0	0	0	0	0	0	1	10
Oyunda Anlatı	4	20,0	8	42,1	2	16,6	1	9,0	0	0
Oyun Tasarımı	3	15,0	0	0	0	0	7	63,6	0	0
Pazarlama ve Reklamcılık	1	5,0	1	5,2	3	25,0	0	0	0	0
Oyunun eğitime/ öğretime etkisi	0	0	0	0	0	0	2	18,1	0	0
Medya Okuryazarlığı	1	5,0	0	0	0	0	0	0	2	20
Diğer	0	0	2	10,5	0	0	0	0	0	0

6 Tezler içerisinde birden fazla araştırma tekniğinin bir arada kullanımı nedeniyle çoklu kodlama yapılmıştır.

7 Tezler içerisinde birden fazla konunun bir arada yer alması nedeniyle çoklu kodlama yapılmıştır.

anabilim dalında en fazla tercih edilen veri toplama tekniği (n=4, %36,4) ile örnek olay incelemesi ve literatür derlemesi teknikleridir. Diğerleri, anket (n=3, %27,3), içerik analizi, deney, gözlem, görüşme ve odak grup (n=1, %9,1) şeklinde sıralanmaktadır. Gazetecilik anabilim dalında en fazla kullanılan veri toplama teknikleri incelendiğinde; örnek olay incelemesi, anket tekniği, görüşme tekniği (n=3, %30) ile sıralanmaktadır. Diğerleri ise gözlem, literatür derlemesi (n=2, %20) ve deney, içerik analizi (n=1, %10) biçiminde sıralanmaktadır.

Tablo 11 incelendiğinde; iletişim bilimleri anabilim dalında en fazla oyun bağımlılığı (n=5, %25,0) konu edinildiği görülmektedir. Bunu, oyunda temsil ve oyunda anlatı (n=4, %20) izlemektedir. Diğerleri, oyun kültürü ve oyun tasarımı (n=3, %15,0), medya okuryazarlığı (n=1, %5,0), pazarlama ve reklamcılık (n=1, %5,0) şeklindedir. Radyo, televizyon ve sinema anabilim dalında en fazla oyunda anlatı konusu ele alınmıştır (n=8, %42,1). Bunu oyunda temsil (n=4, %21,0) ve oyun kültürü (n=3, %15,7) izlemektedir. Pazarlama ve reklamcılık (n=1) ile diğer (n=2, %10,5) şeklindedir. Halkla ilişkiler anabilim dalında oyun kültürü (n=6, %50) ile en fazla çalışılan konudur. Bunu pazarlama ve reklamcılık (n=3, %25,0) izlemektedir. Diğerleri, oyunda temsil (n=2, %16,6) ve oyunda anlatı (n=2, %16,6) şeklinde sıralanmaktadır. Grafik ve tasarım anabilim dalında oyun tasarımı (n=7, %63,3) ile en fazla mercek altına alınan konu olmuştur. Bunu, oyunda temsil (n=2, %18,1) ile oyunun eğitime/öğretime etkisi, oyunda anlatı (n=1, %9,0) izlemektedir. Gazetecilik anabilim dalında ise, oyunda temsil en fazla çalışılan konu olmuştur (n=4, %40). Bunu, oyun kültürü (n=3, %30), medya okuryazarlığı (n=2, %20) ve oyun bağımlılığı (n=1, %10) takip etmektedir.

Sonuç

Türkiye’de iletişim bağlamında dijital oyunları konu edinen akademik çalışmalara yönelik güncel durumu ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, lisansüstü tezlerin genel görünümüne yönelik bilgiler verilmiş ardından da iletişim bağlamında çalışılan tezlerin özellikleri ortaya konmuştur.

Araştırma bulgularında, toplumda oldukça yaygın olan dijital oyunların ve buna bağlı olarak dijital oyun araştırmalarının erkeklerin ilgi alanına girdiğine yönelik kanıtı çürütmesi oldukça değerlidir. Dijital oyun konulu lisansüstü tezlerin %51,9’unun yazarı kadın araştırmacıdır. Türkiye’de dijital oyun araştırmaları dijital oyunlara yönelik tezlerde nicel araştırma yönteminin ağırlığı görülürken iletişim bağlamındaki çalışmalarda ise nitel yöntemlerin sıklıkla tercih edildiği görülmüştür. Bunun temel nedeni, dijital oyunların en fazla çalışıldığı alanlardan olan eğitim ve psikoloji alanlarında ölçek kullanımının ve anket ile veri toplama tekniğinin yaygın oluşudur (Arslan & Coştu, 2022). İletişim bağlamındaki araştırmalarda ise örnek olay incelemesi en sık tercih edilen veri toplama tekniği olmuştur. Diğer yandan dijital oyun araştırmalarının genelinde karma yöntemli araştırmaların sınırlılığı dikkat çekmektedir. Karma yöntemli araştırmalar ile araştırmaya konu problemin farklı boyutlarına ilişkin detaylı bilgi edinilmesi, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin avantajlarının bir arada kullanılmasıyla kapsamlı veri toplama imkânı oluşmaktadır (Patton, 2002). Karma yöntemli araştırmalarla, nicel verilerin yorumlanması nitel araştırma yöntemleri ile desteklenebilir ve verilerin daha iyi değerlendirilmesi sağlanabilir. Bu sayede elde edilen verilerin genellenebilirliği de artırılabilir (Creswell & Clark, 2011). Dijital oyun temalı tezlerin genelinde karma yöntemli araştırmalar %9,3 (n=42), iletişim bağlamındaki çalışmalarda %2,1 (n=2) oranındadır. Bu yönüyle Türkiye’deki dijital oyun araştırmalarında karma yöntemli araştırmalara ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma bulgularında, Türkiye’de dijital oyun konulu tezlerde oyun bağımlılığı, oyunların eğitim/öğretime etkileri ve oyun tasarımı konuları öne çıkarken iletişim bağlamındaki çalışmalarda ise oyunda toplumsal cinsiyet rollerinin, kimliklerin temsiliyetinin kodlandığı oyunda temsil kategorisi, oyunda anlatı unsurları ve oyun kültürüne yönelik araştırmaların öne çıkmaktadır. Bu yönüyle, diğer alanlarda oyunların toplumsal etkileri ya da belirli gruplarına yönelik etkileri

araştırma konusu olurken iletişim bağlamında dijital oyunların içeriklerinin araştırma konusu olarak mercek altına alındığı görülmektedir. İletişim bağlamında dijital oyunların kendisinin iletişim sürecinde kaynak konumunda değerlendirilerek alıcıya gönderdiği iletilerin anlamlandırılma sürecine yönelik araştırmaların yapıldığı ileri sürülebilir.

İletişimle bağlantılı dijital oyun temalı tezlerde en fazla tez yazılan 5 anabilim dalı ekseninde bulgular değerlendirildiğinde; iletişim bilimleri anabilim dalı, iletişim alanına yönelik oldukça geniş bir çerçeve çizdiğinden bu anabilim dalındaki çalışmaların yoğunlaştığı konuların da çeşitliliği dikkat çekmektedir. Oyun bağımlılığı, oyunda temsil ve oyunda anlatı konuları en sık çalışılan konulardır. En fazla tercih edilen veri toplama tekniği ise örnek olay incelemesi olarak görülmektedir.

Radyo, televizyon ve sinema anabilim dalı odağında değerlendirme yapıldığında; oyunda anlatının en fazla çalışılan konu olduğu görülmektedir. Anlatı konusunun radyo, televizyon ve sinema anabilim dalında çalışılmasının anlaşılır bir durum olduğu ileri sürülebilir. Özellikle tek oyunculu dijital oyunlar (Single player) belirli bir senaryo dahilinde ilerlediği göz önüne alındığında dijital oyunların birer medya metni olarak görülmesi olağandır. Nitekim, iletişim bağlamında çalışılan tezlerin oyunlardaki temsil ve oyunlardaki anlatı unsurları üzerine yoğunlaşması da bu görüşü destekler niteliktedir. Bu nedenle, radyo, televizyon ve sinema anabilim dalındaki tezlerin %42,1'inde oyunda anlatı çalışılması anabilim dalının özellikleri ile örtüşmektedir.

Halkla ilişkiler anabilim dalında en fazla çalışılan konu oyun kültürü olarak dikkat çekmektedir (n=6, %50). Bu çalışmada oyun kültürü kategorisi, oyuncuların birbirleriyle etkileşimlerinin yanı sıra toplulukla etkileşimini içerir biçimde kodlandığından, halkla ilişkilerin kişilerarası iletişim, marka toplulukları, ağızdan ağıza

pazarlama gibi çalışma alanlarıyla bağlantılı olduğu ifade edilebilir. Halkla ilişkiler anabilim dalında en fazla kullanılan veri toplama tekniğinin anket tekniği olması dijital oyuncuların tüketim alışkanlıkları ve çeşitli konulardaki tutumlarına dair bilgi edinme amacıyla olduğu ileri sürülebilir.

Grafik ve tasarım anabilim dalında en fazla çalışılan konu, oyun tasarımı ve en fazla kullanılan veri toplama tekniğinin örnek olay incelemesidir. Buradan yola çıkılarak grafik tasarım anabilim dalındaki çalışmaların örnek olay incelemesi tekniğiyle bir oyunun tasarımının değerlendirildiği tez çalışmalarının diğerlerinden daha fazla olduğu düşünülebilir. Son olarak gazetecilik anabilim dalında ise, oyun kültürü ve medya okuryazarlığı konuları dikkat çekmektedir. Dijital oyunların da birer medya metni olarak görülebilmesi, oyunların içerisindeki toplumsal cinsiyet temsillerinin gazeteciliğin çalışma konuları arasında olduğu ileri sürülebilir. Dolayısıyla, gazetecilik alanı konuya medya okuryazarlığı yönünden yaklaşmasıyla katkı sağlamaktadır.

İletişim alanı özelinde değerlendirildiğinde; sahadan veri toplamaya yönelik çalışmaların (anket, görüşme, odak grup, gözlem) azlığı belirgin biçimde dikkat çekmektedir. İletişim alanındaki çalışmaların örnek olay incelemesi, literatür derlemesi ve içerik analizi üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca, karma yöntemli araştırmaların azlığı, incelenen konuların üzerinde detaya inilmediğinin düşünülmesine yol açmaktadır. Doküman üzerinden yapılan araştırmaların (Oyunda içerik analizi, örnek olay incelemesi, literatür derlemesi) ele alınan konuyla ilgili araştırmacının bakış açısını yansıtır yöne evrilmesi olası görünmektedir. Dolayısıyla, Türkiye'de iletişim alanında dijital oyun konusunda doküman üzerinden yapılan araştırmaların ötesinde sahadan veri toplama adımını içeren çalışmaların artması, dijital oyun oynayan kişilerin bakış açılarıyla birlikte konuya yaklaşılmasına önemli katkı sunma potansiyeline sahiptir. Öte yandan, dijital oyunlarla ilgili

herhangi bir konuda gerçekleştirilecek olan saha araştırmalarının yeni araştırma konularının keşfedilmesine yönelik veriler sağlaması da mümkündür.

Araştırmada, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de dijital oyun temalı araştırmaların eğitim, psikoloji gibi alanlarda sıklıkla çalışıldığını göstermektedir. Ancak iletişim alanındaki çalışmaların toplam çalışmaların %21 düzeyinde kalması, iletişim alanındaki dijital oyun araştırmalarının sayıca azlığını da göstermektedir. Ayrıca, çalışmada dikkat çeken bir diğer bulgu, dijital oyun temalı tezlerin ağırlıkla yüksek lisans düzeyinde olduğu, doktora/sanatta yeterlik düzeyinde oldukça az sayıda çalışma olduğu gözlenmiştir. Bu nedenle, Türkiye'de dijital oyun temalı lisansüstü çalışmaların yüksek lisans seviyesinde yoğunlaşması dikkat çekicidir. Özellikle doktora tezlerinin bir konuya özgü daha derinlemesine araştırmalar yapılması, belirli bir problem odağında araştırmacıya uzmanlık katacağı düşünülebilir. Bu yönüyle, Türkiye'de dijital oyun araştırmaları alanındaki doktora tezlerine olan ihtiyaç bu araştırmada görülen bir diğer sonuçtur.

Bu çalışmada, Türkiye'de dijital oyun araştırmalarının güncel görünümü ortaya konmuştur. Araştırmada, dijital oyun araştırmalarının yoğunlaştığı konular, araştırma yöntemleri ve sıklıkla kullanılan veri toplama teknikleri üzerinden ayrıntılı bir görünüm sunulmaya çalışılmıştır. Araştırma, lisansüstü tezlerle ilgili genel görünüm sağlama iddiasında olduğundan dijital oyun temalı tezlerin ayrıntılı özelliklerine yönelik bilgi sağlamaması bu çalışmanın en önemli sınırlılığı olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca, yalnızca lisansüstü tezlere yoğunlaşması da bir başka sınırlılığı oluşturmaktadır.

Türkiye'de iletişim bağlamında dijital oyun araştırmaları nispeten yeni bir araştırma alanı olarak ifade edilebilir. Alanyazında, Web of Science veri tabanı üzerinden bibliyometrik araştırmalar yapıldığı bilinmektedir ve bu çalışmada da değinilmiştir. Ancak ulusal alan yazında dijital

oyun temalı dergi makalelerine, bildirilere, kitap bölümlerine yönelik ayrıntılı bir çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla, alan yazında yukarıda bahsedilen akademik çıktı türlerine yoğunlaşan araştırmalara gereksinim vardır. Alan yazındaki dijital oyun temalı çalışmaların eğitim, psikoloji ekseninde yoğunlaştığı görüldüğünden iletişim bağlamındaki araştırmaların genel özelliklerinin ortaya konması için bu çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamlı veriler ortaya konduktan sonra ülkemizde iletişim bağlamındaki dijital oyun araştırmalarının güncel görünümünün ve geleceğinin daha sağlıklı biçimde değerlendirilmesinin mümkün olacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Accenture. (2021). Gaming: The next super platform. <https://www.accenture.com/us-en/insights/software-platforms/gaming-the-next-super-platform>.
- Akay, B., & Ayhan, B. (2021). Türkiye'de e-spor üzerine yapılan akademik çalışmaların içerik analizi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 656-671.
- Anderson, C. A., Shibuya, A., Ihori, N., Swing, E. L., Bushman, B. J., Sakamoto, A., . . . Saleem, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in Eastern and Western countries: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 136(2), 151-173. <https://doi.org/10.1037/a0018251>
- Arslan, K., & Coştu, F. (2022). Eğitimin vazgeçilmez parçası dijital oyunlar: lisansüstü tezlere ait bir sentez çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*(54), 1329-1359. <https://doi.org/10.53444/deubefd.1169883>.
- Bickham, D. S., Blood, E. A., Walls, C. E., Shrier, L. A., & Ricj, M. (2013). Characteristics of screen media use associated with higher BMI in young adolescents. *Pediatrics*, 131(5), 935-941. <https://doi.org/10.1542/peds.2012-1197>.
- Brooks, G. A., & Clark, L. (2019). Associations

- between loot box use, problematic gaming and gambling, and gambling-related cognitions. *Addictive Behaviours*, 96, 26-34. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.04.009>
- Casino.ca. (2019). Reasons for purchasing a loot box according to console gamers in the United States in 2019. <https://www.statista.com/statistics/1219756/gaming-loot-box-purchase-reasons-usa/>.
- Cheah, I., Shimul, A. S., & Phau, I. (2022). Motivations of playing digital games: A review and research agenda. *Psychology & Marketing*, 39(5), 937-950. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/mar.21631>
- Coavoux, S., Boutet, M., & Zabban, V. (2017). what we know about games: a scientometric approach to game studies in the 2000s. *Games and Culture*, 12(6), 563-584. <https://doi.org/10.1177/1555412016676661>
- Creswell, J., & Clark, P. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage Publication.
- DFC intelligence. (2023). Global video game consumer: Market Overview. <https://www.dfciint.com/product/global-video-game-consumer/>.
- Dowell, J. (2007). Digital Games and Learnign Gains. <https://www.oecd.org/education/ceeri/39414809.pdf>.
- Döşyılmaz, E., Öztürk, O., Atılgan, D., & Kara, H. (2023). Türkiye'de e-spor alanında yayımlanmış lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 564-580. <https://doi.org/10.38021/asbid.1242357>
- Drummond, A., & Sauer, J. D. (2014). Video-games do not negatively impact adolescent academic performance in science, Mathematics or Reading. *Plos One*, (9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0087943>.
- Drummond, A., Sauer, J. D., & Hall, L. C. (2019). Loot box limit-setting: A potential policy to protect video game users with gambling problems? *Addiction*, 144(5), 935-936. <https://doi.org/10.1111/add.14583>
- Edgio. (2021). The State of Online Gaming Report. <https://edg.io/resources/blog/state-of-online-gaming-2021/>.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J., & Tosca, S. (2019). *Understanding video games: The essential introduction*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780429431791>
- Entertainment Software Association. (2021). 2021 Essential Facts About the Video Game Industry. <https://www.theesa.com/resource/2021-essential-facts-about-the-video-game-industry/>.
- Erbay, A. E. (2021). İletişim Biliminde Dijital Oyunlar Üzerine Yapılan Çalışmaların Betimsel Analizi. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 3(5), 519-556. <https://doi.org/10.47994/usbad.817988>
- Ergin, E., & Ergin, B. (2022). "Dijital Oyun" ile ilgili çalışmaların incelenmesi: bir bibliyometrik analiz. *TRT Akademi*, 7(16), 824-851. <https://doi.org/10.37679/trta.1142969>
- Freyermurth, G. S. (2016). *Games, game design, game studies: An introduction*. Transcript Publishing.
- Greitemeyer, T. (2022). The dark and bright side of video game consumption: Effects of violent and prosocial video games. *Current Opinon in Psychology*, 46, 101326.
- Hilgard, J., Engelhardt, C. R., & Rouder, J. N. (2017). Overstated evidence for short-term effects of violent games on affect and behavior: A reanalysis of Anderson et al. (2010). *Psychological Bulletin*, 143(7), 757-774. <https://doi.org/10.1037/bul0000074>

- Kracht, C. L., Joseph, E. D., & Stainano, A. E. (2020). Video games, obesity, and children. *current obesity reports*, (9), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s13679-020-00368-z>
- Mäyrä, F. (2008). *An Introduction to Game Studies*. SAGE Publications.
- Nielsen, R. K., & Grabarczyk, P. (2019). Are loot boxes gambling? random reward mechanisms in video games. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 4(3), 171-207. <https://doi.org/10.26503/todigra.v4i3.104>
- Patton, M. (2002). *Qualitative evaluation and research methods (3.baskı)*. Sage Publication.
- Quandt, T., Loo, J. V., J. V., Elson, M., Ivory, J. D., Consalv, M., & Mäyrä, F. (2015). Digital games research: a survey study on an emerging field and its prevalent debates. *Journal of Communication*, 65(6), 975-996. <https://doi.org/10.1111/jcom.12182>
- Sinclair, B. (2021). Ultimate Team modes make up 29% of EA's business. <https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-05-27-ultimate-teammodes-make-up-29-percent-of-eas-business>.
- Statista. (2022). Most popular reasons for playing video games according to gamers in the United States as of August 2022. Statista. <https://doi.org/https://www.statista.com/statistics/239310/reasons-why-female-online-gamers-play-games-in-the-united-states/>
- Statista. (2023). Hours spent on playing video games per week in Turkey as of March 2023. <https://www.statista.com/forecasts/1003000/hours-spent-on-playing-video-games-per-week-in-turkey>
- Wack, E., & Dunn, S. T. (2009). Relationships between electronic game play, obesity, and psychosocial functioning in young men. *Cyberpsychology & behavior : the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*, 12(2), 241-244. Retrieved from <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0151>
- Wang, L.-H., Chen, B., Hwang, G.-J., Guan, J.-Q., & Wang, Y.-Q. (2022). Effects of digital game-based STEM education on students' learning achievement: a meta-analysis. *IJ STEM Ed*, 9(26). <https://doi.org/10.1186/s40594-022-00344-0>
- We Are Social & Meltwater. (2023). Digital 2023 april global statshot report. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/04/the-global-state-of-digital-in-april-2023/>
- Zendle, D., Mayer, R., Cairns, P., Waters, S., & Ballou, N. (2020). The prevalence of loot boxes in mobile and desktop games. *Addiction*, 115(9). <https://doi.org/10.1111/add.14973>

Extended Abstract

Digital games are in the research field of many disciplines in the field of social sciences for reasons such as combining educational elements with entertainment and being a socialization tool where individuals can establish social relationships thanks to the communication facilities in games. Digital games have frequently been the subject of study by researchers from the fields of sociology, game design, ethnography and communication, and it is seen that the number of studies on digital games has increased, especially in the 2000s, when digitalization accelerated. When the related literature is examined, it is seen that studies on the current characteristics of digital games in the context of communication are scarce. This study aims to provide detailed data to determine the current state of digital game research in Türkiye. In addition, by examining the characteristics of studies on digital games in communication-related disciplines, it is aimed to provide comprehensive data on how digital games are studied in academic research in the field of communication in Türkiye.

With these aims, the research questions of this

study are as follows:

1- In which fields are digital games widely studied in Türkiye?

2- What are the research methods used in academic studies on digital games in Türkiye?

3- What is the distribution of research methods and data collection techniques across research topics in studies on digital games in Türkiye?

4- Which sub-topics are prominent in studies examining digital games in the context of communication in Türkiye?

a. In which departments are digital game studies studied more in the context of communication?

b. Which research methods are used in digital game-themed theses in the context of communication?

c. Which data collection techniques are frequently used in digital game-themed theses in the context of communication?

d. How is the frequency of research techniques according to the departments related to communication?

e. How is the frequency of research topics according to the departments related to communication?

In order to test the accuracy of the content analysis category chart, pre-coding was performed. After the pre-coding, the findings were reviewed by the researcher and a new coding chart was created in consultation with an academic expert in the field of communication. The final data coding was carried out and analyzed between May 1, 2023 and June 7, 2023 using IBM SPSS V28.0 software.

In the research findings, it was found that quantitative research methods were predominant

in theses on digital games, while qualitative methods were frequently preferred in studies in the context of communication. In communication studies, case study was the most frequently preferred data collection technique. It is noteworthy that mixed-method research is limited in digital game research.

According to the research findings, in theses on digital games in Türkiye, the topics of game addiction, the effects of games on education/teaching and game design come to the forefront, while in studies in the context of communication, the category of representation in the game in which the representation of gender roles and identities in the game is coded, narrative elements in the game and research on game culture come to the fore.

In this aspect, while the social effects of games or their effects on certain groups are the subject of research in other fields, it is seen that the content of digital games is subjected to research in the context of communication. In the context of communication, it can be argued that digital games themselves are evaluated as a source in the communication process and research is conducted on the process of making sense of the messages they send to the receiver.

When the findings are evaluated on the axis of the 5 departments in which the most theses on digital games related to communication are written; since the department of communication sciences draws a very wide framework for the field of communication, the diversity of the subjects that the studies in this department focus on draws attention. Game addiction, representation in games and narrative in games are the most frequently studied topics. The most preferred data collection technique is the case study.

The research indicates that in Türkiye, as well as in the world, digital game studies are frequently conducted in fields such as education and psychology. However, the fact that the studies in the field of communication remained at the

level of 21% of the total studies shows that the number of digital game studies in the field of communication is limited. In addition, another noteworthy finding of the study is that digital game-themed theses are predominantly at the master's level, while there are very few studies at the doctorate / proficiency in art level. Therefore, it is noteworthy that digital game-themed graduate studies in Türkiye are mainly concentrated at the master's level. It can be thought that doctoral theses, in particular, will provide more in-depth research on a specific topic and add expertise to the researcher in a specific problem focus. In this aspect, the need for doctoral theses in the field of digital game research in Türkiye is another result seen in this study.

In this study, the current picture of digital game research in Türkiye is presented. In the study, a detailed view was attempted to be presented through the topics, research methods and data collection techniques frequently used in digital game research. Since the research claims to provide an overview of graduate theses, the most

important limitation of this study is that it does not provide information on the detailed characteristics of digital game-themed theses in all fields.

Yazar Bilgileri

Author details

1- (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Arş. Gör., İstinye Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, enes.agca@istinye.edu.tr

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Ağca, M. E. (2024). İletişim bağlamında güncel dijital oyun araştırmaları: Lisansüstü tezler üzerine bir içerik analizi. *Yeni Medya*, (16), 231-248, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1362659>