

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA DİJİTAL OYUN ÇALIŞMALARI

Editör:

Dr. Öğr. Üyesi Burak DERVİŞOĞLU

ARTİKEL AKADEMİ: 457

Görsel İletişim Tasarımında Dijital Oyun Çalışmaları

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Burak DERVİŞOĞLU// Topkapı Üniversitesi

Orcid No: 0000-0002-5638-1848

Kapak: Prof. Dr. Fahrettin GEÇEN

ISBN 978-625-5674-97-5

Birinci Basım: Eylül - 2026

Kapak uygulama: Artikel Akademi

Ofset Hazırlık: Artikel Akademi

Baskı ve Cilt: Uzunist Dijital Matbaa Anonim Şirketi

Akçaburgaz Mah.1584.Sk.No:21 / Esenyurt - İSTANBUL

Matbaa Sertifika No: 68922

Artikel Akademi bir Karadeniz Kitap Ltd. Şti. markasıdır.

©Karadeniz Kitap - 2026

Akademik etik kurallara bağlı kalınarak yapılacak olan alıntılar ve tanıtım maksadıyla yapılacak olan kısa alıntılar dışında, yazılı izni alınmadan, tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla, basımı, yayımı, kopyalanması, çoğaltımı veya dağıtımı yapılamaz.

KARADENİZ KİTAP LTD. ŞTİ.

Koşuyolu Mah. Mehmet Akfan Sok. No:67/3 Kadıköy-İstanbul

Tel: 0530 076 94 90

Yayıncı Sertifika No: 19708

mail: info@artikelakademi.com

www.artikelakademi.com

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA DİJİTAL OYUN ÇALIŞMALARI

Editör:

Dr. Öğr. Üyesi Burak DERVİŞOĞLU

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	7
1. BÖLÜM	
UÇUŞ SİMÜLASYONUNDAN MARKET İŞLETMECİLİĞİNE: SİMÜLASYON OYUNLARININ DEĞİŞEN ANLAMI VE TÜRK BAĞIMSIZ GELİŞTİRİCİLERİN ROLÜ	9
Arş. Gör. Abdullah Raşid GÜN	
2. BÖLÜM	
DİJİTAL OYUNLARDA CANAVARSI-DİŞİLLİK: RESIDENT EVIL VILLAGE'DAKİ KADIN ANTAGONİSTLER ÜZERİNE GÖSTERGEBİLİMSEL BİR ANALİZ	33
Arş. Gör. Betül AYDOĞDU	
3. BÖLÜM	
DİJİTAL OYUNLARIN PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE GÖRSEL REKLAM KAMPANYALARI VE SOSYAL MEDYA STRATEJİLERİ: LEAGUE OF LEGENDS VE FORTNİTE ÖRNEK OLAYLARI.....	49
Cansu BOYACI	
4. BÖLÜM	
ARAYÜZÜN ÖTESİNDE: DİJİTAL OYUNLARDA ÇEVRESEL GÖRSEL GERİ BİLDİRİM	59
Elif ATEŞ	
5. BÖLÜM	
DİJİTAL OYUNLARDA TÜKETİM VE HİPERGERÇEKLİK: COUNTER-STRIKE ÖRNEĞİ	79
Elif Nur SARAÇ	

6. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARDA SÖYLEMİ TASARLAMAK:

THE WITCHER 3’TE CALEB MENGE’NİNİNFAZ SAHNESİ 87

Dr. Öğr. Üyesi Engin Deniz ERBAŞ

7. BÖLÜM

OYUNDA KALMAK OYUNDAN AYRILMAK: DİJİTAL

OYUNLARDA GÖRSEL TASARIM, OYUNCU KATILIMI VE DİJİTAL
DETOKS..... 107

Dr. Funda SÖNMEZ-ÖĞÜTLE

8. BÖLÜM

Kullanılabilirlikten Oynanabilirliğe: Kullanıcı ve Oyuncu Deneyimlerinin
Kavramsal Haritası 117

Öğr. Gör. Kemal ŞAHİN

9. BÖLÜM

DİJİTAL OYUN TANITIM AFİŞLERİNDE SİNEMATİK TASARIM

YAKLAŞIMLARI 135

Öğr. Gör. Sedef SARAÇ

10. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARDA TARİHSEL TEMSİLİN MEKÂNSAL VE

KÜLTÜREL ANALİZİ: ASSASSIN’S CREED: REVELATIONS

ÖRNEĞİNDE 16. YÜZYIL İSTANBUL’U 161

Öğr. Gör. Soner SAN & Doç. Dr. Selin SÜAR

ÖNSÖZ

Dijital medya ve iletişim teknolojilerinin hızla evrildiği günümüzde, dijital oyunlar yalnızca birer eğlence aracı olmanın çok ötesine geçerek çağdaş kültürün, görsel iletişimin ve etkileşimli tasarımın merkezinde yer alan disiplinler arası bir alana dönüşmüştür. Görsel anlatıların, kullanıcı deneyimlerinin, pazarlama stratejilerinin ve toplumsal söylemlerin harmanlandığı oyun evrenleri; grafik tasarımdan göstergebilime, sosyolojiden mekânsal analize kadar geniş bir akademik yelpazede incelenmeyi zorunlu kılmaktadır.

Görsel İletişim Tasarımında Dijital Oyun Çalışmaları başlıklı bu çalışma, dijital oyunları disiplinler arası bir perspektifle ele alarak alana nitelikli bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Kitap kapsamında yer alan on bölüm; uçuş simülasyonlarından bağımsız Türk oyun geliştiricilerinin rolüne, Resident Evil Village üzerinden canavarsı-dişillik temsilinden League of Legends ve Fortnite örneklerinde görsel pazarlama stratejilerine kadar zengin bir teorik ve pratik alan sunmaktadır.

Bunun yanı sıra, oyun içi çevresel görsel geri bildirimler, Counter-Strike üzerinden tüketim ve hipergerçeklik olgusu, The Witcher 3 yapımındaki söylem tasarımı, görsel tasarımın oyuncu bağlılığı ve dijital detoks süreçlerindeki etkisi incelenmiştir. Kullanılabilirlikten oynanabilirliğe uzanan kullanıcı/oyuncu deneyimi kavramsallaştırmaları, sinematik afiş tasarımları ve Assassin's Creed: Revelations örneğinde 16. yüzyıl İstanbul'unun mekânsal ve kültürel temsili gibi odak noktalarıyla eser, dijital oyun literatürüne bütüncül bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Bu eserin hayata geçirilmesinde kıymetli araştırmalarıyla katkı sağlayan tüm bölüm yazarlarımıza, editoryal süreçte emeği geçen akademisyen dostlarımıza ve kitabın titizlikle yayına hazırlanmasını sağlayan Artikel Akademi çalışanlarına sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hazırlanan bu derlemenin; görsel iletişim tasarımı, dijital medya, oyun tasarımı ve iletişim bilimleri alanında çalışan akademisyenlere, araştırmacılara ve sektöre ilgi duyan tüm okurlara ilham vermesini ve faydalı olmasını temenni ediyorum.

Editör:

Dr. Öğr. Üyesi Burak DERVİŞOĞLU

1. BÖLÜM

UÇUŞ SİMÜLASYONUNDAN MARKET İŞLETMECİLİĞİNE: SİMÜLASYON OYUNLARININ DEĞİŞEN ANLAMI VE TÜRK BAĞIMSIZ GELİŞTİRİCİLERİN ROLÜ^{1*}

Arş. Gör. Abdullah Raşid GÜN

İstanbul Topkapı Üniversitesi

Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

abdullahrasidgun@topkapi.edu.tr

<https://orcid.org/0009-0009-8871-9979>

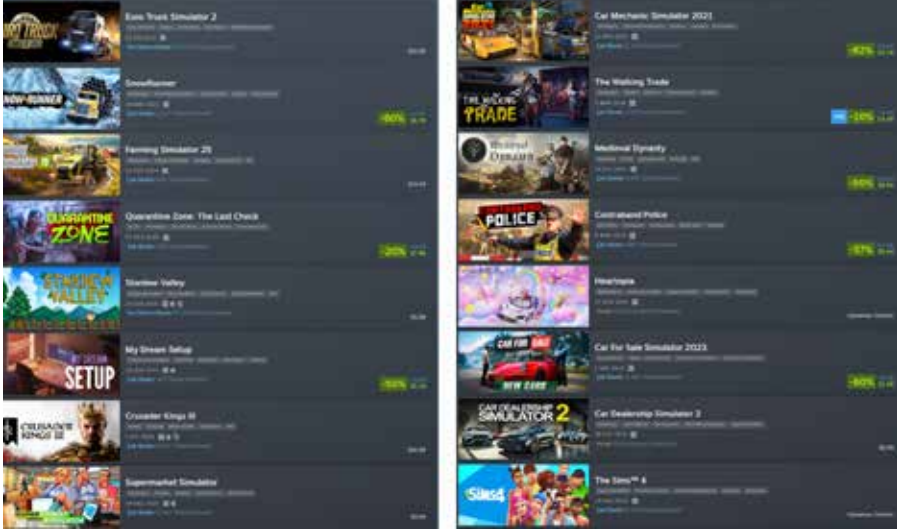
GİRİŞ

Dijital oyun pazarında “simülasyon” kavramı, oldukça farklı tasarım mantıklarını ve oyuncu deneyimlerini aynı başlık altında toplayan geniş bir kategoriye dönüşmüştür. Bu durum, Steam’in genel simülasyon kategorisinin alt bölümlerinden biri olan “Yaşam ve Sürükleyici Simülasyonlar” kategorisinde dahi açık biçimde gözlemlenebilmektedir. Çalışma kapsamında alınan Mart 2026 tarihli Steam ekran görüntüsünde (Şekil 1.) Euro Truck Simulator 2, Farming Simulator, SnowRunner, Stardew Valley, Crusader Kings III, Car Mechanic Simulator 2021 ve Supermarket Simulator gibi gerçeklikle kurdukları ilişki, temel oyuncu eylemleri ve başarı ölçütleri bakımından belirgin biçimde ayrılan oyunlar aynı liste içerisinde yer almaktadır (Valve Corporation, 2026). Bu heterojenlik, yalnızca mağazanın en geniş simülasyon başlığına değil, yaşam ve sürükleyicilik ekseninde daraltılmış bir alt kategoriye bakıldığında dahi

1 * Bu kitap bölümü, 10–12 Mart 2026 tarihlerinde İstanbul Okan Üniversitesi’nce düzenlenen Manifest’ou 2. Uluslararası Sanat ve Tasarım Sempozyumu’nda “Digital Aestheticization of Everyday Labor: The Rise of Simulation Games” başlığıyla sözlü özet bildiri olarak sunulan, basılı yayımlanmamış çalışmanın genişletilmiş, güncellenmiş ve yeniden yapılandırılmış halidir.

ortak ve sınırları belirgin bir simülasyon oyunu tanımına ulaşmanın güçlüğüne göstermektedir. Daha geniş simülasyon kategorileri ve kullanıcı etiketleri hesaba katıldığında ise kavramsal çeşitliliğin daha da belirginleşmesi beklenebilir. Bununla birlikte Steam’ın sunduğu kategorilerin akademik bir taksonomi değil, oyunların keşfedilmesini ve pazarlanmasını kolaylaştıran ticari sınıflandırmalar olduğu unutulmamalıdır. Nitekim Apperley (2006), piyasa merkezli oyun türü kategorilerinin oyunların etkileşimsel ve yapısal niteliklerini açıklamakta yetersiz kalabileceğini ve görünüşte kesin olan tür sınırlarının ayrıntılı incelemede bulanıklaştığını belirtmektedir.

Simülasyon oyunları etrafındaki bu belirsizlik, “simülasyon”, “simülator” ve “simülasyon oyunu” kavramlarının gündelik ve sektörel kullanımda zaman zaman birbirinin yerine geçirilmesiyle daha da karmaşık hale gelmektedir. Narayanasamy, Wong, Fung ve Rai (2006), oyun ve simülasyon teknolojileri arasındaki yaklaşmanın simülatorler ile simülasyon oyunlarının ayırımında kavramsal bir karışıklık yarattığını; bu uygulamaların amaçları ve gözlemlenebilir tasarım özellikleri üzerinden birbirlerinden ayrılabilmesini savunmaktadır. Benzer şekilde Sauv  , Renaud ve Kaufman (2010), oyun, simülasyon ve simülasyon oyunu kavramlarının literatürde her zaman tutarlı biçimde tanımlanmadığını ve farklı niteliklere sahip uygulamaların aynı kavramsal çatı altında değerlendirilmesinin araştırma sonuçlarını belirsizleştirebildiğini ortaya koymaktadır. Bu   alışma, bilimsel modelleme uygulamalarını, profesyonel eğitim simülatorlerini ve temel amacı eğlencenin ötesinde eğitimsel ya da kurumsal çıktı üretmek olan ciddi oyunları doğrudan inceleme kapsamına almamaktadır. Bunun yerine, gerçek veya olası sistemleri, rolleri, meslekleri ve eylemleri oyun kuralları ve oyuncu hedefleriyle birleştiren ticari dijital oyunlara odaklanmaktadır. Böylece simülasyonun en geniş anlamından ba  lanarak simülasyon oyunlarına, bunların farklı yönelimlerine ve nihayet i  /ticaret simülasyonlarına doğru daralan analitik bir kapsam izlenmektedir.



Şekil 1. Steam'in “Yaşam ve Sürükleyici” kategorisinde farklı tasarım yönelimlerine sahip oyunların birlikte sunulması. (Kaynak: Valve Corporation, ekran görüntüsü yazar tarafından 09.03.2026 tarihinde alınmıştır.)

Güncel sınıflandırma sorununu yalnızca mevcut mağaza kategorileri üzerinden açıklamak, kavramın bugünkü genişliğinin nasıl oluştuğunu anlamak için yeterli değildir. Simülasyon oyunlarının farklı dönemlerde oyunculara ne vaat ettiği, başarının nasıl ölçüldüğü ve gerçeklik ile oyunlaştırma arasındaki denge nasıl kurulduğu tarihsel süreç içinde değişmiştir. Dijital simülasyonların ve simülasyon oyunlarının geçmişi 1982 yılından önceye uzanmakla birlikte bu çalışma, tarihsel inceleme için somut ve yaygın biçimde tanınan bir başlangıç noktası olarak *Microsoft Flight Simulator* serisini kullanmaktadır. Bu tercih, oyunun türün ilk örneği olduğu iddiasına değil, 1982’de yayımlanan *Microsoft Flight Simulator 1.0* ile başlayan ve yeni sürümlerle günümüze kadar devam eden sürekliliğine dayanmaktadır (Microsoft Flight Simulator Team, 2022). Seri, simülasyon oyunlarının teknik doğruluk, prosedürel öğrenme, kontrol ve ustalıkla ilişkilendirilen klasik anlayışını okuyucu açısından somutlaştırabilecek belirgin bir tarihsel referans sunmaktadır. Ancak tarihsel incelemenin amacı erken dönem oyunların satış performanslarını güncel yapımlarla karşılaştırmak değil; farklı dönemlerde simülasyon oyunlarının hangi rolleri ve sistemleri deneyimleme olanağı sunduğunu, oyuncudan ne tür beceriler beklediğini ve hazzı hangi eylemler üzerinden ürettiğini değerlendirmektir.

Bu doğrultuda çalışma, simülasyon oyunlarının değişen anlamlarını kla-

sık simülasyonlar, parodi simülasyonları, tatmin simülasyonları ve iş/ticaret simülasyonları olarak adlandırılan dört kronolojik-tematik yönelim üzerinden okumaktadır. Bu yönelimler, birbirini kesin tarihlerde sona erdiren ve yerini bütünüyle bir sonraki döneme bırakan kapalı kategoriler olarak düşünülmemektedir. Klasik ve teknik simülasyonlar günümüzde de üretimlerini, oyuncu topluluklarını ve ekonomik varlıklarını sürdürürken; parodi, tatmin ve iş/ticaret odaklı oyunlar simülasyon kavramına farklı oyuncu beklentileri ve tasarım öncelikleri eklemiştir. Dolayısıyla burada evrensel ve değişmez bir tür sınıflandırması önermekten çok, belirli tasarım eğilimlerinin farklı dönemlerde nasıl belirginleştiğini ve sonraki oyunlara hangi unsurları aktardığını açıklayan kronolojik-tematik bir okuma çerçevesi geliştirilmektedir. Tür kategorilerinin tarihsel olarak değişebilen, birbirleriyle örtüşebilen ve farklı tasarım özellikleri üzerinden yeniden yorumlanabilen yapısı da bu yaklaşımın kesin sınırlar yerine karşılaştırmalı eğilimlere dayanmasını gerektirmektedir (Apperley, 2006).

Çalışmanın temel amacı, simülasyon oyunu kavramındaki anlam genişlemesini tarihsel bağlamı içerisinde inceleyerek günümüzde ortaya çıkan sınıflandırma problemini daha anlaşılır hale getirmektir. Bu kapsamda farklı dönemlerde öne çıkan simülasyon anlayışları ve oyuncu deneyimleri ele alınacak; özellikle parodi ve tatmin yönelimleriyle birlikte gerçek hayatta sıradan, tekrarlı veya angarya kabul edilebilecek eylemlerin nasıl haz verici oyun döngülerine dönüştüğü tartışılacaktır. Ardından önceki yönelimlerin rol deneyimleme, düşük ciddiyet, tekrar, görünür ilerleme ve ekonomik büyüme gibi unsurlarını bir araya getiren iş/ticaret simülasyonlarının Steam merkezli bağımsız PC oyun pazarında nasıl dikkat çekici bir eğilim haline geldiği değerlendirilecektir. Steam, güncel oyunlara ilişkin mağaza, kullanıcı değerlendirmesi ve eş zamanlı oyuncu verilerine erişim sağlaması nedeniyle çalışmanın temel platformu olarak kullanılacak; Türkiye’deki bağımsız geliştiricilerin bu eğilim içindeki konumu ise seçilmiş oyunlar ve sektör verileri üzerinden incelenecektir. Türkiye’de özellikle Steam ve benzeri PC platformlarına üretim yapan küçük bağımsız ekiplerin son yıllarda daha görünür hale gelmesi, bu yerel incelemeyi çalışmanın genel tartışması açısından anlamlı kılmaktadır (Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2025, 2026). Çalışmanın oyun, platform ve sektör verilerine ilişkin zaman sınırı 30 Haziran 2026 olarak belirlenmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE, KAPSAM VE YÖNTEM

Simülasyon, en geniş anlamıyla bir sistemin, sürecin veya davranış örüntüsünün başka bir sistem aracılığıyla modellenmesine dayanmaktadır. Bununla birlikte simülasyonu yalnızca bir nesnenin görsel olarak gerçeğe benzetilmesi biçiminde anlamak yeterli değildir. Frasca'ya (2003) göre simülasyonu sıradan temsilden ayıran temel özellik, kaynak sistemin yalnızca görünüşünün değil, belirli davranışlarının ve bu davranışlar arasındaki ilişkilerin de modellenmesidir. Simüle edilen sistem, kullanıcının girdilerine önceden tanımlanmış kurallar doğrultusunda tepki vermekte ve farklı etkileşimlerin farklı sonuçlara ulaşmasına imkan tanımaktadır. Benzer şekilde Sauv , Renaud, Kaufman ve Marquis (2007), simülasyonların kullanıcıların kararlarıyla gelişebilen, gerçek veya varsayımsal bir sisteme ait temel ilişkileri temsil eden dinamik yapılar olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda simülasyonun belirleyici niteliği yalnızca görsel benzerlik veya teknik doğruluk değil, temsil edilen sistemin işleyişine ait bazı ilişkileri etkileşimli biçimde yeniden üretmesidir.

Bu çalışmada simülasyon oyunları, gerçek ya da varsayımsal sistemleri, süreçleri, rolleri veya eylemleri belirli ölçülerde modelleyen ve bu modellemeyi oyun kuralları, hedefler, geri bildirimler, oyuncu tercihleri ve ilerleme yapılarıyla birleştiren dijital oyunlar olarak ele alınmaktadır. Bu çalışma tanımı, literatürdeki farklı simülasyon ve oyun tanımlarının birebir aktarımı değil, Frasca'nın (2003) davranış modelleme yaklaşımı ile Sauv  ve arkadaşlarının (2007, 2010) oyun, simülasyon ve simülasyon oyunu ayrımlarından oluşturulan bir sentezdir. Buna göre bir oyunun simülasyon oyunu olarak değerlendirilmesi için gerçek dünyanın tüm ayrıntılarını veya fiziksel koşullarını eksiksiz biçimde yeniden üretmesi gerekmemektedir. Oyunun temel oyuncu deneyiminin tanınabilir bir sistem, süreç, rol veya eylem üzerinde işlem yapmaya dayanması yeterlidir. Buna karşılık ekonomik yönetim, fizik sistemi veya karakter ihtiyaçları gibi simülasyon unsurlarını yalnızca ikincil bir mekanik olarak kullanan her oyun doğrudan simülasyon oyunu sayılmamaktadır. Belirleyici olan, simüle edilen rolün veya sistemin oyunun temel deneyimini ve oyuncuya sunduğu ana fanteziyi oluşturmastır.

Bu yaklaşım, simülasyon oyunlarında gerçekliğin yalnızca yüksek doğruluk ve görsel gerçekçilik üzerinden değerlendirilmesini de sorgulamaktadır. Simülasyon literatüründe kullanılan fidelity kavramı, bir modelin gerçek dünyadaki referansı ile kurduğu benzerliği ifade etmekle birlikte bu benzerlik tek boyutlu değildir. Fiziksel veya görsel doğruluğun yanı sıra sistemin işlevleri, kullanıcının gerçekleştirdiği işlemler, alınan kararlar ve bu kararların sonuçları da temsilin niteliğini belirlemektedir. Ayrıca yüksek gerçekçilik her durumda

daha etkili veya daha anlamlı bir deneyim üretmemektedir; gerekli doğruluk düzeyi uygulamanın amacı, kullanım bağlamı ve kullanıcıdan beklenen eylemler doğrultusunda değişmektedir (Ye et al., 2020). Bu nedenle çalışmada simülasyon oyunlarının değerlendirilmesinde mutlak gerçekçilikten çok işlevsel temsil ve tanınabilirlik kavramları öne çıkarılmaktadır. İşlevsel temsil, gerçek bir sistemin oyuncunun deneyimi açısından anlamlı ilişkilerinin oyun içerisinde korunmasını; tanınabilirlik ise oyuncunun temsil edilen rolü, işi veya süreci gündelik ve kültürel bilgisi aracılığıyla kavrayabilmesini ifade etmektedir. Bir market işletme oyununun gerçek hayattaki vergi, muhasebe, tedarik ve çalışma mevzuatını bütünüyle simüle etmemesi, raf yerleştirme, fiyat belirleme, stok yönetme ve müşteriye hizmet verme ilişkilerini tanınabilir bir oyun döngüsüne dönüştürdüğü sürece onun simülasyon niteliğini ortadan kaldırmamaktadır.

Simülasyon oyunları ile profesyonel simülatörler arasındaki ayırım da yalnızca kullanılan teknolojinin gelişmişliği veya temsilin gerçekçilik düzeyi üzerinden kurulamaz. Narayanasamy, Wong, Fung ve Rai (2006), oyun teknolojileri ile simülasyon teknolojilerinin giderek yakınlaşmasının iki alan arasındaki sınırları bulanıklaştırdığını ve ayırımın gözlemlenebilir tasarım özellikleri, amaç ve kullanım biçimi üzerinden ele alınması gerektiğini savunmaktadır. Profesyonel simülatörlerde baskın amaç çoğunlukla belirli bir prosedürün uygulanması, becerinin ölçülmesi, eğitim, test veya gerçek dünyadaki görevlere hazırlıktır. Simülasyon oyunlarında ise temsil edilen sistem, oyuncuya haz, keşif, rekabet, ilerleme veya ustalık deneyimi sunan oyun yapısının parçasıdır. Bununla birlikte bu iki alan arasında keskin ve geçirimsiz bir sınır bulunmamaktadır. Microsoft Flight Simulator ve iRacing gibi yapımlar, tüketiciye yönelik simülasyon oyunlarının profesyonel simülatörlere en fazla yaklaştığı örnekler arasında değerlendirilebilir. Her iki yapım da gelişmiş fiziksel modelleme, gerçek dünyadan elde edilen veriler ve ayrıntılı prosedürler kullanmakta; ancak bunları kariyer, keşif, rekabet, puanlama, lisans ve şampiyona gibi oyuncu odaklı yapılarla birleştirmektedir. Dolayısıyla ayırım, yazılımın ne kadar gerçekçi olduğundan çok, baskın tasarım amacı ve kullanım bağlamı üzerinden yapılmaktadır.

Ciddi oyunlar da simülasyon oyunları ile bazı mekanik, teknolojik ve görsel özellikleri paylaşabilmekle birlikte bu çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Zyda (2005), ciddi oyunları eğlence amacı taşıyan oyun yapılarının eğitim, sağlık, kamu politikası, kurumsal iletişim veya mesleki hazırlık gibi amaçlarla birleştirildiği uygulamalar olarak ele almaktadır. Daha yakın tarihli sınıflandırma çalışmaları da ciddi oyunların belirli bir görsel tarz veya oyun mekaniğinden çok, eğlencenin ötesine uzanan amaçlarıyla tanımlanması gerektiğini göstermektedir (Alvarez et al., 2022). Ticari bir simülasyon oyunu

eğitimsel bilgiler sunabilir veya profesyonel bir bağlamda sonradan kullanılabilir; ancak bu durum onu otomatik olarak ciddi oyun haline getirmemektedir. Burada ürünün özgün tasarım amacı ile sonradan kazandığı kullanım biçimi arasında ayırım yapılmalıdır. Ciddi oyunlar kendilerine özgü eğitim, öğrenme çıktısı, davranış değişikliği ve değerlendirme tartışmalarına sahip ayrı bir literatür oluşturduğundan, bu çalışmada yalnızca kavramsal sınırın açıklanması amacıyla ele alınmaktadır.

Bu kavramsal ayırlardan hareketle çalışma, geniş simülasyon kavramından güncel iş/ticaret simülasyonlarına doğru daralan bir inceleme yaklaşımı benimsemektedir. Huninin en geniş bölümünde bilimsel, teknik ve dijital simülasyonlar bulunurken, bunu profesyonel simülatörler ve simülasyon oyunları arasındaki ayırım izlemektedir. Simülasyon oyunları içerisinde sistem, rol ve eylem temelli farklı yönelimler bulunmakta; çalışmanın kapsamı buradan eylem/meslek odaklı simülasyonlara ve son olarak iş/ticaret simülasyonlarına doğru daralmaktadır. PowerWash Simulator, House Flipper veya Car Mechanic Simulator gibi yapımlar, belirli bir eylemin veya mesleki rolün icrasını merkeze alırken ticari büyüme her zaman temel amaç olmayabilir. İş/ticaret simülasyonlarında ise işin uygulanmasının yanı sıra gelir elde etme, stok veya kaynak yönetimi, ekipman geliştirme, yeni faaliyet alanları açma ve işletmeyi büyütme gibi ekonomik ilerleme sistemleri ana oyun döngüsünün merkezine yerleşmektedir. Bu huni, bütün simülasyon oyunlarının ontolojik olarak birbirinin alt kümesi olduğunu öne süren kesin bir taksonomi değil, çalışmanın kapsamını ve analitik odağını açıklayan bir daraltma yaklaşımıdır.

Çalışma yöntemsel olarak tarihsel ve kavramsal literatür incelemesini, tarihsel tür analizini ve güncel sektör verilerinin betimsel değerlendirmesini bir araya getirmektedir. İncelenen oyunlar, ilgili dönemde üretilmiş bütün simülasyon oyunlarını temsil eden istatistiksel bir örneklem olarak değil, belirli tasarım yönelimlerini görünür kılan bilgi açısından zengin örnekler olarak amaçlı örnekleme yoluyla seçilmektedir. Amaçlı örnekleme, sınırlı bir örneklem içerisinden araştırma problemi açısından açıklayıcı ve bilgi bakımından güçlü vakaların seçilmesine dayanır (Palinkas et al., 2015). Bu doğrultuda oyunların ilgili yönelimi belirgin biçimde temsil etmesi, yeni veya etkili bir tasarım mantığı sunması, sonraki yapımlarla ilişkilendirilebilmesi, kültürel ya da sektörel görünürlük kazanması ve güvenilir kaynaklarla tartışılabilir olması temel seçim ölçütlerini oluşturmaktadır. Oyunlar gerçeklikle kurdukları ilişki, oyuncunun gerçekleştirdiği temel eylemler, başarı ve başarısızlık koşulları, haz ve motivasyon kaynakları, tekrar ve ilerleme yapıları, ekonomik sistemlerin konumu ve mekanik erişilebilirlikleri üzerinden karşılaştırılacaktır.

Güncel oyunların etkisi değerlendirilirken Steam mağaza verileri, SteamDB kayıtları, geliştirici ve yayıncı açıklamaları ile sektörel raporlardan yararlanılacaktır. Bununla birlikte çalışma, oyunların kesin satış veya gelir rakamlarını hesaplamayı amaçlayan nicel bir pazar araştırması değildir. Farklı kaynakların tahminleri arasında belirgin farklılıklar bulunduğu durumlarda veriler kesin değerler olarak sunulmayacak; satış ölçeğini, oyuncu ilgisini, sürekliliği ve sektörel görünürlüğü gösteren destekleyici göstergeler olarak yorumlanacaktır. Bir yapımın tam olarak kaç milyon kopya sattığından çok, küçük bir ekip tarafından geliştirilen oyunun geniş bir oyuncu kitlesine erişmesi, benzer projeleri teşvik etmesi, yayıncıların ilgisini çekmesi ve belirli bir tasarım formülünü görünür hale getirmesi önem taşımaktadır. İnceleme kapsamındaki oyunlar ve sektörel gelişmeler Haziran 2026 sonu itibarıyla sınırlandırılmıştır.

2. SİMÜLASYON OYUNLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Simülasyon oyunlarının günümüzde ulaştığı kavramsal çeşitlilik, tek bir doğrusal gelişim çizgisinden çok, farklı dönemlerde belirginleşen ve birbirleriyle etkileşim halinde varlığını sürdüren tasarım yönelimlerinin sonucudur. Bu çalışmada söz konusu tarihsel gelişim; ustalık ve sistem kontrolünü merkeze alan klasik simülasyonlardan başlayarak parodi, tatmin ve iş/ticaret simülasyonlarına uzanan dört kronolojik-tematik yönelim üzerinden ele alınmaktadır. Şekil 2’de gösterilen bu yaklaşım, söz konusu yönelimleri birbirini kesin biçimde sona erdiren dönemler olarak değil, simülasyon kavramının zaman içerisinde genişlemesini ve araştırmanın iş/ticaret simülasyonlarına doğru daralan odağını açıklayan bir okuma çerçevesi olarak sunmaktadır.



Şekil 2. Simülasyon kavramından iş/ticaret simülasyonlarına doğru kavramsal kapsamın daralması ve çalışmada ele alınan kronolojik-tematik yönelimler.

2.1. Klasik Simülasyon Anlayışı: Uсталık, Kontrol ve Sistem Yönetimi

Dijital simülasyonların geçmişi, askerî ve bilimsel amaçlarla geliştirilen erken bilgisayar sistemlerine kadar uzansa da bu çalışmada klasik simülasyon anlayışının somut başlangıç noktası olarak 1982 tarihli Microsoft Flight Si-

mulator kabul edilmektedir. Bu tercih, oyunun ilk dijital simülasyon olduğu iddiasına değil; gerçek dünyada erişilmesi zor, maliyetli ve yüksek düzeyde uzmanlık gerektiren bir faaliyeti kişisel bilgisayar kullanıcısına sunarak simülasyon oyunlarının temel vaadini belirginleştirmesine dayanmaktadır. Kırk yılı aşan sürekliliğiyle seri; uçuş prosedürlerini, araç kontrolünü, çevresel koşulları ve teknik sistemleri giderek daha ayrıntılı biçimde modelleyerek klasik simülasyon anlayışının en tanınabilir örneklerinden biri haline gelmiştir (Microsoft Flight Simulator Team, 2022).

Bu anlayışta oyuncu hazzının merkezinde öncelikle ustalık, ardından kontrol bulunmaktadır. Oyuncu başlangıçta karmaşık ve yabancı görünen bir sistemi öğrenmekte, hatalarının sonuçlarını gözlemlemekte ve tekrar yoluyla daha yetkin hale gelmektedir. Dolayısıyla haz, yalnızca temsil edilen uçağı, aracı veya sistemi görmekten değil, onu giderek daha doğru ve etkili biçimde kullanabilmekten doğmaktadır. Ryan, Rigby ve Przybylski'nin (2006) çalışması, oyun içinde hissedilen yeterli ve özerkliğin oyuncu hazzı ve oyuna devam etme isteğiyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Klimmt, Hartmann ve Frey (2007) ise oyuncunun eylemlerinin oyun dünyasında gözlemlenebilir sonuçlar üretmesi anlamına gelen etki hissinin, oyun hazzının önemli kaynaklarından biri olduğunu ortaya koymaktadır. Klasik simülasyonlar bu iki unsuru doğrudan birleştirir: oyuncuya başlangıçta sahip olmadığı bir beceriyi öğrenme ve normal yaşamında doğrudan kontrol edemeyeceği karmaşık bir sistem üzerinde hakimiyet kurma deneyimi sunar.

Klasik simülasyon anlayışı yalnızca araçların doğrudan kontrol edilmesiyle sınırlı kalmamış, 1980'lerin sonlarından itibaren şehirlerin, kurumların ve ekonomik sistemlerin yönetimine doğru genişlemiştir. Bu hattın temel örneklerinden biri olan SimCity (1989), oyuncuyu belirli bir karakterin yerine değil, birbiriyle ilişkili altyapı, nüfus, ekonomi, ulaşım ve arazi kullanımı sistemlerinin üzerine yerleştirmiştir. Oyuncunun görevi tek bir doğru çözümü uygulamak yerine, aldığı kararların şehir üzerindeki kısa ve uzun vadeli sonuçlarını gözlemlemek ve ortaya çıkan sorunlara yeni düzenlemelerle karşılık vermektir. Böylece klasik simülasyondaki ustalık, yalnızca bir kontrol aygıtını doğru kullanmaktan çıkarak neden-sonuç ilişkilerini okuma, kaynakları dengeleme ve karmaşık bir sistemi sürdürülebilir biçimde yönetme becerisine dönüşmüştür. SimCity'nin açık uçlu yapısı, simülasyon oyunlarının kesin bir zafer koşulu bulunmadan da oyuncuya uzun süreli amaçlar ve anlamlı geri bildirimler sunabileceğini göstermiştir (Electronic Arts, t.y.; Wright, 2011).

Bu sistemik yaklaşım, 1990'larda tycoon oyunları ile daha açık bir ekonomik çerçeve kazanmıştır. Railroad Tycoon, ulaşım ağları kurmayı; tren, rota,

yük ve finans yönetimiyle birleştirerek daha sonra yaygınlaşacak tycoon formülünün önemli referanslarından biri olmuştur. Oyuncu burada yalnızca çalışan bir sistem kurmamakta, aynı zamanda yatırım yapmakta, rekabet etmekte ve işletmesini büyütmektedir. Ardından RollerCoaster Tycoon ve Zoo Tycoon gibi oyunlar benzer yönetim mantığını tema parkı ve hayvanat bahçesi gibi daha somut ve erişilebilir temalara taşımıştır. Bu oyunların sunduğu haz, ekonomik optimizasyon ile yaratıcı inşayı aynı döngü içerisinde birleştirmelerinden kaynaklanmaktadır: oyuncu bir yandan bütçe, personel ve ziyaretçi ihtiyaçlarını yönetirken diğer yandan kendi mekanını kurmakta ve zaman içindeki gelişimini gözlemlemektedir. Böylece ustalık, yalnızca teknik doğruluğa değil; giderek büyüyen ve oyuncunun kararlarını görünür hale getiren bir sistemin kontrolüne bağlanmıştır. Railroad Tycoon ile belirginleşen bu yaklaşım, sonraki tycoon ve işletme simülasyonları için temel bir tasarım mirası oluşturmıştır.

The Sims (2000) ise klasik simülasyon anlayışının gündelik yaşama nasıl uygulanabileceğini göstermiştir. Oyunda yemek yeme, uyuma, temizlik, çalışma, alışveriş ve sosyalleşme gibi sıradan eylemler; ihtiyaçlar, zaman yönetimi, ilişkiler ve maddi gelişim üzerinden birbirine bağlanmıştır. Burada amaç gerçek insan yaşamını eksiksiz biçimde yeniden üretmek değil, gündelik hayatın tanınabilir unsurlarını oyuncunun müdahale edebildiği eğlenceli ve açık uçlu bir sisteme dönüştürmektir. Bu nedenle The Sims, doğrudan güncel iş/ticaret simülasyonlarının öncüsü olarak değil, sıradan hayat pratiklerinin simülasyon oyunlarında merkezî ve eğlenceli bir deneyime dönüşebileceğini gösteren önemli bir örnek olarak değerlendirilmelidir (Electronic Arts, t.y.).

Klasik simülasyon anlayışı sonraki yönelimlerin ortaya çıkmasıyla ortadan kalkmamıştır. Euro Truck Simulator 2, erişilebilirlik ile gerçekçilik arasında denge kurarak sürüş, teslimat ve ekonomik gelişimi birleştirirken; iRacing ayrıntılı fizik modellemesi, lisanslı araçlar ve rekabetçi organizasyon yapısıyla tüketiciye yönelik yarış simülasyonlarının profesyonel simülatörlere yaklaştığı uçlardan birini temsil etmektedir. Her iki örnekte de temel oyuncu vaadi hala öğrenme, tekrar, yetkinleşme ve kontrol üzerine kuruludur.

Bununla birlikte simülasyon oyunları uzun süre teknik ciddiyet, sistem bilgisi ve ustalıkla ilişkilendirilirken, 2010'ların başında bu beklentileri bilinçli biçimde tersine çeviren yeni bir yönelim görünür hale gelecektir. Klasik simülasyonun hassas kontrolü ve işlevsel doğruluğu, kısa süre sonra başarısızlığın, kontrolsüzlüğün ve absürtlüğün haz kaynağı haline geldiği; Goat Simulator gibi oyunların simgeselleştirdiği yeni bir yan kol tarafından kasıtlı biçimde bozulacaktır.

2.2. Parodi Simülasyonları: Ustalığın Bozulması ve Başarısızlığın Gösteriye Dönüşmesi

Klasik simülasyonlarda oyuncu hazzı, karmaşık bir sistemi öğrenmek, giderek ustalaşmak ve kontrol kurmak üzerinden şekillenirken 2010'ların başında bu beklentiyi bilinçli biçimde tersine çeviren yeni bir yönelim belirginleşmiştir. Bu çalışmada parodi simülasyonları olarak adlandırılan bu oyunlar, simüle ettiklerini ileri sürdükleri meslek, canlı veya eylemleri gerçeğe uygun biçimde aktarmak yerine klasik simülasyonların doğruluk, ciddiyet ve yetkinlik iddialarıyla oynamaktadır. Bu nedenle parodinin hedefi yalnızca temsil edilen konu değil, aynı zamanda “simülatör” sözcüğünün oyuncuda yarattığı beklentidir. Gerçekçilik vaadi sürdürülüyormuş gibi yapılırken kontrol sistemleri, fizik kuralları ve amaçlar kasıtlı olarak absürt hale getirilir. Böylece klasik simülasyonun temelinde bulunan ustalık ortadan kalkmamakta; ancak oyuncunun yeterliliğini kanıtlayan bir hedef olmaktan çıkarak başarısızlıkla komedi arasındaki gerilimin parçasına dönüşmektedir.

Bu kırılmanın ilk belirgin örneklerinden biri, 2013 yılında bir oyun geliştirme etkinliğinde (game jam) ortaya çıkan Surgeon Simulator olmuştur. Oyun, yüksek uzmanlık ve hassasiyet gerektiren cerrahlik mesleğini simüle ediyormuş gibi görünmesine rağmen oyuncunun el ve parmak hareketlerini ayrı ayrı yönetmesini gerektiren kasıtlı olarak hantal bir kontrol sistemi kullanmaktadır. Bossa Studios geliştiricileri, kontrol düzeni oluşturulduktan sonra oyunun eğlenceli yanının gerçekçi ameliyatlardan değil, oyuncunun basit araçları dahi kullanmakta zorlanmasından doğduğunu belirtmiştir. Testereyi düşürmek, yanlış organı çıkarmak veya hastanın vücudunda yabancı bir nesne unutmak klasik bir simülasyonda başarısızlık sayılacakken burada oyunun temel komedi üretme biçimidir. Dolayısıyla oyuncunun hedefi hala ameliyatı tamamlamak olsa da deneyimin asıl değeri hedefe kusursuz biçimde ulaşmaktan değil, bu süreçte ortaya çıkan kontrol kaybindan kaynaklanmaktadır.

Surgeon Simulator ile görünürleşen bu yaklaşım, Goat Simulator (2014) ile simülasyon türü içerisinde daha belirgin bir yan kola dönüşmüştür. Coffee Stain Studios tarafından başlangıçta kısa süreli bir şirket içi oyun geliştirme etkinliği ürünü olarak hazırlanan yapım, gerçekçi bir hayvan simülasyonu sunmak yerine oyuncuya fizik kurallarını bozan, çevreyi tahrip eden ve amaçsız görünen bir keçiyi kontrol ettirmektedir. Geliştiriciler, fizik sisteminin ürettiği eğlenceli hataları kaldırmak yerine bunların bir bölümünü oyunun özelliği olarak koruduklarını açıkça belirtmiştir. Oyunun Steam sayfasında dahi yapım “en yeni keçi simülasyonu teknolojisi” gibi abartılı bir söylemle sunulurken, oyunculara paralarını başka bir şeye harcamalarının daha doğru olabileceği söylenmektedir

(How Goat Simulator Really Did Become Our Next Game, t.y.). Böylece parodi yalnızca oyun mekaniklerinde değil, isimlendirme, mağaza açıklaması ve pazarlama iletişiminde de devam ettirilmiştir.

Bu oyunlarda bozuk veya beceriksiz görünen kontrol yapısı, gerçekte tasarımın ihmal edilmiş bir parçası değildir. Surgeon Simulator ve daha sonra I Am Bread gibi Bossa Studios yapımlarında kontroller, oyuncuyu tamamen etkisiz bırakmayacak; fakat sıradan bir eylemi beklenmedik ölçüde zorlaştıracak biçimde tasarlanmıştır. Benzer şekilde Goat Simulator’da bütün teknik hatalar korunmamış, oyunu çalışmaz hale getiren sorunlar düzeltilirken komik ve öngörülemeyen sonuçlar üreten hatalar tasarımın parçasına dönüştürülmüştür. Bu ayrım önemlidir: parodi simülasyonları rastlantısal olarak kötü tasarlanmış oyunlar değil, kontrol kaybını, fiziksel tutarsızlığı ve başarısızlığı oyuncunun yeniden üretebildiği komedi araçları olarak kullanan yapımlardır. Bu yönelim kısa süre içinde ekmek dilimi, kaya, hayvan veya son derece gündelik nesne ve faaliyetleri “simüle ettiğini” iddia eden çok sayıda benzer projenin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Parodi simülasyonlarının yükselişi, YouTube’daki Let’s Play videoları ve daha sonra canlı yayın platformlarının oyun sektöründeki artan rolünden ayrı düşünülemez. Surgeon Simulator’ın ilk prototipi, popüler içerik üreticilerinin videolarıyla geniş bir izleyici kitlesine ulaşmış; oyunun geliştiricileri de videolardaki ani görünürlüğün projeyi ticari bir ürüne dönüştürme kararlarında etkili olduğunu belirtmiştir. Bu oyunların temel mekanikleri izleyici açısından kolayca anlaşılabilir: izleyicinin cerrahi prosedürleri veya fizik motorlarını bilmesine gerek kalmadan oyuncunun başarısızlığını, şaşkınlığını ve tepkilerini takip etmesi mümkündür. Böylece oyun, oynanan bir ürün olmanın yanında kısa, tekrarlanabilir ve paylaşılabılır gösterilerin üretildiği bir içerik aracına dönüşmektedir. Canlı yayın ve video platformlarının özellikle bağımsız ve niş oyunlara görünürlük ve daha uzun bir dolaşım ömrü kazandırabildiği de sektör üzerine yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur (Johnson & Woodcock, 2019).

Parodi simülasyonları klasik simülasyonları ortadan kaldırmamış, ancak türün gerçekçilik ve ciddiyetle kurulmuş bağına kalıcı biçimde gevşetmiştir. “Simülator” adı artık yalnızca teknik doğruluk vaadi değil, gerçekliği ne ölçüde bozacağı merak edilen ironik bir etiket olarak da kullanılabilir hale gelmiştir. Bu yönelim ayrıca küçük ekiplerin kısa geliştirme süreçleri, güçlü bir temel şaka ve yayımlanabilir fiziksel etkileşimler aracılığıyla geniş görünürlük kazanabileceğini göstermiştir. Bununla birlikte parodi simülasyonlarının sunduğu haz ağırlıklı olarak kontrol kaybı, sürpriz ve gösteri değerine dayanmaktadır.

Bir sonraki yönelimde ise gündelik ve tekrarlı eylemler absürt başarısızlıklar üretmek yerine düzen, tamamlanma ve görünür ilerleme duygusu sağlayacak; simülasyon oyunları parodinin açtığı sıradan faaliyet alanını tatmin edici bir deneyime dönüştürmeye başlayacaktır.

2.3. Tatmin Simülasyonları: Tekrar, Düzen ve Görünür Tamamlanma

Parodi simülasyonları, gerçekçilik ve teknik ustalık beklentisini zayıflatarak sıradan, tuhaf veya önemsiz görülebilecek hemen her eylemin bir simülasyon oyununun merkezine yerleştirilebileceğini göstermiştir. Bu çalışmada tatmin simülasyonları olarak adlandırılan sonraki yönelim ise bu genişlemeden yararlanmakla birlikte hazzı kontrol kaybı ve absürt başarısızlık yerine düzen kurma, görünür ilerleme ve tamamlanma üzerinden üretmektedir. Temizlik, boyama, tamir veya yerleştirme gibi gerçek yaşamda yorucu ve angarya sayılabilecek işler; fiziksel çaba, zaman baskısı ve gündelik sonuçlarından arındırılarak açık hedeflere, anlık geri bildirimlere ve kolayca gözlemlenebilen “önce–sonra” dönüşümlerine indirgenmektedir. Burada simüle edilen işin mesleki doğruluğundan çok, eylemin duyusal ve görsel bakımdan tatmin edici bölümleri öne çıkarılmaktadır.

Bu geçişin erken örneklerinden Viscera Cleanup Detail (2015), bilimkurgu oyunlarında genellikle görünmez kalan temizlik işini doğrudan oyuncunun görevi haline getirmiştir. Oyuncu, bir çatışmanın parçalanmış bedenler, kan lekeleri, mermi izleri ve dağılmış nesnelerden oluşan sonuçlarını temizlemektedir. Oyunun karanlık mizahı onu parodi yönelimine yakınlaştırsa da temel oyun döngüsü, dağınık bir mekanın adım adım düzenlenmesine ve yapılan işin çevre üzerinde kalıcı biçimde görünür hale gelmesine dayanır. Böylece başarısızlığın komik gösterisinden çok, karmaşanın ortadan kaldırılması ve çevrenin başlangıçtaki düzenine döndürülmesi önem kazanmaktadır. Viscera Cleanup Detail bu bakımdan parodi simülasyonları ile sonraki tatmin odaklı yapımlar arasında bir geçiş örneği olarak değerlendirilebilir.

House Flipper (2018), bu yaklaşımı temizlikten tadilat ve dekorasyona genişleterek daha okunabilir bir dönüşüm döngüsüne taşımıştır. Oyuncu kirli ve bakımsız mekanları temizlemekte, duvarları boyamakta, hasarlı parçaları yenilemekte ve eşyaları yeniden düzenlemektedir. Her işlem küçük ve tekrarlı olsa da bu eylemler bir araya geldiğinde mekanın bütünüyle dönüşmesini sağlar. Oyuncunun emeği böylece yalnızca puan veya sayısal ilerleme olarak değil,

doğrudan çevrenin görünümünde karşılık bulur. Serinin geliştiricileri de tadilat eylemlerinin sıkıcı hale gelmemesi için işlem süreleri, görsel sonuçlar, isteğe bağlı mini oyunlar ve uzun süre tekrarlandığında rahatsızlık vermeyecek sesler arasında denge kurduklarını belirtmektedir. Bu yaklaşım, tatminin yalnızca görevin bitirilmesinden değil, eylemin her tekrarında üretilen görsel ve işitsel geri bildirimden kaynaklandığını göstermektedir.

Bu yönelimin en belirgin örneklerinden biri olan PowerWash Simulator (2022), tasarımın tamamını tek bir eylemin tatmin edici niteliği etrafında yoğunlaştırmaktadır. Oyuncu farklı yüzeylerdeki kiri basınçlı suyla temizler; temizlenen ve kirli alanlar arasındaki yüksek görsel karşıtlık, ilerlemeyi sürekli olarak görünür kılar. Bir parçanın tamamen temizlenmesiyle verilen belirgin sesli bildirim de uzun görevi küçük ve kolayca algılanabilen tamamlama anlarına böler. FuturLab, yapım sürecinde gerçekçi su davranışı ile tatmin edici etkileşim arasında bilinçli bir denge kurulduğunu ve rahatlama ile tatmin duygusunu azaltabilecek unsurların tasarımdan çıkarıldığını açıklamaktadır. Oyunda katı bir zaman baskısı, yanlış oynama biçimi veya nihai performans puanı bulunmaması da oyuncunun etkinliği kendi temposunda sürdürmesini sağlar.

Bu oyunların gerçek hayattaki angaryaları neden haz verici hale getirebildiği, tekrarın kendi başına eğlenceli olduğu düşüncesiyle açıklanamaz. Gerçek yaşamdaki iş; fiziksel yorgunluk, zorunluluk, belirsiz beklentiler ve sonuçları her zaman görünür olmayan emek süreçleri içerebilir. Tatmin simülasyonları ise görevi sınırları açık, sonuçları öngörülebilir ve geri bildirimleri yoğun bir sisteme dönüştürür. Oyuncu ne yapması gerektiğini bilir, ilerlemesini sürekli gözlemleyebilir ve küçük eylemlerle çevre üzerinde belirgin bir kontrol kurabilir. Oyun araştırmaları, yeterli ve kontrol duygularının oyuncu deneyimini destekleyebildiğini; dijital oyunların stresli deneyimlerin ardından psikolojik uzaklaşma, toparlanma ve olumlu duygulanım sağlayabildiğini göstermektedir (Reinecke, 2009; Tyack, Wyeth ve Johnson, 2020). Bu çalışmalar doğrudan bütün tatmin simülasyonlarının etkisini kanıtlamasa da söz konusu tasarım mantığının neden rahatlatıcı algılanabildiğini açıklayan bir çerçeve sunmaktadır.

PowerWash Simulator özelinde gerçekleştirilen geniş ölçekli doğal ortam araştırması bu ilişkiyi daha doğrudan inceleme imkanı vermiştir. Vuorre ve arkadaşları (2024), 8.695 oyuncuya ait 67.328 oyun oturumunda toplanan oyun içi duygu bildirimlerini analiz etmiş ve benzer oyuncuların yaklaşık yüzde 72'sinin oyun sırasında olumlu bir duygu değişimi yaşamasının beklendiğini hesaplamıştır. Araştırmacılar bu sonucun nedenselliği kanıtlamadığını ve diğer oyunlara genellenemeyeceğini özellikle belirtmektedir. Yine de bulgular, tatmin ve rahatlama amacıyla tasarlanan basit, düşük baskılı ve tekrarlı bir si-

mülasyonun oyuncuların anlık ruh haliyle olumlu bir ilişki kurabildiğini göstermesi bakımından önemlidir.

Tatmin simülasyonlarında ekonomik kazanç, ekipman geliştirme veya yeni görevler açma gibi ilerleme sistemleri bulunabilse de temel ödül çoğunlukla işin tamamlanmasıyla ortaya çıkan düzen ve dönüşüm hissidir. House Flipper ekonomik bir çerçeveyi daha belirgin biçimde kullanırken PowerWash Simulatorda işletme gelişimi, ana temizleme deneyimini destekleyen ikincil bir yapı olarak kalır. Bir sonraki yönelimde ise tatmin edici eylem döngüsü; satın alma, satış, stok yönetimi, sermaye biriktirme ve işletmeyi büyütme gibi ekonomik mekaniklerle daha sıkı biçimde birleşecek ve güncel iş/ticaret simülasyonlarının temel yapısını oluşturacaktır.

2.4. İş/Ticaret Simülasyonları: Eylemden Ekonomik Büyümeye

Tatmin simülasyonları, gündelik işlerin tekrarlı ve görünür biçimde tamamlanan bölümlerini oyunun temel haz kaynağına dönüştürmüştür. Ancak PowerWash Simulator veya House Flipper gibi örneklerde ekonomik ilerleme bulunsa da oyuncunun temel amacı çoğunlukla belirli bir işi tamamlamak ve ortaya çıkan dönüşümü gözlemlemektir. Bu çalışmada iş/ticaret simülasyonları olarak adlandırılan yönelimde ise mesleki eylem, ekonomik yönetim ve işletme büyütme mekanikleri aynı ana döngü içerisinde birleşmektedir. Oyuncu artık yalnızca temizlik yapan, araç tamir eden veya ürün yerleştiren bir çalışan değil; aynı zamanda fiyatları belirleyen, kaynak satın alan, kar elde eden ve işletmenin geleceğine karar veren bir girişimcidir. İş/ticaret simülasyonları bu yönüyle, ekonomik büyümenin ikincil bir ödül değil temel amaç haline gelmesi bakımından eylem/meslek odaklı simülasyonlardan ayrılmaktadır.

Bu yönelimin temel döngüsü genellikle ürün veya kaynak satın alma, işi gerçekleştirme, müşteriye hizmet verme, gelir elde etme ve kazancı işletmeye yeniden yatırma aşamalarından oluşmaktadır. İş/ticaret simülasyonlarının görünür bir eğilime dönüşmesinde karmaşık bir türsel yenilikten çok, kolay anlaşılabilen ve hızla karşılık veren bir oyun döngüsünün etkisi bulunmaktadır. Bu yapı, klasik simülasyonlardan sistem yönetimini ve uzun vadeli gelişimi; parodi simülasyonlarından erişilebilirliği ve düşük ciddiyet düzeyini; tatmin simülasyonlarından ise tekrarlı fiziksel eylemleri ve görünür ilerleme hissini devralmaktadır. Tycoon oyunlarında oyuncu işletmeyi çoğunlukla yukarıdan ve soyut arayüzler üzerinden yönetirken, iş/ticaret simülasyonlarında ekonomik sistem birinci şahıs bakış açısından gerçekleştirilen somut eylemlerle ilişkilen-

dirilmektedir. Oyuncu rafı bizzat doldurmakta, ürünü kasadan geçirmekte veya müşteriye hizmet vermekte; ardından aynı süreci çalışanlar, yeni ekipmanlar ve genişleyen alanlar aracılığıyla kademeli olarak otomatikleştirmektedir. Bu nedenle iş/ticaret simülasyonları, eylem/meslek odaklı simülasyonlardan ekonomik büyümenin ana hedef haline gelmesiyle ayrılmaktadır.

Bu tasarım mantığı 2010'ların sonu ile 2020'lerin başında farklı bağımsız yapımlarda belirginleşmeye başlamıştır. Internet Cafe Simulator serisi (2019), oyuncunun bilgisayar kurması, müşteri ihtiyaçlarıyla ilgilenmesi ve gündelik sorunları çözmesi gibi doğrudan eylemleri; fiyatlandırma, ekipman geliştirme ve işletmeyi genişletme sistemleriyle birleştirmiştir. Gas Station Simulator (2021) ise terk edilmiş bir benzin istasyonunun temizlenmesi ve yenilenmesiyle başlayan döngüyü yakıt satışı, stok takibi, müşteri hizmetleri, personel yönetimi ve yeni hizmet alanlarının açılmasıyla genişletmiştir. Oyun, oyuncunun başlangıçta birçok işi kendi başına yaptığı, büyüme ilerledikçe ise çalışanlar ve ek tesisler aracılığıyla daha kapsamlı bir işletme yönettiği çift katmanlı yapının belirgin örneklerinden biridir.

Aynı formül farklı ticaret alanlarına kolaylıkla uyarlanabilmektedir. TCG Card Shop Simulator (2024), ürün siparişi, raf düzenleme ve satış döngüsünü kart koleksiyonu, nadir ürün bulma ve mağaza etkinlikleriyle birleştirirken; Car For Sale Simulator 2023 (2024), araç satın alma, pazarlık, tamir, temizlik ve yeniden satış üzerinden benzer bir sermaye büyütme yapısı kurmaktadır. Schedule I (2025) ise bu ekonomik döngüyü yasa dışı bir üretim ve dağıtım ağına taşıyarak iş/ticaret simülasyonu mantığının suç, aksiyon ve ortak oyun gibi farklı türlerle de birleşebildiğini göstermiştir. Ortak nokta simüle edilen ticaret alanından çok, küçük ölçekli ve büyük ölçüde elle yürütülen bir faaliyetin giderek büyüyen, çeşitlenen ve kısmen otomatikleşen bir işletmeye dönüştürülmesidir.

Bu oyunlarda gerçek hayattaki çalışmanın eğlenceli hale gelmesi, işin yalnızca basitleştirilmesiyle açıklanamaz. Oyuncu gerçek bir çalışan gibi zorunlu saatlere, sabit ücrete veya uzun vadeli ekonomik risklere tabi değildir; hangi işi ne zaman yapacağına ve kazancını nasıl kullanacağına kendisi karar vermektedir. Gerçek hayatta sonucu belirsiz veya görünmez kalabilen emek, oyunda açık geri bildirimler ve sürekli büyüyen bir işletme aracılığıyla kısa sürede karşılığını bulmaktadır. Iversen'in (2014) gündelik yaşam simülasyonlarına ilişkin çalışması da tanınabilir gündelik unsurların, oyuncunun kontrolü ele alması ve bırakması arasında hareket edebildiği daha özgür bir deneyime zemin hazırlayabildiğini göstermektedir. İş/ticaret simülasyonları bu tanınabilirliği, sıradan işlere ilişkin kültürel bilgiyi uzun açıklamalara ihtiyaç duymadan kullanılabilen bir tasarım kaynağına dönüştürmektedir. Bir rafın doldurulması, müşteri-

nin ödemesinin alınması veya düşük fiyattan alınan bir ürünün karla satılması, oyuncunun önceden anlayabildiği ve sonucunu kolayca değerlendirebildiği eylemlerdir.

Dolayısıyla iş/ticaret simülasyonları bütünüyle yeni mekanikler ortaya çıkaran bağımsız bir türden çok, simülasyon oyunlarının önceki yönelimlerinde gelişen farklı tasarım mantıklarının belirgin bir bileşimi olarak değerlendirilebilir. Buna rağmen birinci şahıs mesleki eylemleri ekonomik yönetim, sürekli büyüme ve işletme sahipliğiyle birleştiren ortak yapı, özellikle 2020'lerin ilk yarısında Steam merkezli bağımsız oyun pazarının gözle görülür eğilimlerinden biri haline gelmiştir. Bu çalışmada kullanılan iş/ticaret simülasyonu terimi, literatürde kesinleşmiş bir tür sınıflandırmasından ziyade bu ortak tasarım mantığını açıklamak için geliştirilen kronolojik-tematik okuma çerçevesinin son yönelimini ifade etmektedir. Bir sonraki bölümde bu oyunların temel döngüleri, oyuncu motivasyonları ve sektörel görünürlükleri daha ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

3. TÜRKİYE'DE BAĞIMSIZ GELİŞTİRİCİLER: TRENDİ İZLEMekten TREND OLUŞTURMAYA

Türkiye'deki bağımsız geliştiriciler, iş/ticaret simülasyonlarının gelişiminde yalnızca küresel örnekleri takip eden üreticiler olarak değerlendirilmemelidir. Bu bölümde amaçlı örnekleme yoluyla seçilen oyunlar, türün farklı aşamalarına somut katkıda bulunmuş ve uluslararası görünürlük kazanmış yapımlardır. Kuşkusuz Türkiye'de bu alanda üretilen oyunlar bunlarla sınırlı değildir; ancak bütün yapımları listelemek yerine türün yönelimini değiştiren veya belirli mekanikleri görünür hale getiren birkaç temsil gücü yüksek örneğe odaklanmak, çalışmanın kapsamı açısından daha anlamlıdır.

Bu hattın erken örneklerinden Internet Cafe Simulator (2019), birinci şahıs bakış açısıyla yürütülen gündelik işleri donanım satın alma, müşteri hizmeti, fiyatlandırma ve mekan genişletme sistemleriyle birleştirmiştir. Cheesecake Dev, daha sonra Streamer Life Simulator ve Internet Cafe Simulator 2 gibi yapımlarla benzer büyüme döngüsünü farklı meslek ve yaşam biçimlerine uygulamıştır. Red Axe Games'in Car For Sale Simulator 2023'ü ise aynı yaklaşımı pazarlık, ekspertiz, tamir ve yeniden satış sistemleriyle genişleterek ticaretin spekülatif yönünü doğrudan oyun döngüsüne taşımıştır. Erken erişime 2023'te açılan ve tam sürümü 2024'te yayımlanan oyun, 2.756 eş zamanlı oyuncu ile 58 bini aşan Twitch izleyici zirvesine ulaşmıştır (SteamDB, t.y.). Böylece Türk geliştiriciler,

Supermarket Simulator'dan birkaç yıl önce, oyuncunun hem çalışan hem işletme sahibi olduğu erişilebilir simülasyon formülünü deneyen üreticiler arasında yer almıştır.

Bu formülün kırılma noktası, Yusuf Toptan tarafından büyük ölçüde tek başına ve yaklaşık dört ayda geliştirilen Supermarket Simulator'ın 20 Şubat 2024'te erken erişime açılması olmuştur. Nokta Games şirketi adı altında geliştirilen Supermarket Simulator'ın başarısının ardından ekip genişletilmiş ve oyun 19 Haziran 2025'te tam sürüme ulaşmıştır. Bu başarılı örnek ise bu yeni türün küresel referans noktasını oluşturmuştur. Oyun 51.363 eş zamanlı oyuncu, 107.824 Twitch izleyici zirvesi ve farklı tahmin modellerine göre 3 milyon üzeri sahiplik ölçeğine ulaşmıştır (SteamDB, t.y.). Oyunun önemi yalnızca satış başarısında değil; raf doldurma, fiyat belirleme, temizlik, kasa kullanma ve kar etme gibi kolay kavranabilen eylemleri güçlü geri bildirimlerle küresel bir yayıncı fenomenine dönüştürmesindedir. Türkiye Oyun Sektörü Raporu (2026) da yapımı, mobil geliştirme deneyiminden gelen hızlı üretim, sezgisel geri bildirim ve "iyi his" mekaniklerinin PC'ye aktarılmasının başlıca örneği olarak değerlendirmektedir.

Türk geliştiricilerin bir diğer katkısı, tek kişilik işletme döngüsünü ortak çalışmaya ve çok oyunculu deneyime dönüştürmeleridir. No Ceiling Games'in Fast Food Simulator'ı altı, Biotech Gameworks'ün Kebab Chefs!'i ise dört oyuncuya kadar destek sunmaktadır. Bu oyunlarda bütün işletmeyi tek başına yöneten oyuncunun yerini; sipariş alma, yemek hazırlama, servis, kasa ve temizlik görevlerini paylaşan bir ekip alır. Böylece iş/ticaret simülasyonu, görünür ilerlemenin yanında iletişim, koordinasyon ve arkadaşlar arasında ortaya çıkan komik aksaklıklardan da beslenen sosyal bir deneyime dönüşmüştür.

Başarı, aynı temel döngüyü farklı mesleklere uygulayan çok sayıda oyunun hızla üretilmesini de beraberinde getirmiştir. Market, kart dükkânı, internet kafe, benzinlik, tamirhane ve çeşitli yiyecek işletmeleri üzerine kurulan yapımlar çoğunlukla sipariş, stok, müşteri yapay zekası, kasa, temizlik ve dükkân genişletme sistemlerini tekrar etmektedir. Bu üretim hızı, Unity Asset Store ve Fab gibi dijital pazarlarda envanter, satış, müşteri kuyruğu ve ödeme sistemlerini hazır olarak sunan modüler şablonların yaygınlaşmasıyla daha da artmıştır. Bu durum her benzer oyunun doğrudan bir asset flip olduğunu kanıtlamasa da az sayıda geliştiricinin aynı altyapıyı yeni bir tema ve hazır modellerle kısa sürede yeniden paketleyebilmesini kolaylaştırmakta; sonuç olarak nitelikli uyarlamalarla birbirinin neredeyse aynısı olan klonlar aynı pazarda yan yana yer almaktadır.

Oyun ismi vermeden belirtmek gerekirse, sipariş, stok, kasa ve büyüme döngülerinin yalnızca tema değiştirilerek tekrarlandığı çok sayıda düşük nitelikli yapım Steam’de kısa sürede görünmez hale gelmektedir. Steam Direct için her ürün başına 100 dolar ödenmekte ve bu ücret ancak oyun 1.000 dolar düzeltilmiş brüt gelire ulaştığında geliştiriciye geri kazandırılmaktadır; daha geniş Steam verileri, oyunların yarısından fazlasının bu gelir eşiğinin altında kaldığını göstermektedir (Carless, 2023). Buna rağmen seçilen örnekler, Türk geliştiricilerin bu alanda yalnızca trendi izlemekle kalmadığını; formülü erken deneyen, küresel ölçekte ana akımlaştıran ve co-op gibi yeni yönlerle taşıyan aktörler arasında bulunduğunu göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, söz konusu üretim hattının türe yaptığı katkıyı kayıt altına alan kısa bir saygı duruşu niteliği de taşımaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, simülasyon oyunu kavramının zaman içerisinde genişleyerek birbirinden oldukça farklı tasarım anlayışlarını kapsamasından doğan sınıflandırma problemini tarihsel bir perspektifle ele almıştır. Bu doğrultuda simülasyon oyunlarının gelişimi; klasik, parodi, tatmin ve iş/ticaret simülasyonları olarak adlandırılan dört kronolojik-tematik yönelim üzerinden okunmuştur. Bu yönelimler birbirini ortadan kaldıran kesin dönemler değil, farklı zamanlarda belirginleşen ve günümüzde birlikte varlığını sürdüren tasarım mantıklarıdır. Klasik simülasyonların ustalık, kontrol ve sistem yönetimine dayalı yapısı; parodi simülasyonlarında bilinçli biçimde bozulmuş, tatmin simülasyonlarında ise tekrarlı gündelik eylemler görünür ilerleme ve tamamlanma duygusuyla yeniden yorumlanmıştır.

İş/ticaret simülasyonları, önceki yönelimlerin çeşitli özelliklerini ortak bir oyun döngüsünde birleştirmiştir. Mesleki eylemlerin doğrudan gerçekleştirilmesi, kısa geri bildirimler, ekonomik büyüme, işletme sahipliği ve giderek artan otomasyon; gerçek hayatta angarya sayılabilecek işleri düşük riskli ve kolay kavranabilir deneyimlere dönüştürmüştür. Steam’deki görünürlük, içerik üreticilerinin ilgisi, hazır geliştirme araçları ve co-op oyunların yaygınlaşması da bu formülün hızla çoğalmasını sağlamıştır. Ancak bu yükseliş, özgün ve başarılı örneklerin yanında benzer mekanikleri farklı temalar altında tekrarlayan çok sayıda kısa ömürlü yapımı da beraberinde getirmiştir.

Türkiye’deki bağımsız geliştiriciler bu dönüşümün yalnızca takipçisi olma-

mıştır. Internet Cafe Simulator serisinden Supermarket Simulator’a, Car For Sale Simulator 2023’ten co-op restoran simülasyonlarına uzanan örnekler, yerel ekiplerin formülü erken dönemde benimsediğini, küresel ölçekte görünür hale getirdiğini ve yeni yönlerle taşıdığını göstermektedir. Bununla birlikte çalışma, Steam merkezli veriler ve amaçlı olarak seçilmiş örneklerle sınırlıdır; bütün simülasyon oyunlarını kapsayan kesin bir taksonomi sunmamaktadır. Önerilen kronolojik-tematik çerçeve, türün değişen anlamlarını ve güncel iş/ticaret simülasyonlarının hangi tasarım mirasları üzerinden şekillendiğini açıklamaya yönelik bir okuma biçimi olarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Alvarez, Julian, Damien Djaouti, Sandy Louchart, Yoann Lebrun, Nabil Zary, Sophie Lepreux, ve Christophe Kolski. 2023. “A Formal Approach to Distinguish Games, Toys, Serious Games and Toys, Serious Repurposing and Modding, and Simulators”. *IEEE Transactions on Games* 15(3):399-410. doi:[10.1109/TG.2022.3186919](https://doi.org/10.1109/TG.2022.3186919).
- Apperley, Thomas H. 2006. “Genre and Game Studies: Toward a Critical Approach to Video Game Genres”. *Simulation & Gaming* 37(1):6-23. doi:[10.1177/1046878105282278](https://doi.org/10.1177/1046878105282278).
- Arts Electronic. 2022. “About – Maxis Studios – Official Electronic Arts Sites”. <https://www.ea.com/ea-studios/maxis/about>.
- Carless, Simon. 2023. “Most PC Games Gross <\$1,000: Should We Be Worried?” <https://newsletter.gamediscover.co/p/most-pc-games-gross-1000-should-we>.
- Dredge, Stuart. 2014. “Surgeon Simulator Developer Bossa Studios: ‘We’re Really Proud to Be Indie’”. *The Guardian*, Nisan 24.
- Frasca, Gonzalo. 2004. “Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology”. içinde *The Video Game Theory Reader*. Routledge.
- Grelier, Nicolas, Stéphane Kaufmann, ve Johannes Pfau. 2026. “Games Mapper: Topological Data Analysis of Steam Genres”.
- How Goat Simulator Really Did Become Our Next Game. t.y. Geliş tarihi 26 Temmuz 2026. <https://www.gdcvault.com/play/1020885/How-Goat-Simulator-Really-Did?>.
- How HGTV and player feedback refurbished House Flipper 2. t.y. Geliş tarihi 26 Temmuz 2026. <https://www.gamedeveloper.com/design/house-flipper-2-interview>.

- Iversen, Sara Mosberg. 2014. "Paradox and pleasure: Play with everyday life in a ludic simulation". *MedieKultur* 56:100-116.
- Johnson, Mark R., ve Jamie Woodcock. 2019. "The Impacts of Live Streaming and Twitch.Tv on the Video Game Industry". *Media, Culture & Society* 41(5):670-88. doi:[10.1177/0163443718818363](https://doi.org/10.1177/0163443718818363).
- Klimmt, Christoph, Tilo Hartmann, ve Andreas Frey. 2007. "Effectance and Control as Determinants of Video Game Enjoyment". *CyberPsychology & Behavior* 10(6):845-48. doi:[10.1089/cpb.2007.9942](https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9942).
- Koçak, Ömer Erdem, Marjan Gorgievski, ve Arnold B. Bakker. 2024. "Recovery from Work by Playing Video Games". *Applied Psychology* 73(3):1331-60. doi:[10.1111/apps.12519](https://doi.org/10.1111/apps.12519).
- Narayanasamy, Viknashvaran, Kok Wai Wong, Chun Che Fung, ve Shri Rai. 2006. "Distinguishing games and simulation games from simulators". *Computers in Entertainment (CIE)* 4(2):9-es. doi:[10.1145/1129006.1129021](https://doi.org/10.1145/1129006.1129021).
- November 10th, 2022 Development Update. 2022. <https://www.flightsimulator.com/november-10th-2022-development-update/>.
- Palinkas, Lawrence A., Sarah M. Horwitz, Carla A. Green, Jennifer P. Wisdom, Naihua Duan, ve Kimberly Hoagwood. 2015. "Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research". *Administration and policy in mental health* 42(5):533-44. doi:[10.1007/s10488-013-0528-y](https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y).
- Przybylski, Andrew K., C. Scott Rigby, ve Richard M. Ryan. 2010. "A Motivational Model of Video Game Engagement". *Review of General Psychology* 14(2):154-66. doi:[10.1037/a0019440](https://doi.org/10.1037/a0019440).
- Reinecke, Leonard. 2009. "Games and Recovery". *Journal of Media Psychology* 21(3):126-42. doi:[10.1027/1864-1105.21.3.126](https://doi.org/10.1027/1864-1105.21.3.126).
- Rose, Mike. 2013. "The Blissfully Awkward Controls of Surgeon Simulator 2013". <https://www.gamedeveloper.com/business/the-blissfully-awkward-controls-of-i-surgeon-simulator-2013-i->.
- Ryan, Richard M., C. Scott Rigby, ve Andrew Przybylski. 2006. "The Motivational Pull of Video Games: A Self-Determination Theory Approach". *Motivation and Emotion* 30(4):344-60. doi:[10.1007/s11031-006-9051-8](https://doi.org/10.1007/s11031-006-9051-8).
- Sauvé, Louise, Lise Renaud, ve David Kaufman. 2010. "Games, Simulations, and Simulation Games for Learning: Definitions and Distinctions". Ss. 1-26 içinde *Educational Gameplay and Simulation Environments: Case Studies and Lessons Learned*. IGI Global Scientific Publishing.

- Sauve, Louise, Lise Renaud, David Kaufman, ve Jean-Simon Marquis. 2007. "Distinguishing between Games and Simulations: A Systematic Review". *Educational Technology & Society* 10(3):247-56.
- Steam Direct Ücreti (Steamworks Belgeleri). t.y. Geliş tarihi 24 Temmuz 2026. <https://partner.steamgames.com/doc/gettingstarted/appfee?l=turkish>.
- Steam Game Release Summary by Year. t.y. Geliş tarihi 24 Temmuz 2026. <https://steamdb.info/stats/releases/>.
- Supermarket Simulator Steam Charts. t.y.-a. Geliş tarihi 24 Temmuz 2026. <https://steamdb.info/app/2670630/charts/>.
- The Replay Interviews: Will Wright. t.y. Geliş tarihi 26 Temmuz 2026. <https://www.gamedeveloper.com/business/the-replay-interviews-will-wright>.
- Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2025. 2026. https://drive.google.com/file/d/1rhrc-b6pXyDqvy1KY3JyBvqepT-jrWLd9/view?usp=drive_link&usp=embed_facebook.
- Tyack, April, Peta Wyeth, ve Daniel Johnson. 2020. "Restorative Play: Videogames Improve Player Wellbeing After a Need-Frustrating Event". Ss. 1-15 içinde *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI '20*. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery.
- Viscera Cleanup Detail Steam'de. t.y. Geliş tarihi 26 Temmuz 2026. https://store.steampowered.com/app/246900/Viscera_Cleanup_Detail/.
- Vuorre, Matti, Nick Ballou, Thomas Hakman, Kristoffer Magnusson, ve Andrew K. Przybylski. 2024. "Affective Uplift During Video Game Play: A Naturalistic Case Study". *ACM Games: Research and Practice* 2(3):23:1-23:14. doi:[10.1145/3659464](https://doi.org/10.1145/3659464).
- World Intellectual Property Day – How did PowerWash Simulator come to be? - FuturLab. t.y. Geliş tarihi 26 Temmuz 2026. <https://www.futurlab.co.uk/news/world-intellectual-property-day-how-did-powerwash-simulator-come-to-be>.
- Yaşam ve Sürükleyici Simülasyonlar. 2022. https://store.steampowered.com/category/sim_life/?snr=1_5_9_12.
- Ye, Xiaozhen, Per Backlund, Jianguo Ding, ve Huansheng Ning. 2020. "Fidelity in Simulation-Based Serious Games". *IEEE Transactions on Learning Technologies* 13:340-53. doi:[10.1109/TLT.2019.2913408](https://doi.org/10.1109/TLT.2019.2913408).
- Zyda, M. 2005. "From visual simulation to virtual reality to games". *Computer* 38(9):25-32. doi:[10.1109/MC.2005.297](https://doi.org/10.1109/MC.2005.297).

2. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARDA CANAVARSI-DİŞİLLİK: RESIDENT EVIL VILLAGE'DAKİ KADIN ANTAGONİSTLER ÜZERİNE GÖSTERGEBİLİMSEL BİR ANALİZ

Arş. Gör. Betül AYDOĞDU

Yıldız Teknik Üniversitesi

Sanat Bölümü

betul.aydogdu@yildiz.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-5026-4341>

GİRİŞ

Dijital oyunlar, yalnızca eğlendirme amacı taşımayıp görsel anlatısı ve hikâye içeriği bakımından mesaj taşıma niteliğine sahip görsel iletişim ortamlarıdır. Dijital oyun içerikleri, toplumsal olayları veya hikâyeleri de konu edinmesi sebebiyle birtakım görsel, kültürel ve anlatısal kodların iletilmesinde önemli bir role sahiptir. Oyunlardaki; hikâye kurgusu, mekân ve karakter tasarımı, ses ve oyuncu etkileşimi gibi birçok unsur dijital oyunlardaki anlatı sürecinin temel bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu yönüyle dijital oyunlardaki her bir bileşen görsel iletişim açısından incelemeye değer bir tasarım alanı sunmaktadır. Öyle ki bu tasarım alanları oyun türleri bakımından da çeşitlilik göstermekte olup aksiyon, macera, gizem ve gerilim gibi oyun türlerine bağlı olarak hikâye kurgusu, mekân ve karakter tasarımları da o ölçüde çeşitlenmektedir. Dolayısıyla her bir dijital oyunun, tasarım özellikleri bakımından mekân, hikâye, karakter ve oyun içi diğer unsurlarının kendi içerisinde tutarlı bir görsel dile ve anlatıya sahip olması beklenmektedir. Oyun karakterleri ise bu anlatı dünyasının diğer önemli bir ögesidir. Oyun karakteri oyuncunun, bu görsel dünyanın bir parçası olmasında ve hikâye ile bağ kurmasında aracı bir role sahiptir. Oyun karakter-

leri hayvanlar, bitkiler, nesneler, canavarlar, makineler ve “kişilik” kazandırılmış (Kim, 2021:12) insansı veya insan dışı birçok tür veya varlıktan oluşabilmektedir. Oyun dünyası; hikâye kurgusu, mekân ve karakter tasarımları gibi göstergeler bakımından oldukça zengin bir görsel anlatı sunmaktadır. Ancak bu görsel anlatı yalnızca oyun dünyasının estetik sunumundan ibaret olmayıp karakterlerin fiziksel tasarımı; kostüm ve aksesuar kullanımları, renk seçimleri ve davranış biçimleri oyunun hikayesi içindeki konumunu bizlere göstermektedir. Bu nedenle dijital oyun karakterleri yalnızca oynanış temelli figürler olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel anlamları taşıyan görsel göstergeler olarak değerlendirilebilmektedir. Dolayısıyla karakterlerin görsel olarak nasıl temsil edildiği, hangi davranış özellikleriyle ilişkilendirildiği ve toplumsal cinsiyet kodlarının oyunun anlatısı içerisinde nasıl üretildiğini anlamak açısından bu göstergelerin incelenmesi oldukça önemlidir. Dijital oyunlardaki toplumsal cinsiyetin temsili ise karakterlerin görsel tasarımları, fiziksel görünüm ve davranış özellikleri üzerinden şekillenmektedir. Oyunlardaki kadın ve erkek temsillerine bakıldığında karakterlerin biçim ve davranış özellikleri arasında belirgin bir farkın görülmesi mümkündür. Örneğin; erkek karakterlere kıyasla kadın karakter temsili genellikle pasif, kurban rolünde, korunmaya muhtaç, annelik, arzu nesnesi ya da rakip olarak konumlanan tehlikeli kadın rollerini paylaştığı görülmektedir. Kadın karakterlere yüklenen bu roller toplumsal cinsiyete ilişkin kültürel kodların üretilmesine de aracılık etmektedir.

Bu çalışmada, dijital oyunlardaki antagonist¹ kahramanlar olarak betimlenen kadın karakter temsillerini toplumsal cinsiyet bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın örneklemini olarak belirlenen *Resident Evil Village*'de yer alan kadın antagonistler, dijital oyun çalışmaları açısından dikkat çekici bir örnek sunmaktadır. Aynı zamanda kadın karakterlerin fiziksel unsurları ve davranış biçimleri göz önüne alındığında, oyuncunun mücadele ettiği rakiplerinin yalnızca düşman karakterleri değil aynı zamanda kadın bedeni, anneliğin, iktidarın ve canavarlık göstergeleri aracılığıyla nasıl temsil edildiğini görünür kılmaktadır. Bu bağlamda bu kadın karakterlerin analizinde göstergebilimsel araştırma yöntemi kullanılmış olup yorumlanmasında Barbara Creed'in canavarası-dişil/ *the monstrous-feminine* yaklaşımı ekseninde ele almaktadır. Bu nedenle çalışmada kadın antagonistlerin yalnızca toplumsal cinsiyet ve kültürel kodlarını tartışmayı değil canavar-dişil özelliklerinin görsel açıdan nasıl kodlandığı sorusu etrafında tartışmayı amaçlamaktadır.

¹ Antagonist karakter, bir kurgu ve hikâyede ana karamanın sürekli çatışma halinde olduğu onu engellemeye çalışan rakip figürdür.

1. DİJİTAL OYUNLARDA TOPLUMSAL CİNSİYET VE KADIN TEMSİLİ

Toplumsal cinsiyet konusunu için **öncelikle** toplumsal cinsiyet ve cinsiyet kavramlarının literatürde nasıl tanımlandığına bakmamız oldukça önemlidir. Cinsiyet, bireyin varoluşu gereğinin doğal bir sonucu olarak kabul görülen kadın ve erkek olmak üzere iki biyolojik sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Cinsiyet kavramı için biyolojik bir yaklaşım söz konusu iken, toplumsal cinsiyet için bireyin rolünü belirleyen sosyal bir statü aracı olarak açıklanmaktadır (Akkaş, 2019). Toplumsal cinsiyet kavramını sosyolojinin bir konusu haline getiren Ann Oakley, 1972 yılında yayımladığı “Sex, Gender and Society” kitabında cinsiyeti biyolojik açıdan erkek ve kadın ayrımı olarak açıklarken, toplumsal cinsiyeti ise eril ve dişil olmak üzere sosyal bir sınıflandırma olarak ele alır (Oakley, 1972:16). Toplumsal cinsiyet, yer bulduğu o toplumun kültürel değerleri ve alışagelmış kuralları gibi kadınlar ve erkekler arasındaki davranışlar üzerindeki rolleri veya beklentileri oluşturmaktadır. Bu beklentiler kadın ve erkeğe özgülenmiş dişil ve eril olmak üzere kalıplaşmış toplumsal cinsiyet stereotipleri olarak ifade edilmektedir. “Toplumsal cinsiyet stereotipleri; iki farklı toplumsal cinsiyet grubunda oluşacağı düşünülen psikolojik özellikler ve davranışlar olarak tanımlanır. Erkekler “daha agresif” atfının yapılması ile kadınlara daha “duygusal” atfının yapılması stereotipleşmiş özelliklere örnek verilebilir.” (Dündar, 2015:7). Günümüzde kadın ve erkek arasındaki biyolojik cinsiyet farklarıyla sınırlı olmayan cinsel rol ve kimliklerin varlığı sıkça tartışılmış, tarih boyunca toplumsal ve inanç temelli roller, kıyafetler ve yaşam tarzları eleştirilerek yeniden her alanda değerlendirilmektedir (Murathan & Karaaslan, 2023:3395- 3396).

Dijital oyunlar, kullanıcıları için yalnızca bir eğlence ve vakit geçirme aracı olmanın ötesinde içerisinde kültürel, sosyal veya ideolojik temsilleri de barındıran bir medya türüdür. Toplumsal cinsiyet algısına göre şekillenen cinsiyet rolleri medya içerikleriyle öğrenilerek pekiştirilmekte ve bu cinsiyet rolleri arasındaki var olan eşitsizlikler medyanın etkisiyle daha geniş kitlelere taşınmaktadır (Onay & Kızıloğlu, 2021: 962). Toplumsal cinsiyet rolleri veya eşitsizliklerine ait göstergeler, büyük kullanıcı kitlelerine sahip olan video oyun içerikleri aracılığıyla da günden güne daha da yaygınlık kazanmaktadır. Oyun dünyasında kadın, teknolojinin tüketicisi, yalnızca cinsellik ve beden odaklı olarak konumlandırılırken erkek ise teknolojinin üreticisi ve tasarlayıcısı olarak daha çok bilimle özdeşleştirilerek sunulmaktadır (Kan, 2012:53). Oyundaki karakterlerin; görsel temsili, davranış biçimleri ve oyunun hikâyesindeki konumu erkek ve kadın cinsiyetine dair bireyler üzerindeki toplumsal cinsiyet algısını

etkileyen unsurlardır. Dijital oyunlar ve medyadaki cinsiyet söylemleri onları deneyimleyen bireyin içsel benliği üzerinde ve yaşadığı dünyayı görme biçimini etkileme potansiyeli taşımaktadır (Baltezarević, vd., 2021). Dolayısıyla oyun dünyasındaki karakterlerin sunumu ve davranış özellikleri gibi unsurlarla özdeşleşen kullanıcıların toplumsal cinsiyet algısının şekillenmesinde etkili olmaktadır.

Kadın temsilleri; masallar, efsaneler, edebiyat gibi sözlü ve yazılı kültürün yanı sıra dijitalleşmenin etkisiyle birlikte film ve dijital oyunlardaki görsel anlatılara kadar birçok şekilde ifade bulmuştur. Bu ifade ve söylemler toplum tarafından kadından beklenen veya ona yüklenen toplumsal cinsiyet kalıplarının oluşmasında etkili olmaktadır. Birçok rol yapma oyunu da mitler, efsaneler ve masallardan etkilenecek ataerkil toplumda kahramanın bir temsilci olarak konumlanır, oyuncuya kötü adamları ve canavarları öldürmekle görevlendirilmiş güç fantezisi sunmaktadır (Stang, 2021: 5). Kadın karakterler, çoğunlukla masal gibi yazınsal anlatı türlerinde evlenmek istemeyen, yalnız yaşayan ve toplumsal normlara uymayan “asi” kadınlar için cadı, kötü peri ya da üvey anne olarak betimlenirken; yaşlı kadınların kötü büyücüler şeklinde sunulması, Orta Çağ’da ataerkil dinlerce tehdit olarak görülüp yakılan cadılar, kadınların ses çıkarmasının bile cadılıkla özdeşleştirildiğini gösteren eril bir bakış açısının ürünüdür (Kan 2012:56). Bu temsiller, ataerkil yapının şekillendirdiği kadın imajının tarih boyunca nasıl üretildiğini ve aktarıldığını gözler önüne sererken, bu anlayışın modern anlatılarda da farklı biçimlerde varlığını sürdürdüğünü gözler önüne sermektedir. Nitekim bu ikili temsil anlayışı yalnızca masallar ya da efsanelerle sınırlı kalmamış, Batı edebiyatında da kadın karakterlerin kurgulanışında da etkileri görülmektedir. Bağcı (2023)’e göre; kadınlar Batı edebiyatında “şeytan/canavar” ile “melek” gibi iki uç sıfat üzerinden imgenlenmiştir;

Birincisi tehlikeli, isyankâr, ikiyüzlü, baştan çıkarıcı, zalim, acımasız, asi, kurnaz özelliklerine sahip olan ve doğal olarak toplumsal normlara uymayan, uymayı da kabul etmeyen kötücül bir karakter, femme fatale’dır. İkinci kadın karakter uysal, itaatkâr, fedakâr, ılımlı, çalışkan, mütevazî sıfatlarını üstlenen; toplumun tam da mevcudiyetini talep ettiği bir figürdür (s. 3-4).

Video oyunlardaki kadının temsillerine baktığımızda ise Tomb Raider (1996), Lara Croft ilk kadın kahramanlar arasında en bilinen örneğidir. Lara, cesur, zeki ve güçlü bir karakter olarak sunulsa da aynı zamanda bir cinsellik simgesi olarak görülmesi onun oyundaki varlığının kadın temsili mi yoksa erkek bakışına hitap eden bir unsur mu olduğu sorusunu gündeme getirmiştir (Bristot vd., 2019: 9). Video oyunlarında kadın stereotiplerinin en yaygını

“yardıma muhtaç kadın tipi” veya cinsel nesneleştirilmesidir (Kondrat, 2015: 172). Dolayısıyla oyun dünyasında kadın karakterler, çoğunlukla ya kurtarılmayı bekleyen pasif ya da cinsel çekicilik üzerinden tasarlanmış nesneleştirilmiş kadın figürler olarak yer bulmuştur. Street Fighter video oyunlarındaki Chun-Li, Mortal Kombat video oyunlarındaki Jade, Tekken video oyunlarındaki Christie Monteiro gibi kadın karakterlerin birçoğu erkeği estetik olarak memnun etmek için tasarlanmış aşırı cinselleştirilmiş karakterlerden birkaçıdır (Puro, 2016:12). Bu gibi örnekler, dijital kültürde kadın temsillerinin ataerkil yapının birer dışavurumunun doğal bir sonucu olarak onu kurtarılmaya muhtaç, cinsel olarak çekici, tehlikeli, düşman gibi kötücül imgelerle betimlediğinin birer göstergesi olmaktadır.

1.1. Dijital Korku Türünde Annelik ve Canavarsı-Dişillik

Dijital korku türündeki anlatılarda kadının nasıl temsil edildiğine dair en kapsamlı kuramsal çalışma şüphesiz Barbara Creed’e aittir. Kadın-canavar kavramlarının temellenmesinde önemli rol alan feminist film teorisyeni Creed, “The Monstrous-Feminine” isimli kitabında korku filmi anlatılarındaki kadın bedeninin cadılık, vampirlik, şeytanlık, annelik ve doğurganlık gibi dişiliği üzerinden nasıl tehditkâr bir canavara dönüştüğünden söz etmektedir. “Canavarsı-dişil” olarak nitelediği bu terim için erkek-canavar kavramının tersi bir anlam taşımadığını belirtir çünkü onu oluşturan nedenler farklıdır, kadının canavarlığının oluşumu daha çok cinselliği üzerinden tanımlanmaktadır (Creed, 1993). Creed, canavar-dişil figürünü farklı streotiplere ayırır bunlar; arkaik anne olarak kadın (*woman as archaic mother*), canavarlaşmış rahim (*monstrous womb*), vampir (*vampire*), ele geçirilmiş canavar (*possessed monster*), hadım edici kadın (*femme castratrice*), cadı (*witch*) ve hadım edici annedir (*castrating mother*). Creed, kitabında klasik korku filmlerindeki canavarsı kadınlık imgelerini ve annelik temsillerini Julie Kristeva (1982) ’nın “abject/aşağılık” kavramını temel alarak birçok korku filminin analizine yer vermiştir.

Çalışmadaki incelenen Resident Evil Village korku oyunu bağlamında değerlendirildiğinde kadın antagonistlerin annelik, cinsel çekicilik ve bedensel dönüşümle ilişkilendirilen temsilleri, Creed’in canavar-dişil yaklaşımı ve Kristeva’nın abjection kavramıyla önemli ölçüde kesişmektedir. Sinemaya da uyarlanan Silent Hill (1999- 2025) ve Resident Evil (1996 – 2026) gibi korku oyunu serilerindeki kadın temsillerinde kadınlık ve üreme organlarını canavar yaratıklar olarak somutlaştıran unsurlara sahiptir (Stang, 2019: 252). Özellikle

korku video oyunlarına bakıldığında kadınlar, genellikle canavarca olarak nitelendirilir ve nihayetinde son derece erkek bakış açısıyla cinsel obje halinde sunulurlar (Spencer, 2022: 67). Korku türündeki annelik, babalık ve doğurganlık gibi toplumsal cinsiyeti temsil eden karakterler dijital oyun çalışmaları açısından ele alınmaktadır. Stang (2019), *Dragon Age: Origins* ve *Awakening* oyunlarının analizinde baba figürünün sakin, güvenilir ve mantıklı; anne figürünün ise kötü, duygusal, kontrolcü, tiksindirici ve “deli” olarak kodlandığı belirtir (Stang, 2019. 244). Stang, bu karşıtlığı anne bedenine ve kadın üreme gücüne yönelik ataerkil korkunun bir ifadesi olarak yorumlar.

2. YÖNTEM

Bu çalışma, dijital korku oyunu türündeki kadın karakterlerin temsiliinde; annelik, arzu, tehdit, iktidar ve canavarlık arasındaki kadın bedenine yönelik kurulan korku ilişkisini toplumsal cinsiyete dayalı görsel göstergeler açısından ele almayı amaçlayan nitel bir araştırmadır. Araştırmanın evrenini dijital korku oyunu türleri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen *Resident Evil Village* oyunu oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleminin seçiminde ise; ana kahramanın çatışma halinde olduğu rakip karakterlerinin çoğunun biyolojik açıdan kadın cinsiyeti taşımaları etkili olmuştur. Araştırmada *Resident Evil Village* oyununda yer alan kadın antagonist karakterlerin görsel temsiliinin çözümlenmesinde ise Roland Barthes'ın göstergebilimsel yaklaşımı temel alınmıştır. Çalışmanın analiz bölümlerinin yorumlanmasında ise Julie Kristeva ve Barbara Creed'in canavarı-dişil kavramından yararlanılmıştır. Çalışmadaki analiz birimleri olarak seçilen antagonist karakterler; *Lady Alcina Dimitrescu*, *Dimitrescu'nun kızları Bela*, *Cassandra ve Daniela*, *Donna Beneviento/Angie* ve *Mother Miranda*'dır. Bu nedenle çalışma dijital oyunlardaki kadın karakterlerin temsiline genel bir toplumsal cinsiyet tartışması olarak değil daha çok korku türü bağlamında antagonist kadın karakterlerin canavarı-dişil özelliklerinin hangi göstergelere bağlı olarak yer verildiğini ele almaktadır. Bu doğrultuda karakterlerin fiziksel görünimleri, kıyafetler ve aksesuarları, renk kodları görsel göstergeler olarak değerlendirilerek düzenlem ve yananlam düzeyinde çözümlenmiştir. Bu çalışmadaki bulgular tek bir video oyunu ile sınırlandırılmış olup elde edilen bulguların genellendirilmemelidir.

2.1. Resident Evil Village Oyunundaki Antagonist Kadın Karakterlerin Göstergebilimsel Analizi ve Bulgular

İlk oyunu, 1996'da yayımlanan Resident Evil toplamda dokuz ana oyundan oluşan korku-aksiyon türünde bir video oyunu serisidir. Oyun, Japonya merkezli video oyunu şirketi Capcom tarafından geliştirilmiştir. 2021 yılında yayımlanan Resident Evil Village, serinin sekizinci oyunudur. Ana karakter Ethan Winters'ın kaçırılan kızı Rose'u kurtarma mücadelesi etrafında şekillenen bir anlatıya sahiptir. Ethan, evde bir akşam eşi Mia'nın saldırıya uğraması ve kızının kaçırılmasıyla başlayan olaylar sonucunda, gizemli ve ürkütücü bir köyde gözlerini açar. Bu köy; vampir benzeri yaratıklar, kurt adamlar ve diğer doğaüstü varlıklarla doludur. Bu köyün kontrolü ise baş antagonist kadın Mother Miranda isimli karakterin elindedir. Ethan'ın kızının kaçırılmasının asıl nedeni, aynı zamanda anne olan ve kaybettiği kızını yeniden diriltme çabası bulunan Miranda'nın Rose'un bedenini kullanmak istemesidir. Ethan, kızının parçalara ayrılmış bedenini dört lordun yönetiminde olan bölgeleri ziyaret ederek ve bu karakterlerle mücadele ederek kızını kurtarmaya çalıştığı bir anlatı sunmaktadır.



Şekil 1. Baş antagonist karakter Mother Miranda'nın görseli

Kaynak: Resident Evil Village, (t.y)

Tablo 1. Mother Miranda isimli karakterin göstergebilimsel analiz tablosu

Gösterge	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Beden	Siyah karga tüylerinden oluşan kostüm giyinmiş kadın	Siyah karga tüylerinden oluşan kostüm giyinmiş kadın	Gizlenmiş beden
Nesne	Metalden oluşan kuş gagasına benzer bir maske	Metalik Maske	Gizem, tanrısallık
	Baş çevresindeki altın işlemeli dairesel taç	Metalik aksesuar	Kutsallık, manevi otorite, tanrısallık
	Altın renginde dairesel bir sembol bulunan kolye	Kolye	Kutsallık
Renk	Siyah ve altın sarısı	Siyah ve altın sarısı	Güç ve otorite, kutsallık
Kurgusal Varlık	Kanatlı ve insansı formda örümcek benzeri bir varlık	Kanatlı ve insansı formda örümcek benzeri bir varlık	İlahi ve yıkıcı güç

Mother Miranda, ölen kızını geri getirme arzusu üzerinden sunulan annelik değerlerine sahip ve aynı zamanda kutsal olarak kabul gören doğaüstü bir varlıktır. Oyundaki antagonist kadın karakterlerin en güçlü ismidir ve oyunda geçen köyün baş yöneticisidir. Oyundaki diğer kadın temsillerine kıyasla güçlü, karar veren ve aynı zamanda iktidar sahibi tek figürdür. *Mother Miranda* karakteri, bedensel dönüşüm özellikleriyle yaşlı bir cadı kadına, başka bir insanın kılığına (Mia adlı karakterinin kılığına girebilmesi), kanatlı ve aynı zamanda örümceğe benzer eklem bacaklardan oluşan insansı bir formlara dönüşebilmektedir. Karakterin karga tüyleriyle kaplı bedeni ve suratındaki kuş gagasına benzer metalik maskesi onun hem gizemli oluşunun hem de karanlık yönünü gösteren göstergelerdir. Aynı zamanda mitolojide de olduğu gibi karga veya kuzgunun genel olarak ölümle ilişkilendirilmesi onun ölümcül gücünü vurgulayan önemli bir göstergedir. Kafa bölümünde yer alan altın renkli hâle mitolojik açıdan ruhani bir göstergedir ve karakterin kutsallığını vurgulamaktadır (bkz. Şekil 1). Karakterin görsel tasarımında ağırlıklı olarak kullanılan siyah renk onun ölümcül ve karanlık tarafını vurgularken altın renk ise onun kutsal ve yüceliğini simgelemektedir (Kırık, 2013). *Mother Miranda*'nın, Kristeva ve Creed'in arkaik anne tiplmesine oldukça yakındır. Kristeva, "arkaik anne korkusunun esasen onun üretme gücünden duyulan korku" olduğunu belirtir (Kristeva, 1982. s.77). *Miranda*'nın arkaik anne boyutu hem büyüsel gücünden ve onun yeniden yaratma arzusu onun canavarı-dişil unsurlarından kaynaklanmaktadır.



Şekil 2. Lady Alcina Dimitrescu karakterine ait görsel
Kaynak:IGN (2021)



Şekil 3. Lady Alcina Dimitrescu'nun dönüşmüş formunun görseli
Kaynak: Peacock (2021)

Tablo 2. Lady Alcina Dimitrescu isimli karakterin göstergebilimsel analiz tablosu

Gösterge	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Beden	Uzun boylu ve iri cüsseli bir kadın	Uzun boylu ve iri cüsseli bir kadın	Güç ve üstünlük
	Solgun beyaz cilt	Beyaz cilt	Ölümsüzlük, vampirlik ve doğaüstülük
	Metal pençeye benzer uzuv	Metal pençe	Silah, tehdit ve güç unsuru
	Kırmızı ruj ve sarı göz	Kırmızı ruj ve sarı göz	Arzu ve şehvet ve vampirlik
Nesne	Saten dokulu uzun beyaz elbise	Uzun beyaz renkli bir elbise	Asalet ve soyluluk
	Şapka, takılar ve sigara tutucu	Şapka, takılar ve sigara tutucu	Femme fatale bir gotik tarz
Kurgusal Varlık	Kanathı ve yırtıcı, ejderhaya benzeyen bir varlık	Ejderha benzeri yırtıcı bir yaratık	Yıkıcı ve yok edici annelik, vagina dentata
Renk	Siyah, beyaz, kırmızı renk	Siyah, beyaz, kırmızı renk	Şiddet, asalet, arzu ve şehvet

Lady Dimitrescu, hem vampir hem de ejderhaya benzer bir varlığa dönüşebilen melez bir karakterdir. Fiziksel özelliği bakımından aşırı uzun boylu, iri göğüs ve kalçalara sahip cazibesi yüksek bir figürdür. Karakterin uzun boyu ve iri bedeni göstergeler açısından onu erkek karaktere karşı baskın ve üstünlük göstergeleridir (bkz. Şekil 1). Karakterin solgun beyaz cildi ve sarımsı gözleri onun vampirlik etkilerinin Karakterin devasa şapkası, kırmızı ruj ve elindeki sigara gibi göstergeleri onun klasik “femme fatale/öldürücü cezbedicilik” kadın arketipini yansıtan öğelerdir göstergeleridir (bkz. Tablo 2). Femme fatale anlatısı, erkeğin felakete sürüklenişini temel alan bir bakış açısıyla kurgulanır ve erkeğin temsil

ettiği aile, toplumsal değerler ve ahlaki düzenin sarsılışına işaret eder (Arpacı, 2019:141). Karakterin renk göstergelerine bakıldığında; siyah” renk şiddetin, beyaz renk asaletin, kırmızı renk ise şehveti simgelemektedir (Kırık, 2013).

Dimitrescu, erkek karakter ile final karşılaşmasında bedensel olarak bir dönüşüm yaşar ver ejderha benzeri yaratığa dönüşür (bkz. Şekil 3). Bu yaratığın dişlerle çevrelenmiş baş ve ağız yapısı Barbara Creed’in canavarı- dişil yaklaşımıyla ele aldığı dişli vajina- vagina dentata² imgesi ile benzerlik taşımaktadır (Spencer, 2022). *Dimitrescu*’nun adeta dişli bir vajinaya dönüşümü kadın bedenini hadım edici kadın veya hadım eden anne imgesine dönüştürür (Creed, 1993:8). *Dimitrescu*’nun gotik tarzdaki giyimi ve aksesuarları, kırmızı dudaklar ve fiziksel çekiciliği onu başlangıçta arzu nesnesi olarak yer alırken kanla beslenmesi, metal pençelere sahip olması ve dişli vajinaya benzeyen ejderha formu onu hadım edici bir korku figürüne dönüştüren imgelerdir.



Şekil 4. Lady Dimitrescu’nun kızları Bela, Daniela ve Cassandra karakterine ait görseller Kaynak: EGW News, 2023

Tablo 4. Lady Dimitrescu’nun Kızları Bela, Daniela ve Cassandra isimli karakterlerin göstergebilimsel analiz tablosu

Gösterge	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Beden	Siyah pelerinli uzun ve dekoltesi elbise	Siyah elbise giyinmiş kadınlar	Ölümçül, karanlık güç ve erotizm
	Ağız çevresindeki kan lekeleri	Kanlı ağız	Vampirlik, şiddet, avcılık
Hayvan	Bedenin sineklerle dağılması	Uçan sinekler	Dönüşebilir güç
Renk	Siyah	Siyah	Şiddet ve korku

2 Vagina dentata; erkeğin hadım edilme endişesinin dışı vurumu olarak ve kadının potansiyel olarak tehlikeli veya yok edici görülen cinselliğini tanımlayan mitolojik ve psikanalitik analizde sıklıkla geçen bir kavramdır.

Bela, Daniela ve Cassandra kız kardeşler fiziksel olarak genç ve cazibeli bir görünüme sahiptirler (Bkz. Şekil 4). Dış görünüşleri incelendiğinde siyah pelerinli ve dekolteli kıyafetleri karakterlerin çekici cazibesinin birer göstergesi olmaktadır. Ağız çevresindeki kan lekelerinden de anlaşılacağı üzere üvey anneleri *Lady Dimitrescu* gibi vampirdirler. . Kadın vampir imgesi düzeni ve kimliği bozduğu için abjettir, çünkü ne tamamen insan ve ne hayvan olmaması insan/hayvan sınırını aşarak bu sınırları ihlal eder (Creed, 1993: 73). Creed’e göre kadın vampir hem çekici hem de canavarı bir figür olarak konumlanır; bu nedenle kadın vampir bedeni arzu ile tehdidi aynı anda üreten bir imgeye dönüşür (Creed, 1993: 73). *Bela, Cassandra ve Daniela* çekici bedenleri, alaycı tavırları onları baştan çıkarıcı bir tehdit olarak konumlanırken, sineklerden oluşan dağılabilir bedenleri, kan emici davranış biçimleri onu abject bir canavarı-dişil temsiline dönüşmektedir.



Şekil 5. Lord Donna Beneviento karakteri görseli

Kaynak: Resident Evil Village. (t.y)

Tablo 5. Donna Beneviento isimli karakterin göstergebilimsel analiz tablosu

Gösterge	Gösterilen	Düzanlam	Yananlam
Beden	Tüm bedeni örtülmüş kadın bedeni	Siyah uzun elbise giyinmiş bir kadın	Yas, bastırılmışlık, ölüm, gizem
Nesne	Beyaz gelinlik giyen oyuncak bebek figürü	Beyaz elbiseli oyuncak bebek	Masumiyet, kadınlık rolü ve evlilik
Renk	Siyah ve beyaz	Siyah ve beyaz	Hem ölümcül hem masumiyet karşıtlığı

Donna Beneviento karakteri fiziksel olarak diğer kadın figürlere kıyasla gösterişsiz, silik ve gizlenmiş bir görünüme sahiptir (Bkz. Şekil 5). Bu karakterin görünmez olarak temsil edilmesi kadının toplumdaki edilgen halinin bir tür yansıması olarak okunabilir (bkz. Tablo 5). Karakterin elinde iletişim unsuru

olarak yer alan kukla bebek figürü onun bastırılmış kişiliğinin dışa vurumu olarak temsil bulmuştur. *Beneviento* karakterinin tüm bedeni uzun siyah bir kumaşla örtüktür. Siyah renk, onun karanlık taraflarını ve gizemli halini simgelemektedir (Kırık, 2013). Beyaz gelinlik giyinen kukla bebek ise onun saflığının ve masumiyetinin bir göstergesi olmaktadır. *Dona Beneviento* güç temsili bakımında diğer kadın karakterlerin sahip olduğu fiziksel herhangi bir güce ve görsel çekiciliğe sahip değildir onun korku mekanizması daha çok karakteri psikolojik açıdan zorlamaktır. Bu açıdan karakterin Angie figürü arasındaki kurduğu bağ Kristeva'nın "adlandırılmayan" korkunun yerine geçen fobik nesne düşüncesiyle ilişkilendirilebilir (Kristeva, 1982: 35). Bu bağlamda Angie ile Benevinto arasındaki bağı, fobik nesnesiyle ilişkilendirildiğinde, canavar-sı-dişil temsilden ziyade onun gerçek ile gerçek dışı arasındaki belirsizleşen sınırları üzerinden kurmaktadır.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Dijital oyunlardaki görsel dünya yalnızca estetik bir bütünlüğü değil aynı zamanda toplumsal ve kültürel açıdan güçlü anlatıyı içermektedir. Bu süreçte hikâye, mekân veya karakter gibi temel görsel iletişim unsurları anlatının önemli bir parçası haline gelmektedir. Erkek ve kadın karakterlerin oyundaki görsel sunumu, cinsiyete dayalı biçim ve özellikleri açısından belirgin şekilde farklılaşmaktadır. Bu çalışmada, antagonist kadın karakterlerin dijital oyunlardaki temsilde toplumsal cinsiyet göstergeleri ve korku unsurları açısından nasıl yer bulduğuna odaklanılmıştır. *Resident Evil Village* oyunu yalnızca ana kahramanın klasikleşmiş hayatta kalma serüvenini ele almakla kalmayıp antagonist kadın karakterlerinin görsel sunumları aracılığıyla toplumsal cinsiyete dair yerleşik unsurları ve korku türü bağlamında göstergebilimsel inceleme açısından zengin bir kaynak sunmaktadır. Antagonist kadınlar; beden, kostüm, renk gibi görsel anlatı işlevleri aracılığıyla canavar-sı-dişil temsili farklı şekillerde ürettiği görülmektedir. Village'taki kadın antagonistler genel olarak korku türündeki klasikleşen kurban rolünde olmayıp kontrolcü yapıları, tehdit eden ve canavar-sı-dişil özelliklerine sahip olmaları yerleşik toplumsal cinsiyet algısını bu yönleriyle tersine çevirmektedir. Her ne kadar Mother Miranda ya da Dimitrescu gibi fiziksel ve doğaüstü özelliklere sahip olan kadın karakterler ile güçlü bir kadın imajı veriliyor olsa da nihayetinde onlar da bir erkek karaktere karşı savunmasız kalmaktadır ve bu mücadelenin kaybedeni olmaktadır.

Ancak genel olarak kadın karakterler arasında güçlü, bağımsız ve cinsel-

likten arındırılmış kadın temsiline nadiren rastlanmakta, kadınların ya erotize edildiği ya da annelik rolü çerçevesinde şekillendiği görülmektedir. Kadın karakterlerin oyunlarda fiziksel olarak abartılı, cinselleştirilmiş biçimleri annelik ve doğaüstü güç imgeleriyle birlikte ele alınması erkek karakterlerin ise koruyucu ve güçlü yapılarla desteklenmesi toplumsal cinsiyet rollerinin geleneksel biçimde dijital oyun içeriklerine yansıtıldığının göstergesi olmaktadır. Resident Evil Village'taki erkek figürlerin savunma mekanizması daha çok fiziksel güç, akıl ve stratejik hamleler iken kadın karakterlerin, ancak bedensel çekicilikleri ve doğaüstü güçleriyle karşı koyabildiği görülmüştür. Kadın karakterlere baktığımızda ise Mother Miranda oyunlardaki klasik bir kadın tipine kıyasla bağımsız, güçlü ve iktidar sahibi olmasına karşın çocuğunu yeniden hayata döndürme motivasyonu onun yıkıcı annelik biçimine dönüştürürken, Lady Dimitrescu ve üvey kız kızları Bela, Daniela, Cassandra'nın vampirlik özellikleri ve doğaüstü güçleri hem arzu hem de tehdit kaynağı olarak canavarı-dişil özellikleriyle temsil edildiği görülmektedir. Donna Beneviento ise Angie oyuncağı bebek figürü daha çok psikolojik korku etkisiyle öne çıkan bir fobik nesne haline gelmektedir.

Bu çalışmada dijital oyunlardaki toplumsal cinsiyetin temsiline Barbara Creed'in canavarı-dişil özellikleri ekseninde ele almıştır. Antagonist kadın karakterinin tasarım unsurları; fiziksel özellikleri, kostümleri ve aksesuarlar, kullanılan renk kodları gibi göstergeleri kadınlık, vampirlik, annelik ve canavarlık imgeleriyle katmanlı bir biçimde incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda sinema temelli canavarı-dişil yaklaşımının oyun anlatıları içerisinde de benzer bir kurguya sahip olduğu görülmüş ve bu yaklaşımın dijital oyun çalışmaları açısından incelenebileceğine ulaşılmıştır. Çalışmanın, göstergebilimsel analizinde kullanılan annelik ve kadınlık imgelerinin canavarı-dişil kavramlarıyla ele alarak kuramsal bir zeminde yorumlanması yönüyle araştırmanın dijital oyun literatürü açısından özgün bir katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Aynı zamanda antagonist kadın karakterin temsilleri bağlamında dijital oyunların; sosyal, kültürel ve toplumsal cinsiyet kodları taşıırken aynı zamanda bu yargıları tekrar üreterek geniş kitlelere ulaştırma potansiyeli taşıdığını fark etmemiz açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akkaş, İ. (2019). "Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramları Çerçevesinde Ortaya Çıkan Toplumsal Cinsiyet Ayrımcılığı". *EKEV Akademi Dergisi (ICOAEF Özel Sayı)*, 97-118.
- Arpacı, M. (2019). "Cinsiyet, Kötülük ve Beden: Femme Fatale İmgesinin Kültürel İnşası", *Fe Dergi*, 11(1), 140-154.
- Bağcı, İ. (2023). "Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Edebiyatta "Kadın" Temsili". *Arkhe-Logos Felsefe Dergisi*, 8(16), 25-43
- Baltezarević, B., Baltezarević, R., Baltezarević, V., Kwiatek, P., & Baltezarević, I. (2021). "Stereotypical Negative Female Gender Roles in Digital Games". *Acta Ludologica*, 4(2), 42-61.
- Bristot, P. C., Pozzebon, E., Frigo, L. B., Canal, F. Z., & da Rosa Carraro, J. A. (2019). "Female representation in video games". *Clei Electronic Journal*, 22(2)Paper 7, 1-27.
- Creed, B. (1993). *The monstrous-feminine: Film, feminism, psychoanalysis*. London: Routledge.
- Dündar, G. (2015). "Dijital oyunlarda toplumsal cinsiyet inşası: Warrior of Nemesis örneği". 3. Uluslararası İletişim Öğrencileri Sempozyumu, 26-27 Ekim 2015, İzmir.
- Kan, D. (2012). "Yeni Medya Aracı Bilgisayar Oyunlarında Toplumsal Cinsiyetin İnşası". *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2(4), 52-60.
- Kırık, A. M. (2013). "Sinemada Renk Ögesinin Kullanımı: Renk ve Anlatım İlişkisi". *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 2(6), 71-83.
- Kim, S.-K., Yu, A. H., & Kim, S. K. (2021). "Study on character design affecting interactive games". *International Journal of Applied Science and Engineering Review*, 2(6), 11-19.
- Kondrat, X. (2015). "Gender and Video Games: How Is Female Gender Generally Represented in Various Genres of Video Games?" *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 6(1), 171-193.
- Kristeva, J. (1982). *Powers of horror: An essay on abjection*. New York, NY: Columbia University Press
- Murathan, T. & Karaaslan, H. (2023). "Dijital Oyunlarda Toplumsal Cinsiyetsizlik Kavramı ve Lgbti+ İçerikleri". *Journal of History School*, 16(67), 3391-3423.

- Oakley, A. (1972). *Sex, Gender and Society*. London: Temple Smith.
- Onay, C. Z. ve Kıyloğlu, L. (2021). “Dijital oyunlarda kadın ve erkek temsilinin toplumsal cinsiyet işaretleri bağlamında değerlendirilmesi”. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(41), 955-993.
- Puro, J. M. *Female Characters in Video Games: Representation and Character Types*. (Lisans Tezi, Tampere University of Applied Sciences). Erişim adresi: <https://www.theseus.fi/handle/10024/113046>
- Spencer, B. (2022). *Sonic Terror: Representing the Woman Character in Horror Video Games*. (Yüksek Lisans Tezi). Queen’s University, Canada. Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/1974/30567>
- Stang, S. (2019). “The Broodmother as Monstrous-Feminine—Abject Maternity in Video Games”. *Nordlit*. 42, 233–256.
- Stang, S. (2021). *Maiden, Mother, and Crone: Abject Female Monstrosity in Role-playing Games* (Doktora Tezi). York University, Canada. Erişim adresi: <http://hdl.handle.net/10315/38644>

GÖRSEL KAYNAKÇASI

- EGW News. (2023). Unveiling the Chilling Origins of Lady Dimitrescu’s Daughters in Resident Evil Village. Erişim adresi: <https://egw.news/gaming/news/23649/unveiling-the-chilling-origins-of-lady-dimitrescu-rnhAj1PgY>
- IGN. (2021, 12 Mayıs). *Crystal Dimitrescu*. Erişim adresi: https://www.ign.com/wikis/resident-evil-8-village/Crystal_Dimitrescu
- Peacock, A. (2021, 31 Ekim). *Scream counter: “Resident Evil Village”*. Erişim adresi: <https://www.fandom.com/articles/scream-counter-resident-evil-village>
- Resident Evil Village. (t.y). Characters. Erişim adresi: <https://www.residentevil.com/village/en-asia/>.

3. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARIN PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE GÖRSEL REKLAM KAMPANYALARI VE SOSYAL MEDYA STRATEJİLERİ: LEAGUE OF LEGENDS VE FORTNİTE ÖRNEK OLAYLARI

Cansu BOYACI

Yüksek Lisans Öğrencisi

İstanbul Topkapı Üniversitesi,

cansuboyaciali@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-7916-253X>

GİRİŞ

Dijital oyunlar, teknolojik gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte yalnızca eğlence amacıyla kullanılan medya ürünleri olmaktan çıkmıştır. Günümüzde oyunlar; sosyal etkileşim, kültürel üretim, içerik paylaşımı ve marka iletişimi açısından da önemli alanlar hâline gelmiştir. Özellikle çevrim içi oyunların yaygınlaşması, oyuncuların oyun içerisinde yalnızca bir deneyim yaşamalarını değil, aynı zamanda diğer kullanıcılarla iletişim kurmalarını, içerik üretmelerini ve farklı markalarla etkileşime geçmelerini mümkün kılmıştır.

Bu dönüşüm, dijital oyunların pazarlama iletişimindeki konumunu da değiştirmiştir. Geleneksel reklamcılıkta marka, belirli bir mesajı televizyon, radyo, basılı medya veya dijital platformlar aracılığıyla tüketiciye ulaştırırken dijital oyunlarda iletişim daha etkileşimli bir yapıya sahiptir. Oyuncu, karşılaştığı reklamın yalnızca izleyicisi olmayabilir; bir markanın ürününü oyun içerisinde kullanabilir, bir etkinliğe katılabilir, bir karakteri tercih edebilir veya yaşadığı deneyimi sosyal medya üzerinden paylaşabilir.

Bu nedenle dijital oyunların pazarlanmasında görsel iletişim tasarımı önemli bir yere sahiptir. Karakter tasarımları, renk paletleri, tipografi, sinematik videolar,

oyun içi görseller, sosyal medya içerikleri ve etkinlik tasarımları bir arada değerlendirildiğinde, oyunun yalnızca görsel görünümünü değil, marka kimliğini de oluşturmaktadır. Özellikle güçlü bir görsel dünyaya sahip oyunlarda karakterler ve hikâyeler, reklam kampanyalarının temel unsurlarından biri hâline gelmektedir.

Dijital oyunların pazarlama iletişiminde dikkat çeken bir diğer gelişme ise farklı medya kanallarının bir arada kullanılmaya başlanmasıdır. Bir oyun karakterinin sosyal medyada tanıtılması, müzik videosunda yer alması, sinematik bir filmde hikâyesinin anlatılması veya bir dizi içerisinde yeniden karşımıza çıkması, markanın farklı temas noktalarında görünür olmasını sağlamaktadır. Bu yaklaşım, transmedya anlatımı ve transmedya pazarlaması açısından değerlendirilebilecek yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkarmaktadır.

Bu bölümde League of Legends ve Fortnite, dijital oyunların pazarlama iletişiminde kullandıkları görsel reklam kampanyaları ve sosyal medya stratejileri üzerinden ele alınmaktadır. İki oyun, benzer hedef kitlelere ulaşmalarına rağmen marka iletişimi açısından farklı yollar izlemektedir. League of Legends daha çok kendi hikâye evrenini ve karakterlerini farklı medya alanlarına taşıyarak marka dünyasını genişletirken Fortnite, farklı markaları, sanatçıları ve popüler kültür unsurlarını kendi oyun alanında bir araya getirmektedir.

Bu doğrultuda bölümde öncelikle dijital oyunlarda pazarlama iletişiminin dönüşümü ve görsel iletişim tasarımının rolü ele alınacak; ardından League of Legends ve Fortnite örnekleri incelenecektir. Son bölümde ise iki oyunun pazarlama iletişiminde kullandığı yöntemler karşılaştırmalı olarak değerlendirilecektir.

1. DİJİTAL OYUNLARDA PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Dijital oyunların pazarlama iletişimindeki yeri, oyun sektörünün gelişimiyle birlikte önemli ölçüde değişmiştir. İlk dönemlerde oyunların pazarlanması büyük ölçüde oyunun kendisini tanıtmaya ve satışa yönlendirmeye dayanırken, günümüzde oyun markalarının iletişim stratejileri çok daha geniş bir alana yayılmaktadır.

Bir oyunun tanıtımı artık yalnızca fragman veya reklam filmi üzerinden yapılmamaktadır. Sosyal medya paylaşımları, içerik üreticileri, e-spor organizasyonları, oyun içi etkinlikler, marka iş birlikleri, müzik çalışmaları ve kullanıcıların ürettiği içerikler aynı iletişim sürecinin parçaları haline gelmektedir.

Bu değişimin temelinde dijital oyunların etkileşimli yapısı bulunmaktadır. Kullanıcı, geleneksel medyada olduğu gibi yalnızca içeriği tüketmekle kalmamakta; oyunun sunduğu deneyimin içerisinde aktif bir rol üstlenmektedir. Bu durum pazarlama iletişimini de daha katılımcı bir yapıya taşımaktadır.

1.1. Görsel İletişim Tasarımı ve Oyun Markaları

Dijital oyunlarda görsel tasarım, oyunun kullanıcı tarafından nasıl algılanacağını belirleyen temel unsurlardan biridir. Karakterlerin görünümü, kullanılan renkler, mekân tasarımları, tipografi ve hareketli görüntüler oyunun kendine özgü bir kimlik kazanmasını sağlar.

Ancak görsel iletişimin işlevi yalnızca estetik bir görünüm oluşturmaktan ibaret değildir. Özellikle marka değeri yüksek oyunlarda görsel tasarım, kullanıcı ile marka arasındaki ilişkinin kurulmasına yardımcı olur.

Örneğin bir karakterin belirli renklerle, sembollerle veya kıyafetlerle tasarlanması, kullanıcıda karaktere ilişkin belirli çağrışımlar oluşturabilir. Aynı görsel dil sosyal medya içeriklerinde, fragmanlarda ve oyun içi materyallerde devam ettirildiğinde ise karakter, oyunun genel marka kimliğinin bir parçası hâline gelir.

Bu nedenle oyunlarda görsel iletişim tasarımını yalnızca grafik üretimi üzerinden değil, marka kimliği oluşturma ve kullanıcı deneyimini yönlendirme açısından değerlendirmek gerekir.

1.2. Transmedya Pazarlaması ve Dijital Oyunlar

Dijital oyunların pazarlama iletişimde dikkat çeken yöntemlerden biri transmedya anlatımıdır. Jenkins'e (2006) göre transmedya anlatımında bir hikâye farklı medya platformlarına taşınırken her platform, anlatıya kendine özgü bir katkı sunmaktadır. Böylece aynı hikâyenin farklı mecralarda tekrar edilmesinden ziyade, farklı medya kanalları üzerinden genişleyen bir anlatı dünyası ortaya çıkmaktadır.

Dijital oyunlar bu yaklaşım için oldukça uygun bir yapı sunmaktadır. Çünkü oyunlarda oluşturulan karakterler ve hikâyeler; sinema, dizi, müzik, sosyal medya ve e-spor gibi farklı alanlarda yeniden kullanılabilir.

Bu noktada pazarlama iletişimi ile transmedya anlatımı birbirini desteklemektedir. Oyuncu bir karakterle oyun içerisinde tanışırken, aynı karakteri başka bir medya kanalında farklı bir hikâyenin içerisinde görebilmektedir. Böylece marka ile kullanıcı arasındaki temas noktaları çoğalmaktadır.

League of Legends'ın K/DA ve Arcane projeleri bu açıdan dikkat çekici örneklerdir. Fortnite ise farklı markaları ve popüler kültür unsurlarını oyun dünyasına taşıyarak daha farklı bir transmedya ve iş birliği modeli ortaya koymaktadır.

1.3. Sosyal Medya ve Kullanıcı Katılımı

Sosyal medya, dijital oyunların pazarlama iletişiminde yalnızca duyuru yapılan bir kanal olmaktan çıkmıştır. Oyuncuların oyunla ilgili deneyimlerini paylaşabildiği, içerik üreticilerinin oyunları yorumladığı ve markaların topluluklarla doğrudan iletişim kurabildiği bir alana dönüşmüştür.

Özellikle YouTube, Twitch, Instagram ve TikTok gibi platformlarda oyun içeriklerinin yaygınlaşması, oyuncuların marka iletişimindeki rolünü de değiştirmiştir. Bir oyuncunun hazırladığı video veya yaptığı paylaşım, markanın resmi hesabından bağımsız olarak binlerce kişiye ulaşabilmektedir.

Bu nedenle kullanıcı üretimli içerikler, dijital oyun pazarlamasında dikkate alınması gereken önemli bir iletişim unsurudur. Kullanıcı, markanın hedef kitlesi olmanın yanında markanın görünürlüğünü artıran bir iletişim aktörüne de dönüşmektedir.

2. LEAGUE OF LEGENDS: MARKA İMAJI, KARAKTER TASARIMI VE TRANSMEDYA

League of Legends, Riot Games tarafından geliştirilen ve 2009 yılında yayımlanan çevrim içi çok oyunculu bir savaş arenası oyunudur. Oyunun yıllar içerisinde geliştirdiği marka yapısı, onu yalnızca bir oyun olmaktan çıkarak farklı medya alanlarında varlık gösteren geniş bir eğlence markasına dönüştürmüştür.

League of Legends'ın iletişim stratejisinde karakterler, hikâyeler ve görsel dünya önemli bir yere sahiptir. Riot Games, oyunun evrenini farklı içeriklerle sürekli olarak genişletmekte ve bu içerikleri birbirini destekleyecek şekilde kullanmaktadır.

2.1. Görsel Kimlik ve Karakter Tanıtım Kampanyaları

League of Legends'ta her karakterin kendine özgü bir görsel kimliği bulunmaktadır. Karakterlerin görünümü, renkleri, kıyafetleri, hikâyeleri ve kişilik özellikleri birlikte tasarlanmaktadır.

Bu nedenle yeni bir karakterin oyuna eklenmesi, yalnızca oyuna yeni bir seçenek kazandırmak anlamına gelmez. Aynı zamanda kullanıcıya yeni bir hikâye ve görsel dünya sunulur.

Seraphine karakterinin tanıtım süreci bu açıdan dikkat çekicidir. 2020 yılında oyuna eklenen Seraphine, oyun içerisinde yer almadan önce sosyal medya

üzerinden gerçek dünyada yaşayan genç bir müzisyen gibi tanıtılmıştır. Karakterin müzik çalışmalarını, çizimlerini ve günlük yaşamını paylaşması, kullanıcıların karakterle oyun dışında da ilişki kurmasını sağlamıştır.

Seraphine örneğinde karakter, oyunun bir parçası olmanın ötesine geçerek doğrudan iletişim kuran bir kimliğe sahip olmuştur. Bu yaklaşım, karakter tanımını klasik bir reklam kampanyasından farklılaştırmaktadır.

2.2. Sinematik Reklam Filmleri

League of Legends'in marka iletişimde sinematik filmler de önemli bir yere sahiptir. "Warriors", "Awaken", "RISE" ve "GODS" gibi çalışmalar, oyunun hikâye dünyasını müzik ve animasyonla birlikte izleyiciye sunmaktadır.

Bu filmlerde oyunun teknik özelliklerinden çok karakterlerin yaşadığı mücadeleler ve hikâyeler ön plana çıkarılmaktadır. Böylece izleyicinin oyuna ilişkin yalnızca bilgi edinmesi değil, belirli duygularla ilişki kurması amaçlanmaktadır.

Özellikle "Warriors" çalışmasında Imagine Dragons'ın müziğinin kullanılması, oyun markası ile müzik kültürünün bir araya gelmesini sağlamıştır. Benzer şekilde farklı sanatçılarla gerçekleştirilen projeler de League of Legends'in oyun sektörünün dışındaki kitlelerle iletişim kurmasına katkı sağlamaktadır.

Bu noktada sinematik filmler, oyunun doğrudan reklamını yapan içerikler olmaktan çok **League of Legends dünyasını tanıtan ve markanın duygusal yönünü güçlendiren iletişim çalışmaları** olarak değerlendirilebilir.

2.3. K/DA ve Müzik Üzerinden Marka Genişlemesi

League of Legends'in oyun dışına taşınmasını sağlayan en başarılı projelerden biri K/DA'dır. K/DA ile birlikte oyundaki karakterler sanal bir müzik grubunun üyeleri olarak yeniden tasarlanmıştır.

Karakterlerin sahne kıyafetleri, müzik videoları ve görsel kimlikleri gerçek bir pop müzik grubunu andıracak biçimde oluşturulmuştur. Böylece League of Legends karakterleri yalnızca oyuncuların karşılaştığı oyun karakterleri olmaktan çıkmış ve popüler kültürün bir parçası hâline gelmiştir.

K/DA'nın "POP/STARS" çalışması bu yaklaşımın en bilinen örneklerinden biridir. Gerçek sanatçıların sesleriyle sanal karakterlerin bir araya getirilmesi, müzik ile dijital oyun arasındaki sınırı ortadan kaldırmıştır.

Burada önemli olan nokta, müziğin yalnızca oyunun tanıtımı için kullanılması

masıdır. Oyunun karakterleri yeni bir müzik markasının merkezine yerleştirilmiştir. Böylece League of Legends’in marka dünyası farklı bir kültürel alana taşınmıştır.

2.4. Arcane ve Transmedya Pazarlaması

League of Legends’in transmedya yaklaşımının en dikkat çekici örneklerinden biri Arcane animasyon serisidir.

Arcane, League of Legends karakterlerini ve hikâyelerini oyun dışındaki izleyicilerle buluşturmuştur. Dizinin önemli özelliklerinden biri, League of Legends oynamayan kişilerin de hikâyeyi bağımsız olarak takip edebilmesine olanak sağlamasıdır.

Bu durum, oyunun hedef kitlesinin genişlemesi açısından önemlidir. Oyunu daha önce deneyimlememiş bir izleyici, Arcane üzerinden League of Legends karakterleriyle tanışabilmekte ve daha sonra oyuna ilgi gösterebilmektedir.

Bu açıdan Arcane yalnızca bir animasyon projesi değil, aynı zamanda League of Legends markasının yeni kitlelere ulaşmasını sağlayan bir pazarlama iletişimi aracı olarak değerlendirilebilir.

2.5. E-Spor ve Deneyimsel Pazarlama

League of Legends’in marka iletişimde e-spor organizasyonları da önemli bir yere sahiptir. Dünya Şampiyonası gibi büyük etkinliklerde oyun dünyasının görsel unsurları gerçek sahneye taşınmaktadır.

Müzik performansları, dijital ekranlar, ışık sistemleri ve artırılmış gerçeklik uygulamaları bir arada kullanılarak izleyicilere kapsamlı bir deneyim sunulmaktadır.

Bu organizasyonlar, oyunun yalnızca oynandığı değil, aynı zamanda izlenen ve deneyimlenen bir marka hâline gelmesine katkı sağlamaktadır.

3. FORTNİTE: POPÜLER KÜLTÜR, MARKA İŞ BİRLİKLERİ VE DENEYİM

Fortnite’in pazarlama iletişimde League of Legends’tan farklı bir yaklaşım görülmektedir. Fortnite, kendi hikâye dünyasını genişletmenin yanında farklı markaları, sanatçıları ve popüler kültür unsurlarını oyun içerisinde bir araya getirmektedir.

Bu nedenle Fortnite, zaman içerisinde yalnızca bir oyun olarak değil, farklı markaların kullanıcılarla buluşabildiği dijital bir platform olarak da değerlendirilmeye başlanmıştır.

3.1. Marka İş Birlikleri

Fortnite’ın pazarlama stratejisinde marka iş birlikleri önemli bir yere sahiptir. Marvel, Star Wars, Nike ve Balenciaga gibi farklı markalar oyun içerisinde çeşitli içeriklerle kullanıcılarla buluşturulmuştur.

Bu iş birliklerinin dikkat çekici tarafı, markaların yalnızca oyun içerisinde görünür olması değildir. Markaya ait karakterler, kıyafetler veya ürünler doğrudan oyun deneyiminin bir parçası hâline getirilmektedir.

Örneğin Balenciaga iş birliğinde moda markasının fiziksel dünyadaki kimliği, Fortnite’ın dijital ortamına taşınmıştır. Kullanıcılar markanın tasarımlarından ilham alan dijital ürünleri karakterlerinde kullanabilmiştir.

Böylece fiziksel marka deneyimi ile dijital deneyim arasında bir bağlantı kurulmuştur.

3.2. Sanal Konserler

Fortnite’ın pazarlama iletişiminde sanal konserler önemli bir dönüm noktası oluşturmıştır. Travis Scott’ın 2020 yılında gerçekleştirdiği “Astronomical” etkinliği bunun en bilinen örneklerinden biridir.

Etkinlik sırasında kullanıcılar yalnızca bir müzik performansını izlememiş, avaturlarıyla etkinliğin içerisinde yer almıştır. Görsel efektler ve oyun dünyasının fiziksel kurallarının değiştirilmesi, konser deneyiminin geleneksel müzik etkinliklerinden ayrılmasını sağlamıştır.

Bu tür etkinliklerde pazarlama mesajı doğrudan kullanıcıya sunulmak yerine deneyimin kendisi üzerinden kurulmaktadır.

3.3. Sosyal Medya ve İçerik Üreticileri

Fortnite’ın sosyal medya stratejisi, oyunun sürekli yenilenen yapısıyla birlikte ilerlemektedir. Yeni sezonlar, karakterler, etkinlikler ve iş birlikleri sürekli olarak yeni içeriklerin üretilmesini sağlamaktadır.

İçerik üreticileri de bu iletişim sürecinin önemli bir parçasıdır. YouTube, Twitch ve TikTok üzerinden Fortnite içerikleri üreten kişiler, oyunun topluluk kültürünün gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Kullanıcılar bu içerikleri yalnızca izlemekle kalmamakta, kendi deneyimlerini de paylaşmaktadır. Böylece resmi marka iletişiminin yanında kullanıcıların oluşturduğu ikinci bir iletişim alanı ortaya çıkmaktadır.

3.4. Kullanıcı Üretimli İçerik

Fortnite’ın iletişim stratejisinin güçlü taraflarından biri, kullanıcıların içerik üretmesine açık olmasıdır. Oyuncular oyun içerisindeki deneyimlerini, karakterlerini, kostümlerini ve etkinlikleri sosyal medya üzerinden paylaşmaktadır.

Bu içerikler markanın resmi iletişiminden bağımsız olarak ortaya çıksa da Fortnite’ın görünürlüğünü artırmaktadır.

Bu nedenle Fortnite örneğinde kullanıcı yalnızca tüketici değildir. Kullanıcı aynı zamanda markanın iletişim sürecine katkıda bulunan bir içerik üreticisi ve dağıtıcısı haline gelmektedir.

4. LEAGUE OF LEGENDS VE FORTNİTE’İN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

League of Legends ve Fortnite’ın pazarlama iletişimleri karşılaştırıldığında iki farklı yaklaşım öne çıkmaktadır.

Analiz Parametresi	League of Legends	Fortnite
Görsel iletişim	Hikâye ve sinematik anlatı	Dinamik ve popüler kültür odaklı
Marka stratejisi	Kendi evrenini genişletme	Farklı markaları bir araya getirme
Karakter kullanımı	Hikâye ve karakter gelişimi	İş birlikleri ve popüler kültür
Transmedya	Arcane, K/DA ve sinematikler	Müzik, moda, film, spor ve etkinlikler
Sosyal medya	E-spor ve topluluk odaklı	Trend ve hızlı içerik odaklı
Influencer kullanımı	E-spor oyuncularını ve içerik üreticileri	Yayıncılar ve popüler içerik üreticileri

Analiz Parametresi	League of Legends	Fortnite
Kullanıcı rolü	Oyuncu ve topluluk üyesi	Oyuncu, tüketici ve içerik üreticisi
Reklam yaklaşımı	Hikâye ve duygusal bağ	Deneyim ve etkileşim

Tabloya bakıldığında League of Legends’in iletişim stratejisinde marka evreni oluşturma, Fortnite’ta ise deneyim alanı oluşturma daha belirgin olduğu görülmektedir.

League of Legends, kullanıcıyı karakterlerin ve hikâyelerin içerisine çekerek markayla daha uzun süreli bir bağ kurmaya çalışmaktadır. Fortnite ise kullanıcıya sürekli değişen içerikler ve farklı markalarla karşılaşabileceği bir oyun deneyimi sunmaktadır.

Bu iki yaklaşım birbirinden farklı olsa da ortak bir noktada buluşmaktadır: Her iki oyun da kullanıcıyı pasif bir reklam izleyicisi olarak görmemektedir.

SONUÇ

Dijital oyunların gelişmesi, oyunların pazarlama iletişimindeki rolünü de değiştirmiştir. Günümüzde oyunlar yalnızca reklamı yapılan ürünler değil, aynı zamanda reklamın deneyimlendiği iletişim ortamlarıdır.

League of Legends örneğinde marka, kendi karakterlerini ve hikâye evrenini farklı medya kanallarına taşıyarak güçlü bir marka dünyası oluşturmuştur. K/DA, Arcane, sinematik filmler ve e-spor organizasyonları bu dünyanın farklı parçalarını oluşturmaktadır.

Fortnite ise farklı bir iletişim modeli geliştirmiştir. Marka iş birlikleri, sanal konserler, influencer içerikleri ve kullanıcı üretimli paylaşımlar sayesinde farklı kültürel alanları oyun içerisinde buluşturmuştur.

Bu nedenle League of Legends’in pazarlama iletişimini hikaye, karakter ve marka evreni; Fortnite’ın iletişimini ise deneyim, etkileşim ve popüler kültür üzerinden açıklamak mümkündür.

Ancak iki örneğin ortak noktası daha dikkat çekicidir. Kullanıcı artık yalnızca reklam mesajının alıcısı değildir. Oyunun içerisinde deneyim yaşamakta, içerik üretmekte, bu içeriği sosyal medyada paylaşmakta ve başka kullanıcıların marka ile karşılaşmasını sağlamaktadır.

Bu durum, dijital oyunların pazarlama iletişimindeki en önemli değişimlerden birini ortaya koymaktadır. Reklam, oyunun dışında karşılaşılan ayrı bir içerik olmaktan çıkarak oyunun, sosyal medyanın ve kullanıcı deneyiminin içerisinde yerleşmektedir.

Sonuç olarak dijital oyunlar, günümüzde yalnızca eğlence amacıyla tüketilen medya ürünleri olarak değil; görsel iletişim, marka deneyimi, sosyal medya etkileşimi ve kültürel üretimin bir araya geldiği yeni nesil pazarlama iletişimi ortamları olarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aslan, E. S., Muslu, İ. ve Deniz, H. (2024). Markaların oyun içi reklam uygulamaları üzerine bir araştırma. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 318-340. <https://doi.org/10.53281/kritik.1567235>
- Akcan, B. ve Kazaz, A. (2022). Deneyimsel pazarlama stratejisi olarak oynanabilir reklamlar. *Yeni Medya*, 12, 53-78. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1102659>
- Burak, M. (2019). Yeni iletişim ortamı olarak dijital oyunlarda deneyim içerikli yeni bir reklam uygulaması: Skillful Finger örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1325-1342
- Bozkurt, Y. ve Oyman, M. (2016). Oyun ya da reklam? Genç oyuncular eğlence içerikli oyun reklamları nasıl algılıyor? *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (58).
- Dereli, A. B., Taşdemir, E. ve Sevimli, H. (2025). Gelişen ve dönüşen bir reklam alanı üzerine sınıflandırma çalışması: Dijital oyun reklamcılığının tipolojisi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 6(2).
- Merdin, M. (2026). Bir reklam aracı olarak dijital oyun tasarımında yapay zekâ. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 16(2).
- Karagöz, K. ve Çakır, S. (2020). *Oyun İçi Reklamcılık ve Yeni Pazarlama Stratejileri: Fortnite Üzerine Bir İnceleme*.
- Toprak, A. ve Yıldırım, A. (2022). *Dijital Kültürde Sanal Konserler ve Etkileşimli Deneyim: Travis Scott Fortnite Konseri İncelemesi*.
- Yılmaz, M. ve Göker, G. (2021). *Dijital Oyunlarda Transmedya Hikâye Anlatıcılığı: League of Legends ve Arcane Örneği*.

4. BÖLÜM

ARAYÜZÜN ÖTESİNDE: DİJİTAL OYUNLARDA ÇEVRESEL GÖRSEL GERİ BİLDİRİM

Elif ATEŞ

Bahçeşehir Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,

Dijital Oyun Tasarımı Yüksek Lisans Programı

elif.ates@bahcesehir.edu.tr

<https://orcid.org/0009-0000-2884-7332>

GİRİŞ

Dijital oyunlarda görüntü, oyun dünyasını görünür kılmanın yanı sıra oyuncunun bu dünya içinde nasıl hareket edeceğine ve karşılaştığı durumlara nasıl tepki vereceğine ilişkin bilgiler de taşır. Uzakta yükselen duman bir yerleşime işaret edebilir, hareket eden bitkiler gidilecek yönü gösterebilir, karakterin duruşundaki değişim ise sağlık durumunun bozulduğunu anlatabilir. Bu işaretler sağlık çubuğu, mini harita veya görev simgesi gibi klasik arayüz öğelerinden farklı biçimde çalışsa da oyuncunun yönelmesini, seçim yapmasını ve eylemlerinin sonuçlarını değerlendirmesini sağlar. Bu nedenle oyun arayüzüne ait bilginin yalnızca ekran üzerine eklenen göstergelerle sınırlandırılması, oyun dünyasının taşıdığı iletişim işlevini açıklamakta yetersiz kalır. Jørgensen (2013), oyun dünyasının hem temsil edilen bir mekân hem de kuralları okunması gereken işlevsel bir sistem olarak deneyimlendiğini belirtir. Nitsche (2008) ise oyun mekânını, oyuncunun algısı ve eylemleriyle anlam kazanan çok katmanlı bir yapı olarak ele alır. Bu bölümde çevresel görsel geri bildirim, oyun sistemine ait yön, sağlık, tehlike, etkileşim ve durum bilgilerinin karakter bedeni, ekipman, ışık, renk, hareket, çevresel nesneler ve görsel efektler aracılığıyla aktarılması

olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım arayüzün ortadan kaldırılmasını değil, arayüz işlevlerinin oyun dünyasının farklı görsel yüzeylerine dağıtılmasını ifade eder. Çalışmada *Dead Space*, *Ghost of Tsushima* ve *The Last of Us Part II*, çevresel görsel geri bildirimin farklı uygulama biçimlerini temsil etmeleri nedeniyle karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. İnceleme, görsel bilginin oyun dünyasına nasıl yerleştirildiğine, oyuncu tarafından nasıl fark edildiğine ve estetik bütünlük, işlevsel okunabilirlik ile erişilebilirlik arasında nasıl bir ilişki kurulduğuna odaklanmaktadır.

1. OYUN DÜNYASININ İLETİŞİM YÜZEYİNE DÖNÜŞMESİ

1.1. Temsil İle İşlev Arasındaki Oyun Görüntüsü

Görsel iletişimde görüntünün anlamı yalnızca neyi temsil ettiğinden doğmaz; öğelerin birbirine göre konumu, büyüklüğü, rengi, karşıtlığı ve yönü de okuma biçimini düzenler. Kress ve van Leeuwen (2006), görsel düzenlemenin bilgi değerini, belirginliği ve çerçevelemeyi anlam üretiminin temel bileşenleri arasında ele alır. Bu yaklaşım oyun görüntüsüne uygulandığında belirginlik, yalnızca kompozisyon içindeki dikkat çekicilik olarak kalmaz. Dikkat çeken unsur çoğu zaman oyuncunun hareketini, seçimini veya zamanlamasını da etkiler.

Dillman, Mok, Tang, Oehlberg ve Mitchell (2018), kırk dokuz oyun üzerinden geliştirdikleri görsel etkileşim ipucu çerçevesinde, ışık ve karşıtlık gibi çevresel özelliklerin oyuncunun dikkatini etkileşim noktalarına çekebildiğini gösterir. Bir kapının diğer yüzeylerden daha aydınlık olması, tırmanılabilir çıkıntının belirli bir renkle ayrılması veya hareketli parçacıkların nesne çevresinde toplanması, görüntünün işlevsel hiyerarşisini kurar. Oyuncu bu işaretleri her zaman bilinçli olarak adlandırmaya da oyun, okunabilir bir eylem alanına dönüşür.

Oyun görüntüsünün bu ikili niteliği, sinema ve fotoğraf görüntüsünden önemli bir noktada ayrılır. Görüntü burada izlenen bir temsil olmanın yanında müdahale edilecek bir sistemin görünür yüzüdür. Galloway'e (2006) göre oyunlar eylem temelli nesnelerdir; görüntü, makine ve oyuncu eylemlerinin gerçekleştiği operasyonel bir düzlemdir. Bu nedenle bir ışık huzmesi yalnızca atmosfer kurmayabilir; gidilecek rotayı seçtirebilir. Karakterin yaralı animasyonu yalnızca dramatik sonuç yaratmayabilir; oyuncuyu kaynak aramaya yönleltebilir. Görsel biçimin iletişim gücü, oyuncunun eylemiyle sınırlıdır.

1.2. HUD, Diegesis ve Oyun Dünyasına Yerleşen Bilgi

Fagerholt ve Lorentzon (2009), oyun arayüzlerini diegetik, mekânsal, meta ve diegetik olmayan öğeler üzerinden sınıflandırmıştır. Diegetik öğeler oyun dünyasının içinde bulunur ve karakterler tarafından da algılanabilir. Mekânsal öğeler üç boyutlu oyun alanına yerleştirilir ancak kurmaca evrenin doğal nesneleri olmak zorunda değildir. Meta öğeler çoğunlukla ekran yüzeyine bağlı görsel etkiler şeklinde oyuncu durumunu bildirir. Diegetik olmayan HUD öğeleri ise oyun dünyasının dışında konumlanan klasik göstergelerdir. Bu sınıflandırma, arayüzün tek biçimli bir ekran katmanı olmadığını göstermesi bakımından önemlidir.

Yine de çağdaş oyunlarda bu kategoriler sık sık birbirine karışır. Karakterin sırtındaki ışıklı sağlık göstergesi hem kurmaca bir teknoloji hem de kesin bir sistem bilgisidir. Rüzgârla savrulan yapraklar çevrenin doğal hareketi gibi görünürken oyuncunun işaretlediği hedefe doğru yönelir. Yüksek karışıklık modu ise oyun dünyasının renklerini iletişim amacıyla geçici olarak yeniden düzenler. Bu örnekler, bilginin oyun dünyasının içinde veya dışında bulunmasından çok, bilginin dünyayla kurduğu ilişkinin derecelerini düşünmeyi gerektirir.

Iacovides, Cox, Kennedy, Cairns ve Jennett (2015), diegetik ve diegetik olmayan öğelerin oyuncu deneyimi üzerindeki etkisini karşılaştırırken arayüzün kaldırılmasının tek başına daha güçlü bir sürükleyicilik üretmediğini göstermiştir. Deneyim, oyuncunun uzmanlığına ve gerekli bilgiyi okuyabilmesine bağlıdır. Buradan hareketle çevresel geri bildirim, HUD'ın daha estetik bir ikamesi olarak görülmemelidir. İşaretin zamanlaması, fark edilirliliği ve oyuncunun onu öğrenebilmesi en az kurmaca dünyaya uyumu kadar önem taşır.

Jørgensen'in (2013) oyun dünyası arayüzü yaklaşımı bu noktada işlevseldir. Oyun dünyasının görünür yapısı, sistemle etkileşimi mümkün kılan bilgi yüzeyi olarak çalışabilir. Bir nesnenin aşınmış kenarı, bir duvarın üzerindeki boya izi veya karakterin ekipmanındaki ışık, oyuncuya eylem olasılığı sunar. Çevresel görsel geri bildirim, ayrı bir grafik katmanının ortadan kalkmasından çok, arayüz işlevinin temsil edilen dünya boyunca dağıtılmasıdır.

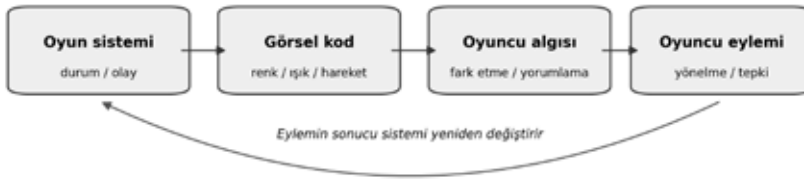
1.3. Geri Bildirim, Okunabilirlik ve Oyuncu Eylemi

Geri bildirim, oyuncunun yaptığı eylem ile sistemde oluşan değişiklik arasında algılanabilir bir bağ kurar. Salen ve Zimmerman (2004), anlamlı oyunu eylemler ile sonuçlar arasındaki ayırt edilebilir ve bütünleşik ilişki üzerinden açıklar. Oyuncu saldırının etkili olup olmadığını, görünür durumda bulunup bu-

lunmadığını veya doğru yöne ilerleyip ilerlemediğini okuyamazsa karar verme zemini zayıflar. Görsel geri bildirim bu ilişkinin başlıca taşıyıcılarından biridir.

Okunabilirlik her unsurun sürekli ve yüksek yoğunlukta görünmesi anlamına gelmez. Ware'e (2021) göre görsel dikkat; renk, hareket, yönelim ve biçim farklılıklarına duyarlıdır. Oyun tasarımında bu özellikler, bilgi hiyerarşisini zamana bağlı olarak değiştirmek için kullanılabilir. Tehlike anında kısa süreli renk parlaması, normal koşullarda görünmeyen izin hareketle belirginleşmesi ya da oyuncunun komutuyla çevresel yön göstergesinin etkinleşmesi, bilginin yalnızca gerektiği anda öne çıkmasını sağlar.

Bu geçici yapı, çevresel geri bildirimi sabit tabelalardan ayırır. Oyuncunun eylemi, konumu ve oyun durumu değiştikçe işaretin anlamı da değişebilir. Bu nedenle çevresel görsel geri bildirim üç aşamalı bir iletişim döngüsü içinde düşünülebilir: sistem bir durumu seçer, bu durumu görsel koda dönüştürür ve oyuncu kodu yorumlayarak yeni bir eylem gerçekleştirir. Yeni eylem sistemi yeniden değiştirir. Şekil 1'de bu döngü gösterilmektedir.



Şekil 1. Çevresel görsel geri bildirim döngüsü

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu döngüde tasarım hatası iki temel noktada ortaya çıkabilir. İlkinde görsel kod yeterince belirgin değildir ve oyuncu bilgiyi fark etmez. İkincisinde kod fark edilir fakat ne anlama geldiği anlaşılmaz. Örneğin sarı boyalı bir kenar güçlü biçimde dikkat çekebilir; ancak oyunun önceki bölümlerinde sarı rengin tırmanma eylemiyle tutarlı biçimde ilişkilendirilmemesi hâlinde yalnızca dekor olarak okunabilir. Görsel geri bildirim, belirginlik kadar öğrenilebilirlik ve tutarlılık gerektirir.

1.4. Mekânsal Anlatı İle İşlevsel İşaret Arasındaki İlişki

Jenkins (2004), oyun tasarımını anlatısal mimari olarak ele alırken çevrenin önceden bilinen çağrışımları harekete geçirebileceğini, olaylara sahne olabileceğini, anlatı bilgisini mekâna gömebileceğini ve oyuncunun ürettiği anlatılara kaynak sağlayabileceğini belirtir. Çevresel anlatı yaklaşımında terk edilmiş nesneler, hasarlı yapılar, duvar yazıları ve mekânsal düzen geçmiş olaylara ilişkin anlam üretir. Çevresel geri bildirim ise bu anlatısal katmana eylemsel bir katman ekler: aynı çevre, oyuncuya şimdi ne yapabileceğini veya neye dikkat etmesi gerektiğini de bildirir.

Bu iki işlev her zaman uyumlu değildir. Oyuncuyu sürekli aynı renkle yönlendiren yüzeyler, farklı mekânların görsel kimliğini tek tipleştirir. Fazla doğal ve belirsiz işaretler ise oyuncunun rotayı kaybetmesine yol açabilir. Tasarım, işaretin kurmaca dünyaya ait görünmesi ile kullanım sırasında ayrışması arasında bir eşik belirler. Çevresel geri bildirimin niteliği, bu eşiğin her oyun için nasıl kurulduğuyla ilgilidir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Deseni

Bu çalışma, nitel ve karşılaştırmalı bir oyun çözümlemesi olarak tasarlanmıştır. Aarseth (2003), oyun araştırmasında doğrudan oynama deneyiminin, oyun hakkında ikincil kaynaklardan edinilen bilgiden farklı bir çözümleme zemini sunduğunu vurgular. Bu doğrultuda oyunlar; arayüzün görünürlüğü, çevresel yönlendirme, durum bilgisi, tehlike bildirimi ve erişilebilirlik seçenekleri dikkate alınarak oynama yoluyla incelenmiştir. Çözümlemede oyun içi sistemlerin görsel biçimi kadar bu biçimlerin oyuncudan beklediği eylem de değerlendirilmiştir.

Çalışma, oyuncular üzerinde yürütülmüş bir etki araştırması değildir. Belirli görsel işaretlerin tüm oyuncularda aynı davranışı oluşturduğu ileri sürülmemektedir. İnceleme, seçilen oyunların tasarım çözümlerini karşılaştırmalı biçimde açıklamayı ve çevresel görsel geri bildirim için kullanılabilir bir kavramsal sınıflandırma geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu sınır, sürükleyicilik veya kullanıcı deneyimi üzerinde doğrulanmamış nedensel hükümlerden kaçınmayı gerektirir.

2.2. Örneklem Seçimi

Amaçlı örneklem kapsamında üç oyun seçilmiştir. *Dead Space*, sistem bilgisini karakterin bedeni ve kullandığı araçlarla ilişkilendiren yerleşik arayüz yaklaşımını temsil eder. *Ghost of Tsushima*, geniş açık dünyada doğa hareketlerini yön bulma sistemine dönüştürür. *The Last of Us Part II*, çevresel ipuçlarını, karakter animasyonlarını ve isteğe bağlı yüksek karışıklık katmanlarını birlikte kullanması nedeniyle örnekleme alınmıştır.

Oyunların çıkış tarihleri ve türleri aynı değildir. Karşılaştırmanın amacı tarihsel bir ilerleme çizgisi kurmak veya oyunları başarı sırasına koymak değildir. Her örnek, çevresel geri bildirimin farklı bir tasarım ölçeğini görünür kılmaktır. Oyunlar ve inceleme odakları Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Örneklem ve temel inceleme odakları

Oyun	Temel Yüzey	Aktarılan Bilgi	Ayrırt Edici Yaklaşım
<i>Dead Space</i>	Karakter bedeni ve ekipman	Sağlık, enerji, cephane	Sistem bilgisinin kurmaca teknolojiye yerleştirilmesi
<i>Ghost of Tsushima</i>	Doğa hareketi ve peyzaj	Yön, hedef ve keşif olasılığı	Sahnenin genel hareketinin navigasyon işlevi kazanması
<i>The Last of Us Part II</i>	Çevre, beden ve uyarlanabilir katman	Etkileşim, tehdit, yön ve görünürlük	Doğal ipuçlarıyla erişilebilirlik katmanlarının birlikte kullanılması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

2.3. Çözümleme ölçütleri

Çözümleme çerçevesi, oyun arayüzü sınıflandırmaları (Fagerholt ve Lorentzon, 2009; Jørgensen, 2013), görsel etkileşim ipuçları (Dillman ve diğerleri, 2018) ve mekânsal oyun çözümlemelerinden (Nitsche, 2008) yararlanılarak oluşturulmuştur. Altı ölçüt kullanılmıştır:

Bilginin kaynağı: Geri bildirimin karakter bedeni, ekipman, doğal çevre, mimari yüzey, görsel efekt veya ekran katmanı üzerinden üretilmesi.

Görsel kod: Renk, ışık, hareket, biçim, ölçek, karışıklık, yön ya da animasyon

değişiminin bilgi taşıma biçimi.

Yerleşme düzeyi: İşaretin kurmaca dünyanın doğal parçası, dünyaya eklenmiş mekânsal katman, ekran yüzeyine bağlı meta etki veya klasik HUD öğesi olarak konumlanması.

Beklenen oyuncu tepkisi: Yönelme, kaçınma, saldırma, kaynak arama, etkileşime geçme ya da durumu yeniden değerlendirme gibi eylemler.

Anlatısal uyum: Geri bildirimin oyunun estetik dili, karakteri ve kurmaca dünyasıyla kurduğu ilişki.

Erişilebilirlik ve uyarlanabilirlik: İşaretin farklı görme, algılama ve dikkat gereksinimleri doğrultusunda güçlendirilebilmesi, alternatif bir kanalla desteklenebilmesi veya oyuncu tarafından ayarlanabilmesi.

Bu ölçütler, tek tek görsel öğeleri sınıflandırmanın yanında farklı sistemlerin aynı oyun içinde nasıl birlikte çalıştığını değerlendirmek için kullanılmıştır.

3. ÇEVRESEL GÖRSEL GERİ BİLDİRİMİN ÜÇ TASARIM BİÇİMİ

3.1. *Dead Space*: Karakter Bedenin Arayüze Dönüşmesi

Dead Space, arayüz bilgisini korku atmosferinden ayrı bir ekran katmanında toplamak yerine önemli ölçüde karakterin bedeni ve ekipmanıyla ilişkilendirir. Isaac Clarke'ın giysisinin omurga hattı boyunca uzanan ışıklı gösterge sağlık durumunu bildirir. Stasis enerjisi yine giysi üzerindeki görsel birimlerle okunur. Cephane bilgisi silahın yakınında, oyun dünyasına yerleştirilmiş holografik gösterim olarak belirir. Menü ve iletişim ekranları da karakterin önünde açılan holografik yüzeyler şeklinde sunulur.

Bu yaklaşımda karakter bedeni oyuncunun dünyadaki temsilini sürdürürken sistem durumunu taşıyan hareketli bir bilgi yüzeyi hâline gelir. Sağlık göstergesinin karakterle birlikte kadrajda kalması, üçüncü şahıs kamera düzeniyle desteklenir. Oyuncu çevreyi izlerken sağlık bilgisini aynı görsel alan içinde okuyabilir. Bilgi, bakışın ekran köşesine düzenli olarak taşınmasını gerektirmeden görünür durumdadır.

Sağlık göstergesinin renk ve uzunluk değişimi iki farklı görsel kodu birleştirir. Uzunluk, kalan sağlık miktarına ilişkin dereceli bilgi sağlar; renk değişimi ise durumun aciliyetini belirginleştirir. Böylece tek bir kodun renk algısına bağlı kalması kısmen önlenir. Bununla birlikte göstergenin karakterin

sırtına yerleştirilmesi, kamera açısının bu bedensel yüzeyi görünür tutmasını gerektirir. Arayüz ile kamera tasarımı birbirinden bağımsız değildir.

Oyunun korku yapısı açısından bu yerleşimin başka bir sonucu vardır. HUD öğelerinin azaltılması, ekranın boşaltılmasından çok bilgi kaynaklarının kurmaca teknolojiyle uyumlu hâle getirilmesidir. Holografik menü açıldığında oyun dünyası tamamen kapanmaz; çevresel tehdit algısı sürer. Menü kullanımı güvenli bir dış alana geçiş olmaktan çıkar ve dünyadaki kırılganlığın devam ettiği bir eylem hâline gelir. Arayüzün görsel dili, anlatılan endüstriyel bilimkurgu evreniyle aynı malzeme repertuvarını paylaşır: soğuk ışık, çizgisel göstergeler, holografik yüzeyler ve teknik tipografi.

Bu bütünlük, her bilginin çevresel olarak sunulduğu anlamına gelmez. Oyunda nişangâh, etkileşim göstergeleri ve bağlama göre beliren metinler gibi farklı katmanlar da bulunur. *Dead Space* örneğinin önemi, arayüzü bütünüyle kaldırmasından çok hayati bilgiyi karakterin bedeni etrafında yeniden dağıtmasından kaynaklanır. Tasarım, ekranın dış çerçevesini arayüzün zorunlu yeri olmaktan çıkarır.

Karakter bedenine yerleşen bilginin okunabilirliği, bedensel durum animasyonlarıyla da desteklenir. Yaralanma ağırlaştığında Isaac'ın hareketi ve duruşu değişir. Bu animasyonlar, kesin bir sayısal değer vermese de sağlık göstergesini nitel bir durum bilgisiyle tamamlar. Görsel iletişim tek bir simgeye bağlı kalmaz; ışıklı gösterge, renk, uzunluk ve hareket birlikte çalışır. Bu yapı, çevresel geri bildirimin yedeklilik yoluyla güçlendirilebileceğini gösterir.

3.2. *Ghost of Tsushima*: Doğanın Yönlendirme Sistemine Dönüşmesi

Açık dünya oyunlarında yön bulma, oyuncunun büyük bir mekân içinde hedef seçmesini ve rotasını korumasını gerektirir. Yaygın çözüm, mini harita, pusula veya ekranda sabit kalan görev işaretidir. *Ghost of Tsushima*, ana yönlendirme işlevlerinden birini *Guiding Wind* sistemiyle çevreye taşır. Oyuncu hedef belirlediğinde rüzgârın yönü; çimen, yaprak, kumaş ve parçacıkların hareketi üzerinden görünür hâle gelir. PlayStation'ın oyun rehberi de oyuncunun seçtiği hedefe doğru yönelmek için rüzgârı çağırabildiğini açıklar (Sony Interactive Entertainment, 2020a).

Bu sistemde yön, tek bir okun biçimine indirgenmez. Çevredeki çok sayıda öğenin ortak hareketinden oluşur. Rüzgârın kendisi görünmezken etkileri görünürdür. Oyuncu yönü, bir simgenin ucunu takip ederek değil, sahnenin

genel hareket düzenini okuyarak algılar. Bu nedenle görsel geri bildirim kompozisyonun üzerine eklenmez; kompozisyonu geçici olarak yeniden düzenler.

Sistemin sanat yönetimiyle ilişkisi belirgindir. Geliştirici açıklamasına göre rüzgâr ve hareket duygusu, projenin erken sanat yönetimi hedefleri arasında yer almış; daha sonra bu görsel hedef yönlendirme mekanizmasına dönüştürülmüştür (Fleming, 2020). Burada estetik tercih sonradan işlevsel bir göstergeyle kaplanmamış, işlev doğrudan estetik sistemden türetilmiştir. Rüzgâr hem adanın canlılığını ve sinematografik görünümünü destekler hem de oyuncuya rota bilgisi verir.

Yönlendirici rüzgâr sürekli aynı yoğunlukta çalışmaz. Oyuncunun komutuyla belirginleşir ve bir süre sonra çevrenin olağan hareketine karışır. Bu zamanlama, sabit arayüz öğelerinin görsel yükünü azaltırken oyuncunun ihtiyaç anında bilgi talep etmesine izin verir. Geri bildirim, sistemin sürekli konuşması yerine oyuncuyla çağrı-cevap ilişkisi kurar.

Oyunda sarı kuşlar, tilkiler, ufukta yükselen duman ve belirgin ağaçlar gibi başka çevresel yönlendirme araçları da bulunur. Kuş ve tilki hareketleri oyuncuyu belirli etkinliklere taşır; duman yerleşim veya çatışma olasılığına işaret eder. Bu öğeler kesin rota bilgisinden farklı olarak merak uyandıran hedefler üretir. Böylece çevresel iletişim iki düzeyde çalışır: rüzgâr seçilmiş hedefe yön verirken, hayvanlar ve uzaktan görülen işaretler yeni hedeflerin keşfedilmesini teşvik eder.

Doğal işaretlerin kullanımı bazı okunabilirlik sorunlarını da beraberinde getirir. Yoğun görsel hareket, düşük karşıtlık, ekran boyutu veya oyuncunun dikkat koşulları, rüzgârın yönünü izlemeyi zorlaştırabilir. Oyunun sonraki sürümlerinde *Enhanced Wind Visibility* seçeneğinin rüzgârın görünürlüğünü artırması, çevresel işaretlerin de erişilebilirlik ayarlarına ihtiyaç duyduğunu gösterir (Sony Interactive Entertainment, 2024). Bu seçenek, doğal görünüm ile bilgi belirginliği arasındaki eşğin her oyuncu için aynı olmadığını kabul eder.

Ghost of Tsushima örneğinde çevresel geri bildirim, işareti dünyaya gizlemek yerine dünyanın hareketini işarete dönüştürür. Bu ayrım önemlidir. Oyuncunun görevi dekorun içindeki küçük simgeyi bulmak değil, çevredeki ortak yönelimi okumaktır. Görsel iletişim, tekil nesneden sahne ölçeğine genişler.

3.3. *The Last of Us Part II*: Doğal İpucu ile Uyarlanabilir Görünürlük Arasındaki Katmanlar

The Last of Us Part II, terk edilmiş kent dokusu, bitki örtüsü, iç mekân ışığı, yüzey aşınmaları ve karakter animasyonları üzerinden yoğun bir çevresel okunabilirlik kurar. Oyuncunun ilerleyebileceği açıklıklar ışık ve karışıklıkla ayrılır; etkileşimli nesneler yakınlık ve bakış koşullarına bağlı olarak belirginleşir; düşman farkındalığı ses, beden yönelimi ve isteğe bağlı arayüz göstergeleriyle desteklenir. Karakterin duruşu, nefesi ve hareket ritmi çatışma durumuna ilişkin nitel bilgi taşır.

Bu yapı, doğal görünen çevresel ipuçları ile açık arayüz göstergelerini birlikte kullanır. Oyuncu, kaynak ararken çevrenin malzeme ve renk farklılıklarını okur; ancak küçük nesnelerin görünürlüğü bağlamsal simgelerle desteklenebilir. Dinleme modu, doğrudan görüş alanında bulunmayan tehdit ve kaynakların konumunu farklı bir görsel katman üzerinden gösterir. Dolayısıyla oyun, tüm bilgiyi tek bir gerçekçilik düzeyinde tutmaz; oynanabilirlik gereksinimine göre görünürlük katmanları arasında geçiş yapar.

Çevresel yönlendirmenin dikkat çekici yönlerinden biri, fiziksel izlerin eylem olasılığına bağlanmasıdır. Halat, merdiven, kırılabilir yüzey, sürünülebilir açıklık veya tırmanılabilir kenar, yalnızca mekânı ayrıntılandıran nesneler değildir. Biçimleri, konumları ve çevreyle karışıklıkları, oyuncunun eylem repertuvarıyla birlikte okunur. Aynı nesne ilk karşılaşmada açık bir öğretim mesajıyla tanıtılabilir; ilerleyen bölümlerde daha az belirgin hâle gelerek öğrenilmiş görsel sözlüğün parçası olur. Poretski ve Tang'ın (2022) oyun öğrenilebilirliğine ilişkin çalışması, oyunların kendilerini öğretme anlarının yalnızca başlangıç eğitimlerinden ibaret olmadığını, oyun boyunca farklı tasarım stratejileriyle sürdüğünü gösterir.

Oyunun çevresel geri bildirim açısından asıl ayırt edici yanı, erişilebilirlik seçenekleridir. Naughty Dog'un yayımladığı özellik listesinde yüksek karışıklık görünümü, çevrenin renklerini azaltırken dostları, düşmanları, etkileşimli nesneleri ve alınabilir öğeleri ayırttırılmış renklerle gösterir. HUD ölçeği, arka plan koyuluğu, HUD rengi, renk körlüğü seçenekleri ve ekran büyüteci de oyuncu tarafından ayarlanabilir (Naughty Dog, 2020). Yüksek karışıklık görünümü etkinleştirildiğinde çevresel gerçekçiliğin renk sistemi geçici olarak geri çekilir ve işlevsel sınıflar öne çıkar.

Bu dönüşüm, estetik bütünlük ile erişilebilirlik arasında basit bir tercih yapılmadığını gösterir. Oyun, varsayılan görsel dili tek zorunlu okuma biçimi olarak sunmak yerine alternatif bir iletişim katmanı sağlar. Varsayılan sahnede renk,

doku ve ışık içinde görece örtük kalan ayrımlar; yüksek karşıtlık görünümünde açık bir sınıflandırma sistemine dönüşür. Çevre arka plana çekilir, eylem açısından önemli öğeler renk kodlarıyla öne çıkar. Görsel iletişimin önceliği atmosferden işlevsel ayırtırmaya kayar.

Bu özellik, çevresel geri bildirimin işaretlerin görünmezliği üzerinden değerlendirilemeyeceğini ortaya koyar. Örtük işaretler bazı oyuncular için akıcı bir deneyim yaratırken başkaları için bilgi kaybına neden olabilir. Uyarlanabilir tasarım, tek bir görünürlük düzeyini evrenselleştirmek yerine oyuncuya işaretin belirginliğini değiştirme olanağı verir. Bu nedenle erişilebilirlik, ana tasarımdan sonra eklenen yardımcı menü olarak değil, oyunun görsel iletişim sisteminin alternatif düzenlenişi olarak düşünülmelidir.

4. KARŞILAŞTIRMALI BULGULAR

4.1. Bilginin Yerleşme Ölçekleri

Üç oyun, çevresel geri bildirimi farklı ölçeklere dağıtır. *Dead Space* için birincil yüzey karakter bedeni ve ekipmandır. Oyuncunun durumu, avatarın sırtında ve elindeki araçta okunur. *Ghost of Tsushima*'da bilgi sahne ölçeğine genişler; bitki örtüsü, parçacıklar ve kumaşların ortak hareketi yön üretir. *The Last of Us Part II* ise nesne, beden, çevre ve ekran katmanı arasında geçiş yapan karma bir yapı kullanır.

Bu farklılık, çevresel geri bildirimin yalnızca diegetik nesne kategorisiyle açıklanamayacağını gösterir. Bilgi bedene gömülebilir, çevresel harekete dağıtılabilir veya bütün görüntünün renk düzenini geçici olarak değiştirebilir. Yerleşme ölçeği büyüdükçe iletişim, tek bir göstergenin okunmasından sahnenin genel düzeninin yorumlanmasına doğru kayar.

Tablo 2. Oyunlara göre çevresel geri bildirimin karşılaştırılması

Ölçüt	<i>Dead Space</i>	<i>Ghost of Tsushima</i>	<i>The Last of Us Part II</i>
Bilgi kaynağı	Beden, giysi, silah	Rüzgâr, bitki, hayvan, duman	Çevre, nesne, animasyon, görsel katman
Başlıca kod	Işık, renk, uzunluk	Yönlü hareket ve parçacık	Karşıtlık, renk, biçim, hareket
Kesinlik	Ölçülebilir durum	Yönlendirici rota	Bağlama göre örtük veya açık

Oyuncu tepkisi	Kaynak kullanma, korunma	Yönelme ve keşif	Etkileşim, kaçınma, kaynak arama
Uyarlanabilirlik	Sınırlı	Rüzgâr görünürlüğü artırılabilir	Kapsamlı görünürlük ve erişilebilirlik ayarları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.2. Belirginlik ile Bütünlük Arasındaki Değişken Eşik

Çevresel işaretin oyun dünyasıyla bütünleşmesi, onun otomatik olarak okunabilir olmasını sağlamaz. *Dead Space* sağlık göstergesini kurmaca teknolojiyle uyumlu kılarken parlaklık, renk ve sabit kamera ilişkisiyle belirginliği korur. *Ghost of Tsushima* rüzgârı doğal harekete dönüştürür; ancak hareketin ayırt edilmesi için parçacık yoğunluğu ve çevresel tepki gerekir. *The Last of Us Part II* varsayılan doğal görünümü gerektiğinde yüksek karışıklık katmanıyla değiştirir.

Bu örneklerde bütünlük ve belirginlik birbirini dışlayan uçlar değildir. Tasarımcı, işaretin görsel dünyaya ait görünmesini sağlarken onu eylem için yeterince ayırıştırır. Denge sabit değildir; tehlike, oyuncu komutu, hasar veya erişilebilirlik tercihiyle değişebilir. Normal durumda düşük yoğunlukta kalan işaret, kritik anda büyüyebilir, parlayabilir, hareket edebilir ya da renk değiştirebilir.

4.3. Kesin Bilgi ile Yönlendirici Olasılık

Her görsel geri bildirim aynı kesinlik düzeyinde çalışmaz. *Dead Space*'te sağlık göstergesi, oyuncunun durumuna ilişkin ölçülebilir bir değer sunar. *Ghost of Tsushima*'daki rüzgâr yönü gösterir ancak izlenecek kesin yolu çizmez; arazi yorumlama sorumluluğu oyuncuda kalır. Kuş ve duman gibi öğeler ise bir ilgi noktası önerir, hedefin niteliğini tamamen açıklamaz. *The Last of Us Part II*'daki çevresel izler eylem olasılığını sezdirirken yüksek karışıklık modu nesneleri açık sınıflara ayırır.

Bu ayrım, çevresel geri bildirimin oyuncu özerkliğiyle ilişkisini anlamak açısından önemlidir. Aşırı kesin işaret, keşfi bir simge takibine dönüştürebilir. Aşırı belirsiz işaret ise ilerlemeyi deneme yanılmaya bırakabilir. Tasarım, aktarılabilecek bilginin niteliğine göre kesinlik düzeyini belirlemelidir. Acil sağlık durumu daha açık bir kod gerektirirken isteğe bağlı keşif hedefi daha örtük bırakılabilir.

4.4. Tek Kanaldan Çoklu ve Eşdeğer Kodlamaya

Üç oyunda da güçlü örnekler, bilgiyi yalnızca tek bir görsel özelliğe bağlamaz. *Dead Space* sağlık için uzunluk, renk ve animasyonu birlikte kullanır. *Ghost of Tsushima* yön bilgisini çok sayıda çevre nesnesinin ortak hareketiyle üretir ve görünürlüğü artıran bir seçenek sunar. *The Last of Us Part II* renk, biçim, hareket, simge ve sesli destekleri farklı ayarlarla birleştirir.

Bir bilginin yalnızca renkle kodlanması renk algısı farklılıklarında sorun yaratabilir. Yalnızca küçük hareketle gösterilmesi görsel dikkat veya ekran boyutu nedeniyle fark edilmeyebilir. Eşdeğer kodlama, aynı bilginin birden fazla algısal özellik veya kanal üzerinden desteklenmesidir. Buradaki amaç ekranı daha fazla işaretlerle doldurmak değil, temel bilginin farklı yollarla erişilebilir olmasını sağlamaktır.

4.5. Çevresel Geri Bildirim Matrisi

İncelenen örneklerden hareketle çevresel görsel geri bildirim beş temel işleve ayrılabilir: durum bildirme, yönlendirme, tehdit uyarısı, etkileşim belirtme ve dünyadaki değişimi gösterme. Aynı görsel kod birden fazla işlev taşıyabilir. Hareket, yön gösterebildiği gibi yaklaşan tehlikeyi de bildirebilir. Renk, sağlık durumunu derecelendirebilir veya etkileşimli nesneleri sınıflandırabilir. Bu nedenle sınıflandırma yalnızca kullanılan görsel özelliğe değil, oyuncudan beklenen tepkiye göre yapılmalıdır.

Tablo 3. Çevresel görsel geri bildirim matrisi

İşlev	Görsel kaynak	Yaygın kod	Beklenen tepki
Durum bildirme	Karakter bedeni, ekipman	Renk, uzunluk, animasyon	Kaynak kullanma veya davranışı değiştirme
Yönlendirme	Peyzaj, ışık, hareket	Yön, karışıklık, tekrar	Rotayı seçme veya değiştirme
Tehdit uyarısı	Düşman, çevre, ekran etkisi	Parlama, renk, hız, titreşim	Kaçınma, savunma veya saldırma
Etkileşim belirtme	Nesne ve yüzey	Parlaklık, kenar, biçim, simge	Nesneye yaklaşma ve kullanma
İşlev	Görsel kaynak	Yaygın kod	Beklenen tepki
Değişimi gösterme	Mekân, hava, karakter	Işık, renk, hareket dönüşümü	Yeni oyun durumunu yeniden değerlendirme

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

5. ÇEVRESEL GÖRSEL GERİ BİLDİRİM İÇİN TASARIM MODELİ

Karşılaştırmalı çözümleme sonucunda çevresel görsel geri bildirimin beş ilke üzerinden değerlendirilebileceği görülmüştür: yerleşiklik, belirginlik, süreklilik, eşdeğerlilik ve uyarlanabilirlik. Bu ilkeler, kesin bir puanlama ölçeği sunmaktan çok tasarım kararları arasındaki ilişkiyi görünür kılan bir değerlendirme çerçevesidir.

5.1. Yerleşiklik

Yerleşiklik, bilginin oyunun görsel ve kurmaca yapısıyla kurduğu ilişkiyi ifade eder. İşaretin oyun dünyasının içinde bulunması tek başına yeterli değildir. Kullanılan renk, malzeme, hareket ve biçim, oyunun genel sanat yönetimiyle ilişki kurmalıdır. *Dead Space*'te holografik göstergelerin endüstriyel bilimkurgu diliyle, *Ghost of Tsushima*'da rüzgârın peyzajın hareketli yapısıyla bütünleşmesi bu ilkeye örnektir.

Yerleşiklik, bütün bilgilerin gizlenmesi anlamına gelmez. Kritik bilgi için daha açık bir ekran katmanı kullanılabilir. Önemli olan, farklı katmanların birbirine nasıl bağlandığıdır. Arayüz ögesi dünyayla aynı görsel sözlüğü paylaşabilir veya bilinçli olarak ayrışabilir; her iki durumda da ayrışma derecesi bilgi önceliğiyle açıklanabilmelidir.

5.2. Belirginlik

Belirginlik, görsel kodun çevresindeki öğeler arasından seçilebilmesini ifade eder. Renk karşıtlığı, parlaklık, ölçek, hareket, tekrar ve boşluk belirginliği etkiler. İşaretin çok yoğun olması görüntünün estetik yapısını baskılayabilir; düşük yoğunluk ise bilginin kaçırılmasına yol açabilir. Bu nedenle belirginlik, bilginin aciliyeti ve kullanım sıklığıyla birlikte ele alınmalıdır.

Kritik tehdit uyarıları kısa süreli fakat güçlü olabilir. Keşif işaretleri ise daha düşük yoğunlukta ve oyuncunun merakına açık bırakılabilir. Oyuncu tarafından çağrılan rüzgâr örneği, belirginliğin sürekli olmak zorunda olmadığını gösterir. Bilginin zamanlaması, görsel yoğunluk kadar önemlidir.

5.3. Süreklilik

Süreklilik, aynı görsel kodun oyun boyunca benzer anlam ve tepki ilişkisini korumasıdır. Belirli renkteki yüzey başlangıçta tırmanma alanı olarak öğretilmişse ilerleyen bölümlerde aynı rengin dekoratif ve ilgisiz biçimde kullanılması kodu zayıflatabilir. Süreklilik, oyuncunun görsel sözlüğü öğrenmesini kolaylaştırır.

Ancak süreklilik katı tekrar anlamına gelmemelidir. Oyun ilerledikçe işaret daha örtük hâle gelebilir veya farklı bağlamlara uyarlanabilir. Temel eylem ilişkisi korunurken görsel uygulama çeşitlenebilir. Böylece öğrenilebilirlik ile keşif arasında denge kurulabilir.

5.4. Eşdeğerlilik

Eşdeğerlilik, önemli bilginin tek bir görsel özelliğe veya algısal kanala bağlı kalmamasıdır. Renk değişimi biçim, hareket veya sesle desteklenebilir. Sağlık azalması hem göstergenin uzunluğunda hem karakter animasyonunda görünür olabilir. Yön bilgisi çevresel hareketin yanında isteğe bağlı kamera yönelimi veya titreşimle güçlendirilebilir.

Eşdeğer kodlar gereksiz tekrar olarak değerlendirilmemelidir. Her kanal farklı koşullarda bilgi kaybını azaltabilir. Bununla birlikte bütün kodların aynı anda en yüksek yoğunlukta kullanılması görsel karmaşa oluşturabilir. Tasarım, alternatiflerin oyuncu tarafından seçilebilmesine veya bağlama göre etkinleşmesine izin vermelidir.

Birbiriyle uyumlu çoklu kanallar bilişsel yükü dengeleyebilirken, gereksiz veya ilişkisiz tekrarlar sınırlı işlem kapasitesini zorlayabilir (Mayer ve Moreno, 2003).

5.5. Uyarlanabilirlik

Uyarlanabilirlik, geri bildirimin görünürlük, renk, ölçek, süre ve sunum kanalının farklı oyuncu gereksinimlerine göre değiştirilebilmesidir. *The Last of Us Part II*'daki yüksek karışıklık görünümü, çevresel renk düzenini işlevsel ayrıştırma lehine yeniden kurar. *Ghost of Tsushima*'daki geliştirilmiş rüzgâr görünürlüğü, aynı yönlendirme metaforunu koruyarak işaretin yoğunluğunu artırır.

Uyarlanabilir tasarım, tek ve değişmez bir görsel deneyim varsayımını gevşetir. Sanat yönetimi yine temel bir görsel sistem kurar; fakat oyuncunun bu sistemi okuyabilmesi için ayarlanabilir katmanlar sağlanır. Böylece erişilebilirlik, estetik tasarımın karşısı olmaktan çıkar ve görsel iletişim sisteminin kapsamı içinde değerlendirilir.



Şekil 2. Çevresel görsel geri bildirim değerlendirme modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 2’de görülen modelde ilkeler doğrusal bir sıralama oluşturmaz. Yerleşiklik arttıkça belirginlik kendiliğinden artmayabilir; uyarlanabilirlik, yerleşik işaretin alternatif bir sunumunu gerektirebilir; eşdeğerlilik süreklilik olmadan anlam karmaşası yaratabilir. Tasarım değerlendirmesi, bu ilkelerin birbirleri üzerindeki etkisini birlikte incelemelidir.

6. TARTIŞMA

Çevresel görsel geri bildirim, oyun arayüzünün yok olması değil, işlevlerinin farklı yüzeylere dağılmasıdır. Karakter bedeni, ekipman, doğal hareket, mimari düzen, ışık ve renk; sistem bilgisini taşıyan arayüz bileşenlerine dönüşebilir. Bu dönüşüm, görüntünün temsil ve kullanım katmanlarını birbirine yaklaştırır. Oyuncu bir yandan kurmaca dünyayı görürken diğer yandan aynı görüntü içinde eylem olasılıklarını okur.

İncelenen oyunlarda bu dağılım farklı tasarım önceliklerine bağlıdır. *Dead Space* bedensel arayüz yoluyla korku atmosferi ile durum bilgisini bir arada tutar. *Ghost of Tsushima* açık dünya navigasyonunu peyzajın hareketiyle ilişkilendirir. *The Last of Us Part II* çevresel gerçekçiliği korurken gerektiğinde görünürlüğü radikal biçimde değiştirebilen erişilebilirlik katmanları sunar. Bu çeşitlilik, çevresel geri bildirimin belirli bir tür veya estetik üslupla sınırlı olmadığına düşündürmektedir.

Sürükleyicilik kavramı bu alanda sık kullanılsa da her çevresel arayüz çözümünü doğrudan daha sürükleyici kabul etmek yanıltıcı olabilir. Iacovides ve diğerlerinin (2015) bulguları, diegetik sunumun etkisinin oyuncu deneyimi ve uzmanlığıyla ilişkili olduğunu gösterir. Bilgiye ulaşmak için fazla çaba harcayan oyuncu açısından estetik bütünlük deneyimi desteklemek yerine kesintiye uğratabilir. Bu nedenle değerlendirme, arayüzün ne kadar gizlendiğinden çok oyuncunun gerekli bilgiyi zamanında ve doğru biçimde okuyup okuyamadığına odaklanmalıdır.

Erişilebilirlik, bu tartışmanın kenarında değil merkezinde yer almalıdır. Çevresel geri bildirim çoğu zaman düşük yoğunluk, ince renk farkı ve küçük hareket gibi estetik olarak ölçülü işaretlere dayanır. Bu tercihler farklı görsel algı ve dikkat koşullarında aynı ölçüde okunmayabilir. Yüksek karışıklık, büyütme, işaret yoğunluğu ve alternatif ses kodları, çevresel iletişimin farklı biçimlerde yeniden kurulmasını sağlar. Bu seçenekler, özgün görüntüyü bozan eklemeler olarak değerlendirildiğinde oyuncu çeşitliliği gözden kaçırılır.

Görsel iletişim açısından çevresel geri bildirim, oyuncunun konumu, hedefi ve durumuyla değişen dinamik bir yapı sunar. Bu nedenle çözümleme yalnızca ekran görüntüsüne dayanırsa işaretin zaman içindeki davranışı eksik kalabilir; hareket, süre, tekrar ve oyuncu komutuna verilen yanıt da görsel biçimin parçalarıdır.

Çalışmanın sınırlılıkları bu noktada belirtilmelidir. İnceleme üç oyunla ve belirli geri bildirim örnekleriyle sınırlandırılmıştır. Oyuncu görüşmeleri, göz izleme verisi veya kontrollü kullanıcı testi yapılmamıştır. Bu nedenle önerilen model, çevresel işaretlerin oyuncu performansı üzerindeki etkisini ölçen doğrulanmış bir ölçek olarak görülmemelidir. Model, tasarım çözümlemesi ve karşılaştırmalı inceleme için kavramsal bir araç niteliğindedir. Farklı türler, kamera sistemleri ve platformlar üzerinde yapılacak oyuncu araştırmaları; belirginlik, öğrenilebilirlik ve erişilebilirlik arasındaki ilişkileri daha ayrıntılı biçimde sınayabilir.

SONUÇ

Dijital oyunlarda arayüz, ekranın kenarlarına yerleştirilen göstergelerden daha geniş bir iletişim alanıdır. Karakterin bedeni, ekipmanı, çevrenin hareketi, ışık, renk ve nesnelerin mekânsal düzeni, oyuncuya sistem durumu hakkında bilgi verebilir. Bu bölümde söz konusu yapı çevresel görsel geri bildirim kavramı altında incelenmiş; *Dead Space*, *Ghost of Tsushima* ve *The Last of Us Part II* üç farklı yerleşme biçimi üzerinden karşılaştırılmıştır.

Dead Space, sağlık ve kaynak bilgisini beden ile teknolojiye bağlayarak oyuncu arayüzünü karakterin görülebilir parçasına dönüştürür. *Ghost of Tsushima*, rüzgâr ve doğa hareketlerini yönlendirme sistemine çevirerek sahnenin bütününe iletişim yüzeyi olarak kullanır. *The Last of Us Part II*, doğal çevresel ipuçları ile açık ve uyarlanabilir erişilebilirlik katmanlarını bir arada sunar. Bu örnekler, çevresel geri bildirim tek bir estetik çözüm olmadığını; bilginin yerleşme, belirginleşme ve uyarlanma biçimlerinden oluşan bir tasarım alanı olduğunu göstermektedir.

Çözümleme sonucunda yerleşiklik, belirginlik, süreklilik, eşdeğerlilik ve uyarlanabilirlik ilkelerinden oluşan bir değerlendirme modeli önerilmiştir. Yerleşiklik görsel kodun oyun dünyasıyla ilişkisini, belirginlik bilginin fark edilebilirliğini, süreklilik kodun öğrenilebilir tutarlılığını, eşdeğerlilik bilginin alternatif özellik ve kanallarla desteklenmesini, uyarlanabilirlik ise farklı oyuncu gereksinimlerine göre değiştirilebilmesini ifade eder. İlkelerden hiçbiri tek başına yeterli değildir. Görsel olarak bütünleşmiş ancak fark edilmeyen bir işaret işlevini yerine getiremez; çok belirgin fakat dünyanın görsel diliyle ilişkisiz bir işaret ise deneyimi parçalayabilir.

Bu çerçevede, oyun tasarımında arayüzü azaltma hedefinden daha kapsamlı bir soruya yönelmeyi önerir: Oyuncunun ihtiyaç duyduğu bilgi, hangi anda, hangi görsel yüzeyde ve hangi alternatiflerle okunabilir hâle gelmelidir? Bu sorunun yanıtı estetik, oynanış ve erişilebilirlik kararlarını aynı tasarım problemi içinde buluşturur. Görsel iletişim ile dijital oyun tasarımının kesişimi de tam olarak bu noktada belirginleşir; görüntü yalnızca dünyayı göstermez, oyuncunun o dünya içinde nasıl davranabileceğini de düzenler.

KAYNAKÇA

- Aarseth, E. (2003). "Playing research: Methodological approaches to game analysis." In *Proceedings of the Digital Arts and Culture Conference* (pp. 28–29). Melbourne, Australia.
- Dillman, K. R., Mok, T. T. H., Tang, A., Oehlberg, L., & Mitchell, A. (2018). "A visual interaction cue framework from video game environments for augmented reality." In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Paper 140). New York, NY: ACM. doi:10.1145/3173574.3173714
- EA Redwood Shores. (2008). *Dead Space* [Video game]. Redwood City, CA: Electronic Arts.
- Fagerholt, E., & Lorentzon, M. (2009). *Beyond the HUD: User interfaces for increased player immersion in FPS games* (Master's thesis). Chalmers University of Technology, Gothenburg, Sweden.
- Fleming, J. (2020, July 9). "Crafting the world of Tsushima." *PlayStation.Blog*. Retrieved from <https://blog.playstation.com/2020/07/09/crafting-the-world-of-tsushima/>
- Galloway, A. R. (2006). *Gaming: Essays on algorithmic culture*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Iacovides, I., Cox, A., Kennedy, R., Cairns, P., & Jennett, C. (2015). "Removing the HUD: The impact of non-diegetic game elements and expertise on player involvement." In *Proceedings of the 2015 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play* (pp. 13–22). New York, NY: ACM. doi:10.1145/2793107.2793120
- Jenkins, H. (2004). "Game design as narrative architecture." In N. Wardrip-Fruin & P. Harrigan (Eds.), *First person: New media as story, performance, and game* (pp. 118–130). Cambridge, MA: MIT Press.
- Jørgensen, K. (2013). *Gameworld interfaces*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). London, England: Routledge.
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). "Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning." *Educational Psychologist*, 38(1), 43–52. doi:10.1207/S15326985EP3801_6
- Naughty Dog. (2020). *The Last of Us Part II* [Video game]. San Mateo, CA: Sony Interactive Entertainment.
- Naughty Dog. (2020, June 9). "The Last of Us Part II: Accessibility features detailed."

- Naughty Dog*. Retrieved from https://www.naughtydog.com/blog/the_last_of_us_part_ii_accessibility_features_detailed
- Nitsche, M. (2008). *Video game spaces: Image, play, and structure in 3D worlds*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Poretzki, L., & Tang, A. (2022). “Press A to jump: Design strategies for video game learnability.” In *Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–26). New York, NY: ACM. doi:10.1145/3491102.3517685
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play: Game design fundamentals*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sony Interactive Entertainment. (2020a). “A beginner’s guide to Ghost of Tsushima.” *PlayStation*. Retrieved from <https://www.playstation.com/en-us/editorial/ghost-of-tsushima-beginners-guide/>
- Sony Interactive Entertainment. (2024). “Ghost of Tsushima Director’s Cut for PC support.” *PlayStation*. Retrieved from <https://www.playstation.com/en-us/support/games/ghost-of-tsushima-pc/>
- Sucker Punch Productions. (2020). *Ghost of Tsushima* [Video game]. San Mateo, CA: Sony Interactive Entertainment.
- Ware, C. (2021). *Information visualization: Perception for design* (4th ed.). Cambridge, MA: Morgan Kaufmann.

5. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARDA TÜKETİM VE HİPERGERÇEKLİK: COUNTER-STRIKE ÖRNEĞİ

Elif Nur SARAÇ

İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Grafik Tasarım Bölümü

enursarac@stu.aydin.edu.tr

<https://orcid.org/0009-0009-0298-3673>

GİRİŞ

Günümüzde, video oyunları yalnızca birer eğlence aracı olmaktan çıkıp kendi büyük ekonomilerini ve sosyal hiyerarşilerini yaratan hipergerçek evrenlere dönüşmüştür. Bu evrenlerde yer alan sanal ürünlerin, kopyalanabilir sıradan dijital dosyalar olmaktan çıkıp gerçek ticari mal (virtual goods) gibi alınıp satılmaya başlanmıştır (Lehdonvirta, 2009). Bu bağlamda analiz edilecek konunun temel problemi; oyuncuların oyunda işlevsel avantaj sağlamayan sanal nesneleri (kozmetik kaplamalar, kostümler vb.) satın alma eyleminin basit bir ürün takası mı yoksa hipergerçek bir evrendeki statü inşası mı olduğudur.

Bu çalışmanın temel hedefi, fiziksel kullanım değeri olmayan ve mekanik işlevsellikten tamamen uzak olan piksellerin, sanal ürünlerin nasıl oyun topluluğu içinde birer statü sembolü haline geldiğini analiz etmektir. Bu sorunun önemi; günümüz dijital dünyasında bireylerin kimlik inşası ve toplumsal prestij, statü arayışı, giderek artan bir hızla maddi ve fiziksel dünyadan dijital platformlara kaymaktadır. Sanal dünyalardaki kullanıcılar, zamanlarının büyük bir kısmını oyun içinde “avatar sermayesi” (avatar capital) biriktirmek ve toplumsal rollerini geliştirmek için harcamakta, bu durum da sanal dünyaların gerçek dünya ekonomileriyle yarışmasına neden olmaktadır (Castronova, 2001). Sade-

ce bir eğlence malzemesi olarak görülen video oyunlarının, aslında bireylerin sosyalleşme pratiklerini kökünden değiştiren yeni nesil alanlar olduğu gerçeği, tüketim mantığının sınırlarının yeniden çizilmesini zorunlu kılmaktadır. Dijital varlıkların milyarlarca dolarlık bir pazar hacmine ulaştığı günümüzde, tüketim mantığını anlamak açısından bu sorunun cevaplanması büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, sadece bir kod diziliminden oluşan sanal nesnelerin tüketim mantığı analiz ederek, geleceğin dijital evreninde statü, aidiyet ve mülkiyet kavramlarının nasıl şekilleneceğine dair sosyolojik bir bakış sunmaktır.

Literatür taraması yapıldığında, sanal mülkiyet ve oyun içi satın alımlar üzerine yapılan çalışmaların son yıllarda bahis, rastgele ödül mekanizmaları ve kumar bağımlılığı çevresinde şekillendiği görülmektedir. Özellikle oyun sektöründeki “kasa açma” gibi rastlantısal sistemlerinin yapısal olarak geleneksel şans oyunları ile benzerlik gösterdiği ve oyuncuların bu nesnelere bahis mantığıyla yaklaştığı vurgulanmıştır (Drummond & Sauer, 2018). Diğer araştırmalarda da, oyun içi sanal kozmetik alımlarının ve kasa açma sisteminin riskli olabilecek kumar davranışlarıyla ilişkili olduğunu kanıtlamaktadır (Zendle & Cairns, 2018).

Bu makalenin literatürdeki çalışmalardan farkı, literatürdeki felsefi ve sosyolojik mantık boşluğunu doldurmasıdır. Bu çalışma, sanal ürün alım-satımını sadece kârlı bir e-ticaret modeli veya sorunlu bir kumar/ödül motivasyonu olarak görmemektedir. Aksine, literatürdeki “sanal ürünlerin anlamsal değeri nasıl inşa ediliyor?” eksikliğini Jean Baudrillard’ın “hipergerçeklik” teorisiyle inceleyerek; piksellere binlerce dolar ödenmesi eylemini sadece bir ürün alımı değil, simülatif bir evrende gerçekleştirilen bir “statü inşası” olarak yeniden tanımlamaktadır.

1. YÖNTEM

Bu araştırma, dijital oyunlardaki işlevi olmayan kozmetik ürünlerinin yoğun tüketiminin ardındaki motivasyonları derinlemesine anlamak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseni kullanılarak yazılmıştır. Araştırmanın evreni, “Steam platformu ve Counter-Strike (CS) oyunu” seçilmiştir. Bu örnek olayın seçilme nedeni SteamDB’nin güncel verilerine göre Steam’in Türkiye’de en çok tercih edilen dijital oyun platformu olması ve Counter-Strike’in ise platformun “en çok satanlar/oyunanlar” (top selling) listelerinde istikrarlı olarak zirvede yer alan bir oyun olmasıdır (Steamdb.

info, 2026). Veri toplama aracı olarak dijital doküman analizi kullanılacaktır. Araştırma sürecinde Steam Topluluk Pazarı'ndaki fiyatlandırma geçmişleri ile Steam Topluluk Forum'daki oyuncuların söylemleri incelenecektir. Çalışmanın kapsamı, oyuncuya mekanik bir avantaj sağlamayan ve sadece kozmetik değere sahip olan sanal silah kozmetikleriyle sınırlandırılmıştır. Araştırmanın temel kısıtları ise; veri toplama sürecinin yalnızca seçilen örnek olay (Steam platformu ve Counter-Strike) ile sınırlandırılması, estetik zevk dışında işlevi olan sanal ürünlerin analiz dışı bırakılmasıdır.

1.1 Kuramsal Çerçeve ve Düşünür: Jean Baudrillard

Dijital oyunlardaki kozmetik ürünlerin (skin) binlerce dolara çıkabilen fiyatlarla alınıp satılması, Jean Baudrillard'ın "hipergerçeklik" teorisi merkeze alınarak incelendiğinde basit bir alım-satım işlemi olmaktan çıkıp felsefi bir mantığa oturmaktadır. Baudrillard'ın Simülakrlar ve Simülasyon adlı eserinde anlattığı kurama göre modern çağda gerçeklik yok olmuştur, yerini aslı olmayan kopyalar, yani "simülakrlar" almıştır (Baudrillard, 1981). Sanal evrenler, gerçek dünyadaki ekonomik ve sosyal dinamiklerin dijital bir simülasyonunu oluşturarak kendi hipergerçek hiyerarşilerini yaratmaktadır. Örneğin kullanıcıların sanal oyunlarda haftada ortalama 22 saat gibi ciddi süreler geçirerek bu evrenleri alternatif bir gerçeklik olarak algılamaları, hipergerçekliğin bireyler üzerindeki etkisini net bir şekilde kanıtlamaktadır (Yee, 2001).

Oyun evrenindeki sanal nesneler, oyuncuya oyun içinde hiçbir mekanik avantaj sağlamamasına rağmen, estetik birer gösterge olarak talep görmektedir. Sonuç olarak literatürde oyun mekaniklerinin oyuncuları sanal ürün ve mülkiyet edinmeye yönlendirdiği ve bu sanal ürünlere yönelik yoğun bir toplumsal talep yarattığı belirtilmektedir (Hamari & Lehdonvirta, 2010). Bir silah kaplamasının işlevsel değerinden kopup sadece dekoratif, estetik özellikleri ve prestiji nedeniyle gerçek dünya paralarıyla alınıp satılması, nesnenin saf bir "göstergeye" dönüştüğünün en net halidir (Holden vd., 2016; Martinelli, 2017).

Simülasyon evreninde değer, tamamen dijital kodlar üzerinden şekillenir. Günümüzde sanal oyun içi ürünlerin elde edilmesinde kullanılan Counter-Strike (CS) oyunundaki "kasa açma" gibi rastlantısal algoritmalar, yazılım kodlarının hipergerçek bir nadirlik algısı yarattığı mükemmel örneklerdir (Macey & Hamari, 2018). Oyun içi tüketim alışkanlıkları ile dijital bahis sisteminin iç içe geçmesiyle birlikte, oyuncular artık maddi ve fiziksel bir karşılığı olmayan bu dijital kodlara oldukça yüksek yatırımlar yapmaktadır (Gainsbury vd., 2016).

Sonuç olarak; sanal kozmetik nesnelerin tüketimi, ancak Baudrillard’ın hipergerçeklik teorisi ve güncel dijital oyun araştırmaları birleştirildiğinde tam anlamıyla çözümlenebilen postmodern bir statü inşasıdır. Gerçeğin silindiği bu evrende, dijital bir silah kaplaması sadece bir ürün değil; kodun egemenliğindeki hipergerçekliğin en saf statü simülakıdır.

2. BULGULAR

Steam Topluluk Pazarı ve forumlarda gerçekleştirilen doküman incelemeleri, oyuncuların piksellerden ibaret olan sanal ürünlere gerçek dünyadaki statü sembollerinden farksız bir değer yüklediği ortaya koymuştur. İnceleme sonucunda elde edilen veriler şu başlıklar altında tartışılmıştır.

2.1 Sanal Statü ve Sosyal Dışlanma

Oyuncuların forumlardaki iletişimleri incelendiğinde, standart (default) eşyalar kullanan oyuncuların “çaylak”, “yeni oyuncu” veya “hile yapan oyuncu” olarak yargılanabildiği görülmektedir. Steam Community’de bir oyuncu; iyi kozmetik ürünlere sahip olmanın oyuncuya saygınlık kazandığını, sözünün dikkate alınmasını sağladığını ve rekabetçi maçların daha iyi bir takım çalışması sayesinde kazanıldığını iddia etmektedir. Aynı oyuncu, default eşyalar kullananların ise oyundan atıldığını, saygı görmediğini ve alay konusu olabildiğini söylemiştir (Steamcommunity.com, 2026). Reddit’te ise kozmetik eşyalarını kaybettiği için kendisini “noob for life” olarak tanımlayan bir oyuncu yorumu görülmüştür (Reddit, 2026). Bu ifadeler sanal statü ve sosyal dışlanma algısının oyun içi kozmetik ürünleri üzerinden nasıl oluştuğunu ortaya koymaktadır.

2.2 Nadirlik

Counter-Strike pazarındaki incelemeler, eşyaların “aşınma derecesi” veya üzerindeki çıkartmalar (sticker) gibi özelliklerin fiyatı on binlerce dolar artırdığını göstermiştir. Örneğin yaklaşık 1 milyon dolara alıcı bulan spesifik bir kaplamanın (Rusanov, 2024), işlevsel olarak hiçbir farkı olmamasına rağmen yüceltildiği görülmüştür. Bu durum, fiziksel bir gerçeğe dayanmayan hipergerçek nesnelerin kendi hiyerarşilerini yarattığının göstergesidir.

2.3 Bahis ve Kasa Açma

Oyuncu söylemlerinin büyük bir bölümü, kozmetik ürünlerin birer şans oyunu aracı olarak tüketildiğine işaret etmektedir. Oyuncular nadir nesnelere ulaşmak için doğrudan satın alma işlemi yapmak yerine, şans oyunu mantığıyla çalışan rastlantısal kasaları açmayı tercih etmektedir (Macey & Hamari, 2018). Forumlarda sıklıkla karşılaşılan “zarar çıkarma”, “yatırım yapma” ve “şansını deneme” gibi ifadeler, sanal eşyaların aslında psikolojik olarak birer kumar mantığı gibi işlediğini net bir şekilde göstermektedir (Drummond & Sauer, 2018).

3. SONUÇ

Bu araştırma, Türkiye’de en sık kullanılan dijital oyun platformu olan Steam ve bu platformda yapılan sıralamaya göre en çok oynanan oyun olan Counter-Strike örneği üzerinden gerçekleştirilen doküman incelemesi sonucunda, sanal mülkiyetin modern dijital çağdaki sosyolojik işlevi incelenmiştir. Çalışmanın bulguları, oyuncuya işlevsel bir avantaj sağlamayan sanal kozmetik ürünlerinin (silah kaplamaları, çıkartmalar vb.) tüketiminin sıradan bir ticaret işlemi olmadığını kanıtlamaktadır. Jean Baudrillard’ın hipergerçeklik ve simülakr teorileri merkeze alınarak yapılan incelemelerde, bu sanal ürünlerin kullanım değerinden soyutlanarak saf bir statü göstergesine dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Yaş skalasının oldukça geniş olduğu bu oyunda, oyuncular fiziksel dünyada sahip oldukları paraları, sadece piksellerden ibaret olan kozmetik ürünlere harcamaktadırlar. Bir örnekte olduğu gibi fiyatı bir milyon dolara varan silah kaplamasının satılması, simülakrların kendi hipergerçek hiyerarşilerini yarattığını doğrulamaktadır. Bu sanal evrenlerde uzun saatler geçirerek toplumsal rolü geliştirmeye çalışmak, alternatif bir gerçeklik algısı oluşmasıyla doğrudan ilişkilendirilmektedir. Satın alınan ürün (silah) üzerindeki çıkartmalar (sticker) ve “aşınma derecesi” bilgisi ile oluşturulan hipergerçek nadirlik algısı, bu evrenin yapıtaşını oluşturmaktadır.

Steam ve Reddit topluluk forumlarında kullanıcıların yazdığı yorumlar üzerinden elde edilen veriler, kozmetik ürünlerin sosyolojik dinamikleri nasıl biçimlendirdiğini gözler önüne sermektedir. Ücretli kozmetik ürünlere sahip olmayan ve standart (default) ürün kullanan oyuncuların “çaylak”, “yeni oyuncu” veya “hile yapan oyuncu” vb. olarak etiketlenmesi, sanal statü olmadığında sosyal dışlanmanın mümkün olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, na-

dir ve pahalı ürünlere sahip olmanın oyuncuya saygınlık kazandırdığını, birey olarak sözlerinin dikkate alındığını ve bu sayede oyun içi rekabetçi maçlarda başarıya giden yolda olumlu etkilediğini söylemlerle desteklemiştir. Buna göre dijital mülkiyetin sadece estetik bir istek değil; toplumsal kabul, statü ve motivasyon kaynağı olduğu da söylenebilir.

Ele alınan diğer bir konu ise, bu ekonomik ve psikolojik motivasyonları besleyen “kasa açma” uygulamasıdır. Oyuncular ürünü direkt olarak almak yerine, şans oyunu mantığıyla “kasa anahtarı ve kasa” olarak içinden ne çıkacağını bilmedikleri bir ürünün alıcısı konumuna girmektedirler. Bu uygulamaya farklı perspektiften bakıldığında bahis davranışı içerdiğini görülmektedir. Forumlarda görülen “zarar çıkarma”, “şansını deneme” gibi düşünceler kumar mantığıyla benzer bulunmaktadır ve sanal tüketim alışkanlığının arkasındaki motivasyonu beslemektedir.

Tüm bulgulara bakarak, dijital oyun evreni basit bir eğlence alanı olmaktan çıkarak bireylerin kimlik inşasını, sosyal davranışlarını ve tüketim alışkanlığını yeniden yaratan hipergerçek alan haline gelmiştir. Fiziksel ve oyun içi mekanik işlevselliği olmayan bu pixellerin, azımsanmayacak değerinde bir pazar yaratması, sosyal hiyerarşiyi belirlemesi, modern çağın değer algısının yeniden biçimlendirdiğini göstermektedir. Bu kozmetik ürünleri tüketen oyuncuların aslında yaptığı, tamamen kodların egemen olduğu dijital ve simülatif bir evrende yürütülen karmaşık ve çok katmanlı bir statü inşası pratiğidir.

KAYNAKÇA

- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Éditions Galilée.
- Castronova, E. (2001). Virtual worlds: A first-hand account of market and society on the cyberian frontier (CESifo Working Paper No. 618). *Center for Economic Studies and Ifo Institute*.
- Drummond, A., & Sauer, J. D. (2018). Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. *Nature Human Behaviour*, 2(8), 530-532.
- Gainsbury, S. M., Russell, A. M. T., King, D. L., Delfabbro, P., & Hing, N. (2016). Migration from social casino games to gambling: Motivations and characteristics of gamers who gamble. *Computers in Human Behavior*, 63, 59-67.
- Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 5(1), 14-29.
- Holden, J. T., Rodenberg, R. M., & Kaburakis, A. (2016). Esports corruption: Gambling, doping, and global governance. *Maryland Journal of International Law*, 32, 236.
- ITC.ua. (2024). *The most expensive in the world: A skin for a Counter-Strike slot machine sold for 1 million*, <https://itc.ua/en/news/the-most-expensive-in-the-world-a-skin-for-a-counterstrike-slot-machine-sold-for-1-million/> , Erişim Tarihi: 28.07.2026
- Lehdonvirta, V. (2009). Virtual item sales as a revenue model: Identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1), 97-113.
- Macey, J., & Hamari, J. (2018). eSports, skins and loot boxes: Participants, practices and problematic behaviour associated with emergent forms of gambling. *New Media & Society*, 21(1), 20-41.
- Martinelli, D. (2017). Skin gambling: Have we found the millennial goldmine or imminent trouble? *Gaming Law Review*, 21(8), 557-565.
- Reddit, “How much money have You spent on skins in csgo?”, https://www.reddit.com/r/GlobalOffensive/comments/2o1nmc/how_much_money_have_you_spent_on_skins_in_csgo/ , Erişim Tarihi: 28.07.2026
- Steam Community, “People Say Skins Are Only Cosmetic, but They’re Not”, <https://steamcommunity.com/app/730/discussions/0/1741094390482018779/?ctp=2>, Erişim Tarihi: 28.07.2026

SteamDB. *Steam platform statistics and most played games*. <https://steamdb.info/> ,
Erişim Tarihi: 28.07.2026

Yee, N. (2001). *The Norrathian Scrolls: A Study of EverQuest*. Nickyee.com. <https://www.nickyee.com/eqt/home.html> , Erişim Tarihi: 28.07.2026

Zendle, D., & Cairns, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLOS One*, 13(11), e0206767.

6. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARDA SÖYLEMİ TASARLAMAK: *THE WITCHER 3*'TE CALEB MENGE'NİN İNFAZ SAHNESİ

Dr. Öğr. Üyesi Engin Deniz ERBAŞ

İstanbul Gedik Üniversitesi Mimarlık ve

Tasarım Fakültesi Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

engindeniz.eras@gedik.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-5288-2867>

1. GİRİŞ

1.1. The Witcher Evreni: Yazından Dijital Anlatıya

The Witcher evreni, Andrzej Sapkowski'nin 1986'dan itibaren kaleme aldığı hikâye ve romanlara dayanan karanlık bir fantezi dünyası kurmaktadır. Slav halk mitolojisinden beslenen bu yazınsal evrende iyi ile kötü arasındaki sınırlar belirsizleşmekte; karakterler çoğu zaman tek bir doğru yanıtı indirgenemeyen ahlaki ikilemlerle karşılaşmaktadır (Sapkowski, 2007).

CD Projekt Red bu edebi evreni *The Witcher* (2007), *The Witcher 2: Assassins of Kings* (2011) ve *The Witcher 3: Wild Hunt* (2015) olmak üzere üç dijital oyuna uyarlamıştır. Seri boyunca insan olmayan toplulukların dışlanması, büyücülere yönelik şiddet, iktidar odakları arasındaki entrikalar ve Bengi Ateş Kilisesi'nin Novigrad üzerindeki artan denetimi işlenmiştir (CD Projekt Red, 2007, 2011, 2015).

1.2. Kürelerin Kavuşumu: Toplumsal Düzenin Kuruluşu

The Witcher evrenindeki toplumsal düzen, Kürelerin Kavuşumu (Conjunction of the Spheres) adı verilen kozmik kırılmaya dayandırılmaktadır. Farklı boyutlardaki evrenlerin çarpışması sonucunda canavarlar, doğaüstü varlıklar ve büyü Kıta'ya taşınmış; insanların hâkim konuma geçmesiyle insan olmayan topluluklar azınlık durumuna düşürülmüştür. Büyü ve canavarların ortaya çıkışı ise Cadı Erlerini gerekli kılmıştır: mutasyon süreçleriyle dönüştürülmüş, canavarlarla savaşmak üzere eğitilmiş, fakat toplumsal meşruiyetten yoksun bırakılmış figürlerdir (CD Projekt Red, 2007, 2011, 2015; Batylda, 2015).

1.3. Toplumsal Katmanlar

The Witcher evrenindeki güç dinamikleri üç temel düzlemde işlemektedir. Metafizik düzeyde Vahşi Av, Kadim Kan taşıyan bireyleri ele geçirmeye yönelen dünyalar arası bir tehdit oluşturmaktadır (Batylda, 2015). Siyasi-askeri düzeyde Nilfgaard İmparatorluğu ile Kuzey Krallıkları belirleyicidir; üçüncü oyun itibarıyla Kuzey Krallıkları büyük ölçüde Kral V. Radovid'in denetimine girmiştir. Kurumsal düzeyde ise Büyücüler Konseyi, Cadılar Loncası ve Bengi Ateş Kilisesi iktidar ilişkilerini biçimlendirmektedir (Batylda, 2015; CD Projekt Red, 2007, 2011, 2015). Toplumsal sınıf yapısında köylüler, tüccarlar, zanaatkarlar ve soylular katmanlaşırken büyücüler entelektüel güçleri nedeniyle ayrıcalıklı, cadı avcılarının hedefi oldukları için kırılgan bir konumdadır.

1.4. Ötekileştirme: İnsan Olmayanlar ve Cadı Erleri

The Witcher evrenindeki ötekileştirme sınıfsal olduğu kadar ırksal ve türsel bir nitelik de taşımaktadır. İnsan olmayan ırklar Kürelerin Kavuşumu öncesinde bu toprakların asıl sakinleridir; insanların hâkimiyet kurmasıyla mekânsal dışlanma, ekonomik yoksulluk ve yasal güvencesizlikle tanımlanan ikinci sınıf statüsüne itilmişlerdir (CD Projekt Red, 2007, 2011, 2015). Bu baskıcı rejim, elflerin Sincaplar (Scoia'tael) adıyla silahlı direniş örgütlemesine zemin hazırlamıştır. Johansson ve Rübsamen bu yapıyı "fantastik ırkçılık" kavramıyla çerçeveler: fantezi anlatılarındaki ırk temelli hiyerarşilerin gerçek dünyadaki ayrımcı söylemlerle yapısal benzerlik kurduğunu öne sürmektedirler (Johansson & Rübsamen, 2024; Erbaş, 2026). Cadı Erleri de ötekileştirme mekanizmasının farklı bir boyutunu temsil etmektedir: dönüşmüş bedenleri nedeniyle

güvenilmez ve toplumsal aidiyetin dışında konumlanan bu figürler, serinin ilk oyunundan itibaren süreklilik gösteren temel temalardan birini oluşturmaktadır (Batylda, 2015; CD Projekt Red, 2007, 2011, 2015).

1.5. Bölümün Odağı ve Yapısı

Hierarch Square’e girildiğinde oyuncu, müdahale seçenekleri olmayan bir tanıklık konumuna yerleştirilmektedir. Büyücü Avcıları komutanı Caleb Menge meydandaki kalabalığa seslenmekte, bir doppler ile iki büyücüyü sapkın ilan etmekte ve kalabalık çağrı-yanıt düzeni içinde bu söyleme eşlik etmektedir. Yakılarak infaz başlarken Geralt sahneye müdahale edemez; oyuncu, şiddetin işleyişini Geralt’ın tanıklığı üzerinden izlemek zorunda bırakılır.

Menge, meydandaki konuşmacı konumunun ötesinde, gizli kurye ağları işleten, baskınlar düzenleyen ve dinî nesneleri istihbarat aracına dönüştüren kurumsal bir yapının komutanı olarak konumlanmaktadır. Bu bölüm, söz konusu kurumsal ağı ve Hierarch Square sahnesini Wodak’ın Söylem-Tarihsel Yaklaşımı (STY), Austin ve Searle’ün söz eylem kuramı ve Bogost’un prosedürel retorikleriyle çözümlemektedir. Tarihsel bağlam ise Foucault’nun kamusal ceza analizi ve Levack’ın cadı avı tarih yazımı üzerinden kurulmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Söylem-Tarihsel Yaklaşım

Wodak ve çalışma arkadaşları tarafından geliştirilen Söylem-Tarihsel Yaklaşım (STY), söylemi toplumsal bağlamı, kurumsal pratikleri ve tarihsel süreçleriyle birlikte ele alan bir eleştirel söylem analizi çerçevesidir (Reisigl ve Wodak, 2009; Reisigl ve Wodak, 2001). STY’nin ayırt edici özelliği, söylemin yalnızca üretildiği anlık bağlamda değil, tarihsel gönderimler ve metinlerarası ilişkiler aracılığıyla anlam kazandığını öne sürmesidir. Bu yaklaşım söylemsel stratejileri beş temel düzeyde çözümler: adlandırma stratejileri, yüklem stratejileri, argümantasyon stratejileri, perspektifleştirme ve yoğunlaştırma/yumuşatma.

Adlandırma stratejileri, toplumsal aktörlerin söylemde nasıl kurulduğunu incelemektedir. Hangi kategorilerin seçildiğini, isimlerin nasıl gruplandırıldığını ve kimin hangi kolektif kimliğe yerleştirildiğini ortaya koymaktadır. Yüklem stratejileri ise bu aktörlere atfedilen özellikleri ve nitelendirmeleri

çözümlemektedir. Argümantasyon stratejileri, STY'nin tarihsel boyutunu taşıyan topos kavramı üzerinden işlemektedir. Toposlar, öncülden sonuca geçişi sağlayan argümantatif gerekçelerdir ve metinler arasında tekrar eden örüntüler oluşturmaktadırlar. Perspektifleştirme ise belirli bir bakış açısının söyleme nasıl yerleştirildiğini; yoğunlaştırma ve yumuşatma ise söylemsel iddiaların nasıl güçlendirildiğini ya da hafifletildiğini incelemektedir.

Bu çalışmada STY, Menge'nin konuşmasının ve çevresel söylemin nasıl kurulduğunu çözümlemek için temel analiz çerçevesi olarak kullanılmaktadır. Doppler ve büyücülerin hangi adlandırma kategorileriyle çerçevelendiği, bu aktörlere atfedilen yüklemeler (hastalık, tehdit, sahtekârlık), çağrı-yanıt yapısının argümantatif toposları ve vaaz metninin tarihsel söylemle kurduğu metinlerarası ilişki bu çerçevede çözümlenmektedir. STY'nin tarihsel derinlik vurgusu, bölümün merkezi iddiasıyla -Menge sahnesinin erken modern Avrupa'daki dini ceza söylemleriyle yapısal süreklilik taşıdığı- doğrudan örtüşmektedir.

2.2. Söz Eylem Kuramı

Austin (1962), dilsel ifadelerin bir şey söylemenin ötesinde bir şey yaptığını göstermek için söz edimi kuramını geliştirmiştir. Üç temel düzey tanımlanmıştır: Düz söz (locutionary act), edimsöz (illocutionary act) ve etkisöz (perlocutionary act). Searle (1969), bu çerçeveyi geliştirerek edimsöz beş kategoride sınıflandırmıştır: temsili edimler, yöneltici edimler, yükümlendirici edimler, dışavurumsal edimler ve bildirici edimler.

Menge'nin konuşması bildirici edim açısından özellikle verimli bir vaka sunmaktadır. Searle'e (1969) göre bildirici edimler söz ile dünya arasında eş zamanlı bir uyum kurar; bu tür edimlerde konuşmanın kendisi bir gerçeklik üretir. Doppleri sahtekâr ilan etmek için mahkeme kararı ya da soruşturma süreci gerekmez; Menge'nin kamusal alanda bu yargıyı dile getirmesi yeterlidir. Suç, söylemin içinde kurulmaktadır.

2.3. Prosedürel Retorik

Bogost'un (2007) prosedürel retorik yaklaşımı, oyunların argümanlarını kurallar, sistemler ve oyuncuya tanınan eylem olanakları aracılığıyla kurduğunu ileri sürmektedir. Bu çerçevede oyuncunun gerçekleştirebildiği eylemler kadar, tasarımsal olarak dışarıda bırakılan eylemler de anlam üretiminin parçası hâline

gelmektedir. Oyun mekaniği bu nedenle, dijital oyunlarda söylemsel yapının kuruluşunda belirleyici bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Hierarch Square sahnesi bu yaklaşımı somut biçimde örneklemektedir. İn-faza müdahale etmek, Caleb Menge'nin söylemine doğrudan karşı çıkmak ya da kalabalığın konumunu değiştirmek, oyuncuya sunulan eylem repertuvarının dışında bırakılmaktadır. Bu tasarım tercihi, oyun dünyasındaki iktidar ilişkilerinin oynanış sınırları içinde de kurulduğunu göstermektedir. Sicart'a (2009) göre oyun kuralları, oyuncunun gerçekleştirebileceği eylemleri düzenlediği gibi bu eylemlerin hangi ahlaki çerçevede anlam kazanacağını da belirlemektedir.

Prosedürel retoriğin oyuncu deneyimindeki karşılığını açıklamak için MDA modeli destekleyici bir ara çerçeve olarak kullanılabilir. Hunicke, LeBlanc ve Zubek'in (2004) mekanik, dinamik ve estetik ayrımı; oyun kurallarının oyuncu etkileşimi yoluyla nasıl deneyimsel sonuçlar ürettiğini göstermektedir. Bu çalışmada MDA, bağımsız bir analiz yöntemi olarak değil, oyuncuya tanınmayan müdahale olanağının mekanik düzeyden dinamik ve estetik düzeylere nasıl taşındığını açıklayan tamamlayıcı bir model olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle Hierarch Square sahnesindeki müdahale kısıtı mekanik düzeyde; oyuncuda oluşan çaresizlik ve gerilim dinamik düzeyde; kurumsal şiddetin kaçınılmazlığına ilişkin duygu ise estetik düzeyde ele alınmaktadır.

2.4. Kamusal Ceza, Anti-Heretik Söylem ve Cadı Avı Retoriği

Bu bölümde kullanılan tarihsel bağlam üç ayrı fakat kesişen analitik düzeyden oluşmaktadır. İlk düzey, Foucault'nun kamusal ceza çözümlemesinde ele aldığı bedeni hedef alan cezalandırma ritüelleridir. İkinci düzey, Orta Çağ anti-heretik yazınında görülen sapkınlık, bulaşma, arınma ve kurumsal tehdit söylemidir. Üçüncü düzey ise erken modern Avrupa cadı avlarında belirginleşen vaaz, topluluk onayı ve dinsel meşrulaştırma pratikleridir. Bu çalışma, söz konusu tarihsel alanları tek bir kurumsal yapı olarak ele almamakta; *The Witcher 3*'teki Bengi Ateş söylemini bu alanlarla kurduğu yapısal benzerlikler üzerinden değerlendirmektedir.

Foucault (1995), *Discipline and Punish* adlı eserinde on sekizinci yüzyıl öncesi Avrupa'daki kamusal infazı egemen iktidarın bedensel gösterisi olarak çözümlemektedir. Foucault'ya (1995) göre kamusal infaz, suçlunun cezalandırılmasının ötesinde egemen gücün mahkûmun bedeni üzerinde simgesel ve fiziksel olarak yeniden üretilmesini sağlamaktadır. Bu ritüelin anlam kazanmasında kalabalığın varlığı belirleyicidir; seyirciler düzenin yeniden kurulduğunu

onaylayan zorunlu aktörler olarak konumlanmaktadır. Foucault'nun mahkûmun idam anındaki sesine ilişkin saptaması da bu bağlamda önem taşımaktadır. İnfaz anı, mahkûmun kamusal olarak konuşabildiği sınırlı ve kırılğan bir aralık yaratmakta; bu aralık, egemen söylem içinde zayıf fakat anlamlı bir karşı ses olanağı barındırmaktadır.

Erken modern Avrupa'daki cadı avı, anti-heretik soruşturma ve sapkınlık söylemi, kamusal cezanın hukuki, teolojik ve söylemsel düzlemlerde birlikte örgütlendiğini göstermektedir. Levack (2016), cadı avlarında infaz öncesi vaazların önemli bir işleve sahip olduğunu belirtmektedir. Bu vaazlar, cadı yargılamalarının teolojik gerekçesini halka açıklamakta, suçlamaları Tanrısal düzenin korunmasıyla ilişkilendirmekte ve infazı kamusal-dinsel bir ritüel hâline getirmektedir. İdam töreni sırasında suçlamaların yüksek sesle okunması, kalabalığı bu ritüelin ahlaki tanığına dönüştürmekteydi.

Orta Çağ engizisyoncu yazını, bu ritüel yapının söylemsel zeminini oluşturan önemli kaynaklardan biridir. McKinstry (2018), 13. yüzyıl anti-heretik belgelerinin sapkınların gerçek inançlarını kaydetmekten ziyade engizisyoncu zihniyetin işleyişini açığa çıkardığını ileri sürmektedir. Bu saptama, sapkınlık söyleminin nesnel bir tehdit tasvirinden çok, tehdidin kurumsal olarak nasıl üretildiğini gösterdiğini ortaya koymaktadır. Engizisyoncu metinlerde sapkınlık çoğu zaman hastalık, bulaşma ve arınma metaforlarıyla çerçevelenmekte; toplumu saran ölümcül bir kontaminasyon ya da ateşle ortadan kaldırılması gereken bir enfeksiyon olarak temsil edilmektedir (McKinstry, 2018). Fudge'un (2017) Hus davasına¹ ilişkin çözümlemesi de bu örüntüyü desteklemektedir: *animadversio debita*, yani "gereken ceza" kavramı, sapkınların yakılarak cezalandırılmasını kurumsal bir zorunluluk olarak meşrulaştırmaktaydı.

Bu tarihsel ve söylemsel çerçeve, *The Witcher 3* evrenindeki Bengi Ateş söylemini anlamak için olanak sağlamaktadır. Caleb Menge'nin Hierarch Square'deki konuşması, infazı hazırlayan, toplumsal onayı örgütleyen ve şiddeti ahlaki bir zorunluluk olarak kuran ritüel bir söylem niteliği taşımaktadır. Arınma, saflık, hastalık ve ateş imgeleri aracılığıyla büyücüler, falcılar, cadılar ve doppler tek bir tehdit kategorisi altında toplanmaktadır. McKinstry'nin (2018) engizisyoncu yazında tespit ettiği "koyun postuna bürünmüş kurt" motifi, Menge sahnesinde doppler figürü üzerinden somutlaşmaktadır. Dopplerin muhafız kılığına girmesi, topluma ait görünen fakat içeriden düzeni bozduğu varsayılan gizli düşman im-

1 **Hus davası:** Katolik Kilisesi'ndeki yozlaşmaları eleştiren Çek reformcu Jan Hus, Kutsal Roma İmparatorluğu'nun verdiği can güvenliği garantisiyle gittiği 1415 Konstanz Konsili'nde tutuklanmıştır. Kanon hukuku uyarınca "heretik" (sapkın) ilan edilen Hus, fikirlerini reddetmediği için 6 Temmuz 1415'te Engizisyon mantığıyla yakılarak idam edilmiştir (Fudge, 2017).

gesini oyun evreninde bedensel ve görsel bir vakaya dönüştürmektedir.

Bengi Ateş'in kurumsal söylemi meydandaki konuşmanın dışına taşarak yazılı metinler aracılığıyla Novigrad'ın kamusal alanına yayılmaktadır. *Endişeli Yurttaşın Vaazı* metni, Menge'nin sözlü söyleminin yazılı forma dönüştürüldüğünü ve kent ölçeğinde çoğaltıldığını göstermektedir. McKinstry'nin (2018) belirttiği üzere 13. yüzyıl engizisyoncuları anti-heretik metinleri arşivleyerek ve çoğaltarak kurumsal denetimi gündelik yaşama taşımaktaydı. Novigrad'daki vaaz metni de benzer biçimde Bengi Ateş'in denetim mekanizmasını kamusal dolaşıma sokmaktadır.

Bu bağlamda *The Witcher 3* evrenindeki Bengi Ateş söylemi ile Orta Çağ ve erken modern Avrupa'daki anti-heretik soruşturma ve sapkınlık söylemi arasındaki benzerlik yapısal bir düzeyde kurulmaktadır. Oyunun arkaik yönetim yapısı, kilise-devlet bütünlüşmesi, kamusal infaz ritüelleri, vaaz metinleri ve sapkınlık karşıtı söylem repertuarı bu ilişkiyi güçlendirmektedir. Fudge'un (2017) Hus davası için belirttiği üzere sapkınlık, teolojik bir kategori olarak ortaya çıkmakta ve zamanla siyasi-hukuki bir denetim aracına dönüşmektedir. Bengi Ateş'in kurumsal ağında da benzer bir mekanizma işlemekte; büyücüler, insan olmayanlar ve uyumsuz özneler, fiili suçlarından ziyade kurumsal düzene eklemlenmeyi reddeden varlıklar olarak hedef hâline getirilmektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın veri seti; Caleb Menge'nin Hierarch Square konuşmasının transkripsiyonu, Novigrad'da çoğaltılmış *Endişeli Yurttaşın Vaazı* metni, *Caleb Menge'ye Mektup* ve *Menge'nin Kutsal Tomarı* adlı oyun içi belgeler, Tapınak Muhafızı ile Rivyalı Geralt arasındaki “*Now or Never*” görevi diyalogu ve infaz sahnesine ait ekran görüntülerinden oluşmaktadır. *The Witcher* oyun serileri üzerine yapılan genel çalışmalar içinde oyunların üçüncüsü olan *The Witcher 3: Wild Hunt* yaklaşık 55-60 saat oynanmış; oyun sürecinde elde edilen görsel, işitsel ve metinsel veriler sistematik biçimde kaydedilmiştir.

Oyunun İngilizce sürümü kullanılmıştır. Çalışmada yer alan diyalog ve oyun içi belge aktarımları, oyun sırasında alınan ekran görüntüleri, video kayıtları ve oyun içi metinler karşılaştırılarak çözümlenmiştir. Türkçe aktarımlar, araştırmanın analiz diliyle uyumlu olacak biçimde yazar tarafından düzenlenmiştir. Böylece diyalogların anlamsal içeriği, oyun içi bağlamı ve söylemsel işlevi birlikte değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada ana çözümleme çerçevesi Söylem-Tarihsel Yaklaşım'dır. Söz

eylem kuramı, Menge'nin konuşmasının edimsel işlevini; prosedürel retorik ise oyuncu konumlandırmasının anlam üretimindeki rolünü açıklamak için destekleyici analitik araçlar olarak kullanılmaktadır.

Transkripsiyon sürecinde infaz sahnesindeki konuşmalar, konuşmacı sırası, kalabalık tepkileri, dopplerin yardım çağrısı ve Geralt'ın sahne sonundaki yorumu ayrı veri birimleri olarak kaydedilmiştir. Oyun içi belgeler ise başlık, içerik, dolaşıma girdikleri bağlam ve Bengi Ateş söylemiyle ilişkileri açısından sınıflandırılmıştır. Ekran görüntüleri; kadraj, karakter konumu, kalabalığın yerleşimi, ateşin görsel merkeziliği ve oyuncunun sahneye müdahale edemediği anlar dikkate alınarak görsel veri olarak kullanılmıştır.

Çözümleme dört aşamada yürütülmüştür. Birinci aşamada STY stratejileri (adlandırma, yüklem, argümantasyon toposları) uygulanarak dilsel örgütlenme incelenmiştir. İkinci aşamada söz eylem kuramı uygulanarak hangi edimlerin gerçekleştiği belirlenmiştir. Üçüncü aşamada Foucault ve Levack'ın tarihsel çerçeveleri sahnelerle yerleştirilmiştir. Dördüncü aşamada prosedürel retorik perspektifinden oyuncu konumlandırması değerlendirilmiş; Hunnicke, LeBlanc ve Zubek'in (2004) mekanik, dinamik ve estetik yani MDA modeli ise müdahale kısıtının bu düzeylerde nasıl deneyimlendiğini açıklamak için destekleyici bir ara çerçeve olarak kullanılmıştır. Analiz birimi; tekil replik, çevresel metin ve mekanik kısıtlama noktası olarak belirlenmiştir.

Analizin kapsamı bu sahneler ve belgelerle sınırlıdır; bulgular oyunun tamamına genelleştirilmemektedir. Amaç, saptanan söylemsel mekanizmaların ideolojik işleyişini görünür kılmaktır.

Tablo 1. Analiz kategorileri.

Analiz kategorisi	Analizdeki işlevi	Veri düzeyindeki karşılığı
Adlandırma stratejisi	Toplumsal aktörlerin hangi kimlik kategorileriyle kurulduğunu belirler.	Doppler, cadı, büyücü, falcı ve şarlatan gibi adlandırmaların tek bir tehdit alanında toplanması.
Yüklem stratejisi	Aktörlere hangi niteliklerin, suçların ya da tehdit özelliklerinin atfedildiğini inceler.	Sahtekârlık, hastalık, karanlık, veba, saflığı bozma ve refahı çalma imgeleri.
Tehdit toposu	Bir grubun toplumsal düzen için tehdit olarak sunulması sonucunda cezalandırmanın zorunlu gösterilmesini açıklar.	“Kötülüğü defetme”, “arınma”, “vebayı temizleme” ve “saflığa dönüştürme” ifadeleri.

Analiz kategorisi	Analizdeki işlevi	Veri düzeyindeki karşılığı
Perspektifleştirme	Söylemin hangi bakış açısından kurulduğunu ve izleyicinin hangi konuma yerleştirildiğini gösterir.	Novigrad'ın "ışıl ışıl", "görkemli" ve "Bengi Ateş'in beşiği" olarak sunulması; kalabalığın ahlaki cemaat konumuna alınması.
Edimsel işlev	Sözün yalnız anlam taşımadığını, kamusal bir eylem gerçekleştirdiğini gösterir.	Menge'nin doppleri sahtekâr ilan etmesi, kalabalığa "Kötülüğü reddediyor musunuz?" sorusuyla onay verdirmesi.
Prosedürel kısıtlama	Oyuncuya tanınan ya da tanınmayan eylem olanaklarının anlam üretimindeki rolünü belirler.	Geralt'ın infaza müdahale edememesi, oyuncunun zorunlu tanıklık konumunda tutulması.
Görsel düzenleme	Sahnedeki kadraj, konum, ışık, ateş ve kalabalık yerleşiminin söylemsel işlevini inceler.	Ateşin sahnenin merkezinde konumlanması, Menge'nin otorite figürü olarak yükselmesi, kurban bedenlerinin kırılğan gösterilmesi.

4. BULGULAR VE ANALİZ

4.1. Caleb Menge'nin Kurumsal Aygıtı: İstihbarat, Baskın, İnfaz

Caleb Menge, Hierarch Square'deki konuşmacı konumuyla sınırlı olmayan, sahne öncesinde ve sonrasında işleyen kurumsal denetim ağının merkezinde yer alan bir otorite figürüdür. Bu ağ üç temel düzeyde işlemektedir: gizli istihbarat lojistiği, sokak düzeyindeki baskın uygulamaları ve kamusal infaz ritüeli.

Caleb Menge'ye Mektup ve *Menge'nin Kutsal Tomarı*, bu ağın istihbarat boyutunu belgelemektedir. Mektuptaki talimata göre Kutsal Tomar, Bengi Ateş sunağının sütunundaki bırakma kutusuna yerleştirilecek; mektup yakılacak ve teslimata kimse dâhil edilmeyecektir (CD Projekt Red, 2015). STY'nin perspektifleştirme stratejisi açısından değerlendirildiğinde, dini bir nesnenin tapınak çevresinde dolaşıma sokulması bu trafiği olağan bir ibadet pratiği gibi göstermekte; istihbarat faaliyetini dinî bir çerçeve içinde meşrulaştırmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009). Teslimat kutusunun sütuna gizlenmiş olması ise yüz yüze temasa gerek bırakmadan iletişim kurulmasını sağlamaktadır. Böylece kamusal infazın görünür şiddeti ile onu mümkün kılan gizli istihbarat lojistiği birbirini tamamlayan iki işleyiş biçimi olarak ortaya çıkmaktadır.

Sokak düzeyinde bu kurumsal ağ, Büyücü Avcıları baskınlarında görünür hâle gelmektedir. Novigrad'ın Farcorners mahallesinde büyücü Remi Ville-roy'un evinde gözlemlenen baskında iki büyücü avcısı kapıdaki tartışmayı büyütmede, içeride ise kelepçeleme uygulanmaktadır (CD Projekt Red, 2015). STY'nin yüklem stratejisi açısından bakıldığında, baskın pratiği büyücüleri kurumsal müdahaleyi zorunlu kılan varlıklar olarak önceden kodlamaktadır: kelepçeleme, büyücünün tehlikeli ve denetim altına alınması gereken bir özne olduğunu söylemsel olarak pekiştiren bedensel bir yükleme biçimidir (Reisigl ve Wodak, 2009). Oyuncu bu noktada müdahale etme ya da uzaklaşma seçenekleriyle karşılaşmaktadır. Müdahale, baskın mekanizmasını geçici olarak sekteye uğrattırırken; uzaklaşma, şiddetin gündelik kent düzeni içinde sürmesine izin veren prosedürel bir konum üretmektedir.

İstihbarat, sokak baskını ve kamusal infazdan oluşan bu üçlü yapı, iktidar pratiklerinin döngüsel biçimde yeniden üretildiği bir mekanizma oluşturmaktadır. STY'nin argümantasyon stratejileri açısından değerlendirildiğinde, bu döngü bir tehdit topusu ile işlemektedir: istihbarat ağı potansiyel şüphelileri tehdit olarak adlandırmakta; sokak baskınları bu adlandırmayı bedensel pratiğe dönüştürmekte; kamusal infaz ise cezalandırma pratiğini toplumsal rıza ve ahlaki onay düzeyinde meşrulaştırmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009). Bu meşruiyet zemini, sonraki baskınların ve soruşturmaların kabul edilebilirliğini pekiştiren ideolojik bir işlev üstlenmektedir. Bu bağlamda Menge'nin Hierarch Square'deki konuşması, söz konusu döngünün kamusal alanda en açık biçimde görünürlük kazandığı eşiklerden biri olarak değerlendirilebilir.

4.2. İnfaz Sahnesinin Söylemsel Örgütlenmesi ve Tarihsel Paraleller

Caleb Menge'nin infaz sahnesine ilişkin temel diyalog dökümü Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. İnfaz diyalogları (CD Projekt Red, 2015).

Konuşmacı	Söylem
Menge	Bizim Novigrad'ımız ıslıl ıslıl ve görkemli! Kentler arasında bir inci! Bengi Ateş'in beşiği!
İzleyici	Demek ki, ben hiçbir zaman bir büyücü (kadın) olmadım diye kahrolası bir rahatlama hissettim.

Konuşmacı	Söylem
Menge	Ama karanlık, o iğrenç başını tam da burada kaldırıyor! Muhafızların komutanı kılığına girmiş, sahtekâr bir doppler! Saflığınızı ve refahınızı çalmak için pusuya yatmış bir şarlatanlar, falcılar ve cadılar sürüsü! Buna son verme zamanı geldi! Kötülüğü defetme zamanı! Kötülüğü reddediyor musunuz?
Kalabalık	Kötülüğü reddediyoruz!
Menge	Kötülüğü reddediyor musunuz?
Kalabalık	Kötülüğü reddediyoruz!
Menge	Bengi Ateş'in Kutsal Alevi bu arınmayı tamamlasın; bu vebayı temizleyip saflığa dönüştürsün!
Doppler	Yakılan kadının haykırışı
Menge	Hiçbir kötülük Kutsal Ateş'e dayanamaz! Kutsal Ateş aydınlatır, yakar ve arındırır! Kutsal Ateş aydınlatır, yakar ve arındırır!
Doppler	Ben hiçbir yanlış yapmadım! Hiç! Sadece sizin gibi yaşamak istedim! Yardım edin bana, iyi insanlar! Lütfen!
Kalabalık	Tanrılar! Bakın! Bir doppler!
Geralt	Umarım Duda'nın başına da aynısı gelmemiştir.

Levack (2016), erken modern Avrupa'da cadı avı infazlarından önce vaaz okunduğunu ve bu vaazların suçlamayı teolojik bir çerçeveye yerleştirdiğini belgelemektedir. Menge'nin konuşması bu pratikle yapısal olarak örtüşmektedir. Konuşma bir vaaz gibi açılır:

“Bizim Novigrad'ımız ıslıl ıslıl ve görkemli! Kentler arasında bir inci! Bengi Ateş'in beşiği! (CD Projekt Red, 2015).”

Novigrad'ın ışık ve saflık imgeleri üzerinden temsil edilmesi, korunması gereken bir toplumsal düzen fikrini söylemsel olarak üretmektedir. STY'nin perspektifleştirme stratejisi açısından değerlendirildiğinde bu temsil biçimi, Menge'nin konuşmasının belirli bir bakış açısını -Novigrad'ı norm olarak kuran egemen perspektifi- söyleme yerleştirdiğini ortaya koymaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009). Öteki figürü bu düzenin bütünlüğüne yönelen bir sapma ya da bozulma unsuru olarak konumlandırılmaktadır.



Şekil 1. Hierarch Square'de kamusal infaz sahnesi (CD Projekt Red, 2015).

Şekil 1'de infaz alanının düzenlenişi, kamusal cezanın görsel mantığını desteklemektedir. Ateşin sahnenin merkezinde konumlanması, cezalandırılan bedenleri seyirlik bir gösterinin odağına yerleştirir. Kalabalığın infaz alanı çevresindeki yerleşimi, şiddetin topluluk önünde görünür kılındığını ve seyircinin ritüel içindeki tanıklık işlevini üstlendiğini gösterir. Bu görsel düzenleme, Foucault'nun kamusal infazda seyircinin zorunlu işlevine ilişkin saptamasıyla örtüşmektedir. Böylece ceza, kalabalığın bakışı altında egemen otoritenin yeniden üretildiği bir gösteriye dönüşmektedir.

Tehdit söylemi burada devreye girmektedir:

“Ama karanlık, o iğrenç başını tam da burada kaldırıyor! Muhafızların komutanı kılığına girmiş, sahtekâr bir doppler! Sıflığınızı ve refahınızı çalmak için pusuya yatmış bir şarlatanlar, falcılar ve cadılar sürüsü! (CD Projekt Red, 2015).”

Homojenleştirme, görünmezlik korkusu ve mülkiyet dili burada aynı anda çalışmaktadır. STY'nin adlandırma stratejisi açısından bakıldığında, şarlatanlar, falcılar ve cadılar gibi birbirinden farklı kimlikler tek bir olumsuz tehdit kategorisi altında toplanmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009). Dopplerin kıyafet değiştirmiş olması görünmezlik korkusunu bedensel bir vakaya dönüştürürken; “sıflığınızı çalmak” ifadesi, yüklem stratejisi aracılığıyla kalabalığı doğrudan mağdur olarak konumlandırmaktadır. Bu yapı, Reisigl ve Wodak'ın (2009) tanımladığı tehdit toposu ile örtüşmektedir. “Eğer X toplumsal düzene tehdit oluşturuyorsa, X bertaraf edilmelidir” biçimindeki argümantatif gerekçe, şidde-

ti kurumsal bir zorunluluk olarak sunan söylemin temel işleyiş mekanizmasıdır. Levack'ın (2016) belgelediği erken modern vaaz metinlerinde de aynı retorik örüntü gözlemlenmektedir: topluluk önce yüceltilmekte, tehdit tanımlanmakta ve cemaat bu tehdiye karşı seferber edilmektedir.

Burada kurulan ilişki, tarihsel bir özdeşlik iddiasına değil, söylemsel ve ritüel düzeydeki benzer işleyişlere dayanmaktadır. Menge'nin konuşması tarihsel cadı avı vaazlarının doğrudan yeniden üretimi olarak değil, topluluğu ahlaki bir cemaat olarak kuran, tehdidi adlandıran ve cezayı arınma diliyle meşrulaştıran bir oyun içi söylem düzeni olarak ele alınmaktadır.

Foucault (1995), kamusal infazın izleyicisiz anlam taşımadığını vurgular: kalabalık, düzenin yeniden kurulduğunu onaylayan zorunlu aktördür. Menge'nin çağrı-yanıt ritüeli bu işlevi sahnede doğrudan karşılar: Kalabalık artık seyirci değildir; kolektif onayın aktif öznesidir. Gramsci'nin (1971) rıza üretimi kavramıyla okunduğunda, egemenin şiddeti kendi başına uygulamadığı; kitlelerin gönüllü katılımı yoluyla meşrulaştığı görülebilir.



Şekil 2. Caleb Menge'nin dopplere yöneldiği infaz anı (CD Projekt Red, 2015).

Şekil 2'de Menge'nin dopplere yönelişi, sahnedeki iktidar ilişkisini bedensel ve mekânsal düzeyde somutlaştırmaktadır. Menge'nin konuşmacı ve yargılayıcı konumu, onu infaz alanındaki söylemsel otoritenin merkezi hâline getirmektedir. Doppler ise bu düzen içinde kendisini savunma olanağı sınırlı, teşhir edilen ve adlandırılan bir beden olarak konumlanmaktadır. Böylece sahne, söz eylem kuramı açısından Menge'nin ilan edici konuşmasını görsel düzeyde desteklemektedir. Dopplerin sözde suçlu ve sahtekâr kimliği, mahkeme sürecinden çok kamusal adlandırma ve teşhir yoluyla kurulmaktadır.

4.3. Edimsel İşlev: Konuşma Ne Yapıyor?

Austin'in (1962) çerçevesinde Menge'nin konuşmasında birden fazla edimsel söz eylemi eş zamanlı işletilmektedir. Bildirici edim (declarative) en belirleyici olanıdır: Searle'e (1969) göre bildirici edimler söz ile dünya arasında eş zamanlı uyum kurar ve konuşmanın kendisi bir gerçekliği üretir. Dopplerleri sahte muhafız ilan etmek için soruşturma süreci tamamlanmış olmak zorunda değildir; Menge'nin bunu kamuya açık biçimde söylemesi bu gerçekliği kurar. Bu işleyiş, STY'nin adlandırma stratejisiyle doğrudan örtüşmektedir: bildirici edim, adlandırma stratejisinin sözlü-performatif biçimidir; söylem bir kategori yaratmakla kalmaz, o kategorinin hukuki ve toplumsal geçerliliğini de eş zamanlı olarak üretir (Reisigl ve Wodak, 2009).

Yöneltici edim (directive), çağrı-yanıt ritüelinde belirginleşir: "Kötülüğü reddediyor musunuz?" gerçek bir soru değildir, kalabalıktan belirli bir tepki talep eden bir isteğe indirgenmiştir. Yanıt zaten bilinmektedir; soru, yanıt doğrulamak için kurulmuştur. Yükümlendirici edim (commissive) ise her "Kötülüğü reddediyoruz!" haykırışıyla gerçekleşir: kalabalık bu noktada infazın onaylayıcısı ve ortak öznesi olmaktadır. STY'nin perspektifleştirme stratejisiyle okunduğunda, çağrı-yanıt ritüeli kalabalığı tehdidin farkında olan ve ona karşı seferber edilmiş bir topluluk olarak konumlandırmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009); yöneltici edim bu konumlandırmayı katılımcının kendi sesiyle mühürlemektedir.

Konuşmanın etkisel boyutu (*perlocutionary effect*), sahnede görsel ve işitsel düzeyde kayıt altına alınmaktadır. Kalabalığın haykırışları, ateşe yönelen bakışları ve öne doğru hareketlenen bedenleri, söylemin topluluk davranışını biçimlendiren bir etki alanı ürettiğini göstermektedir. Geralt ve onun aracılığıyla oyuncu da bu etki alanına dâhil edilmektedir. Müdahale olanağının tasarımsal olarak kapatılması, oyuncuyu şiddet sahnesi karşısında sınırlandırılmış bir tanık konumuna yerleştirmektedir.

4.4. Çevresel Sesler: Vaaz Metni ve Muhafız Dili

Menge'nin söylemi, meydandaki konuşmanın ardından Novigrad'ın kamusal alanında yazılı metinler ve gündelik diyaloglar aracılığıyla dolaşıma girmektedir. Sokaklarda çoğaltılmış *Endişeli Yurttaşın Vaazı* metni, bu söylemin yazılı biçimlerinden biridir:

“Biçim değiştiren dopplerler bile onun ışığından saklanamaz; ne de cadılar ve büyücüler... Ateşin küle çevirdiğini hiç kimse geri getiremez... Böylesi dönük acı bir ölüme mahkûmdur (CD Projekt Red, 2015).”

Bu metin, Menge’nin konuşmasında görülen arınma dili, kaçınılmaz ceza teması ve ötekiyi tehdit olarak konumlandıran söylemsel stratejileri yazılı forma taşımaktadır. STY, söylemin yeniden bağlamsallaştırılmasını kurumsal dönüşümün temel mekanizması olarak tanımlamaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009). Kaynak metindeki söylemsel stratejiler yeni bağlamlara aktararak kurumsal denetimi pekiştirmektedir. Bu açıdan vaaz metni, Menge’nin sözlü söylemini kente yayılan yazılı bir denetim aracına dönüştürmektedir.

“*Now or Never*” görevinde bir Tapınak Muhafızı’nın kurduğu cümle, aynı kurumsal söylemin farklı aktörler aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini göstermektedir:

“Bir drowner ne yapar ki? Arada bir balıkçıyı teknesinden çeker, o kadar. Ama cadılar... Kralları öldürürler. Entrika çevirirler. Savaş çıkarırlar (CD Projekt Red, 2015).”

Bu cümle, büyücüler ile sıradan canavarlar arasında niteliksel bir ayrım kurmaktadır. Canavarlar tehlikeli fakat öngörülebilir varlıklar olarak sunulurken, büyücüler siyasal düzeni tehdit eden hesaplanamaz aktörler biçiminde temsil edilmektedir. Bu ayrım, büyücülere yönelik şiddeti koruma pratiği olmaktan çıkarak kurumsal zorunluluk gibi gösteren bir işlev üstlenmektedir. Van Dijk’in (1993) olumsuz öteki sunumu çerçevesinden bakıldığında, muhafızın cümlesi ideolojik meşrulaştırmanın gündelik konuşma içinde yeniden üretildiğini göstermektedir.

Vaaz metni, muhafız diyalogu ve kurye talimatları, Menge’nin söyleminin örgütlü bir kurumsal ağ içinde çoğaltıldığını ortaya koymaktadır. Bu yapı Althusser’in (2002) ideolojik aygıt kavramıyla örtüşmektedir: inanç, kilise kurumunun pratikleri içinde maddi bir var oluş kazanmakta ve bireysel niyetlerden bağımsızlaşan bir denetim mekanizmasına dönüşmektedir.

4.5. Dopplerin Sesi: Foucault’nun ‘Tehlikeli Anı’

Foucault (1995), infaz töreninin mahkûma konuşma fırsatı tanıdığını, ancak bu konuşmanın masumiyeti ilan etmek için değil, suç ve cezanın adaletini onaylamak için kurulduğunu öne sürer (ss. 65–66). Egemenin kurduğu ritüelin içinde açılan bu an, baskın söyleme karşı kırılan ama gerçek bir ses olanağı

barındırır. Dopplerin cümlesi bu analizi oyun sahnesinde doğrudan örnekler:

“Ben hiçbir yanlış yapmadım! Hiç! Sadece sizin gibi yaşamak istedim! Yardım edin bana, iyi insanlar! Lütfen! (CD Projekt Red, 2015).”

Doppler, ötekileştirildiği normun -insanlar gibi yaşama hakkının- içinden seslenmektedir. STY'nin perspektifleştirme stratejisi açısından değerlendirildiğinde, dopplerin söylemi egemen çerçevenin bakış açısını kabul ederek içeriden konuşmakta; ancak tam da bu nedenle meşruiyet alanının dışında kalmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009). Van Dijk'in (1993) ifadesiyle, egemen söylem ötekini sesini kapatmaz; onu meşruiyet alanının dışında konumlandırarak anlamsızlaştırmaktadır. Kalabalıktan yükselen “Tanrılar! Bakın! Bir doppler!” tepkisi, dopplerin yardım çağrısının ahlaki bir karşılık bulmadığını göstermektedir. Kalabalık, onu mağdur bir özne olarak görmek yerine yeniden tehdit kategorisi içinde algılamakta; böylece infaz ritüelinin kurduğu ahlaki düzen varlığını sürdürmektedir.

Geralt'ın sahneyi kapatan “Umarım Dudu'nun başına da aynısı gelmemiştir” cümlesi, müdahale olanağı olmayan bir tanıklık konumunu ve bu konuma eşlik eden endişeyi görünür kılmaktadır. Bu tepki, doğrudan bir itirazdan çok, şiddetin sonuçlarını kavrayan fakat eylem alanı sınırlandırılmış bir özne konumuna işaret etmektedir. Geralt'ın bu sessizliği, Cadı Eplerinin toplumsal düzende işgal ettiği ara konumu da açığa çıkarır: ihtiyaç duyulan, fakat dışlanan figürlerdir.

4.6. Prosedürel Anlam: Zorunlu Tanıklık

Hierarch Square'e girildiğinde oyuncu pasif izleyici durumuna geçer. İnfazı durdurmak, Menge'ye yaklaşmak, kalabalığı dağıtmak mümkün değildir. Bogost'un (2007) prosedürel retorik anlayışından bakıldığında bu kısıtlama, bizzat bir argümandır: sistem, kurgusal dünyanın iktidar yapısının gücünü ortaya koymaktadır.

Foucault'nun (1995) çerçevesiyle okunduğunda, zorunlu tanıklık yeni bir anlam katmanı kazanır. Tarihsel infaz ritüelinde kalabalığın varlığı zorunluydu; seyircisiz gösteri anlamsızlaşırdı. Oyundaki mekanik kısıtlama, oyuncuyu tam da bu tarihsel kalabalığın pozisyonuna yerleştirir. Müdahale olanağı olmaksızın şiddetin kurumsal pratiğine tanıklık etmek, egemenin yarattığı düzenin kaçınılmazlığını deneyimsel olarak içselleştirmektir.



Şekil 3. Hierarch Square’de yakılmak üzere olan cadı sahnesi (CD Projekt Red, 2015).

Şekil 3’te yakılmak üzere olan bedenlerin görünürlüğü, arınma söyleminin maddi sonucunu açığa çıkarır. Ateş, Bengi Ateş söyleminde saflık, ışık ve kutsallıkla ilişkilendirilirken sahnede doğrudan bedensel yok etme aracına dönüşmektedir. Bu karşıtlık, oyunun ideolojik anlam üretimini güçlendirmektedir. Kutsallık dili, şiddetin görsel gerçekliğiyle iç içe geçirilmektedir. Oyuncunun bu sahneye müdahale edememesi, görsel şiddeti prosedürel bir sınırlamayla birleştirir ve zorunlu tanıklık deneyimini pekiştirmektedir.

Hunicke vd.’nin (2004) MDA çerçevesiyle bakıldığında, mekanik düzeydeki bu kısıtlama dinamik düzeyde çaresizlik ve rahatsızlık üretir; estetik düzeyde ise kurumsal şiddetin kaçınılmazlığı izlenimini pekiştirir. Sicart’a (2009) göre oyun kuralları hangi eylemlerin ahlaki açıdan anlamlı sayıldığını da belirler. Bu sahnede müdahale etmek ahlaki açıdan anlamlı ama sistemin dışında bırakılmıştır. O boşluk -refleks ile imkânsızlık arasındaki gerilim- sahnenin ideolojik etkisinin en yoğunlaştığı noktadır.

SONUÇ

Caleb Menge'nin Hierarch Square'deki infaz sahnesi, Novigrad'daki kurumsal söylem ağının en yoğun biçimde görünür hâle geldiği eşiklerden biridir. Analiz, sahnenin istihbarat, sokak baskını, vaaz metinleri ve kamusal infaz pratikleriyle ilişkili örgütlü bir mekanizma içinde işlediğini göstermektedir. Foucault'nun (1995) kamusal infaz çözümlemesi ve Levack'ın (2016) cadı avı vaazlarına ilişkin tarihsel saptamaları, Menge sahnesindeki şiddet örüntüsünü tarihsel bağlama yerleştirmektedir. Oyunda kamusal vaaz, topluluk katılımı, arınma dili ve bedeni hedef alan ceza gösterisi, erken modern Avrupa'daki dinî-kurumsal yargı mekanizmalarıyla yapısal benzerlik taşımaktadır. Bu yapı içinde Bengi Ateş, bireysel niyetlerden bağımsız biçimde işleyen kurumsal bir söylem aygıtı olarak konumlanmakta; Cadı Erleri, insan olmayan ırklar ve büyücüler üzerinden önceden kurulmuş marjinalleşme alanlarını şiddet yoluyla pekiştirmektedir.

Çalışmanın yöntemsel katkısı, söylem, edim, tarihsel bağlam ve oyun mekaniğini ortak bir analitik düzlemde ele almasından kaynaklanmaktadır. STY, Menge'nin konuşması, vaaz metinleri ve muhafız dilindeki adlandırma stratejilerini, yüklem örüntülerini ve tehdit toposlarını görünür kılarken; söz eylem kuramı, konuşmanın mahkûm etme, seferber etme ve meşrulaştırma işlevlerini açıklamaktadır. STY'nin bu çalışmaya özgün katkısı, tarihsel bağlamı -Orta Çağ anti-heretik söylemlerini, erken modern cadı avı retorikini ve kamusal ceza ritüellerini- analitik bir araç olarak söyleme dâhil etmesidir: oyun söylemi, yalnızca kendi iç mantığıyla değil, tarihsel söylem örüntülerinin yeniden bağlamsallaştırılması aracılığıyla anlam kazanmaktadır. Prosedürel retorikle birleştirildiğinde STY, söylemsel örüntülerin yalnızca diyalog ve metin düzeyinde değil, oyun mekaniği aracılığıyla da nasıl üretildiğini ortaya koyabilmektedir. Bu metodolojik kombinasyon, dijital oyun söylemi araştırmaları için yeniden uygulanabilir bir analitik çerçeve sunmaktadır.

Tasarım etiği açısından bu sahne, dijital oyunlarda ideolojik anlamın anlatı, kural, mekân ve oyuncu konumlandırması aracılığıyla nasıl biçimlendiğini göstermektedir. Zorunlu tanıklık, oyuncuda eleştirel farkındalık yaratabilecek güçlü bir deneyim alanı kurarken şiddetin tekrar eden bir temsil pratiği içinde olağanlaşmasına yönelik tasarım riski de taşımaktadır. Sicart'ın (2009) oyun etiği yaklaşımı doğrultusunda bu risk, tasarım sürecinde dikkate alınması gereken temel sorumluluklardan biri olarak değerlendirilebilir. Menge sahnesi bu

yönüyle, dijital oyunlarda söylemin tasarlanma biçimini ve prosedürel retoriğin ideolojik etkilerini tartışmak için verimli bir örnek sunmaktadır.

Bu çerçeve, dijital oyunlarda söylemin diyalog, tarihsel gönderme ve mekanik kısıtlama arasında kurulan çok katmanlı bir tasarım ilişkisi içinde üretildiğini göstermesi bakımından oyun çalışmaları literatürüne katkı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Althusser, L. (2002). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* (Y. Alp ve M. Özışık, Çev.). İletişim Yayınları. (Özgün eser 1970’de yayımlanmıştır.)
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Batylda, M. (2015). *The world of the Witcher: Video game compendium* (T. Currit, Çev.). Dark Horse Books.
- Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. MIT Press.
- CD Projekt Red. (2007). *The Witcher* [Dijital oyun]. Atari.
- CD Projekt Red. (2011). *The Witcher 2: Assassins of Kings* [Dijital oyun]. CD Projekt.
- CD Projekt Red. (2015). *The Witcher 3: Wild Hunt* [Dijital oyun]. CD Projekt.
- Erbaş, E. D. (2026). *The Witcher 3: Wild Hunt*’ta kavuşan evrenler: Diyalektik-ilişkisel eleştirel söylem analizi. *Modular Journal*, 9(1), 48-74. <https://doi.org/10.59389/modular.1807555>
- Fudge, T. A. (2017). *Why was Jan Hus burned at the stake during the Council of Constance?* *Andrews University Seminary Studies*, 55(1), 29–44.
- Foucault, M. (1995). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Çev.). Vintage Books. (Özgün eser 1975’te yayımlanmıştır.)
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks* (Q. Hoare ve G. Nowell Smith, Yay. haz. ve Çev.). International Publishers.
- Hunicke, R., LeBlanc, M. ve Zubek, R. (2004). *MDA: A formal approach to game design and game research*. AAAI Workshop on Challenges in Game AI Bildirileri içinde (ss. 1–5). AAAI Press.
- Johansson, M. ve Rübsamen, M. (2024). *Without morals in a moral world: The expanding moral circle of The Witcher 3: The Wild Hunt*. *Frontiers in Communication*, 9, 1401644. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1401644>
- Levack, B. P. (2016). *The witch-hunt in early modern Europe* (4. baskı). Routledge.
- McKinstry, E. (2018). *The mind of a medieval inquisitor: An analysis of the 1273 Compilatio de Novu Spiritu of Albertus Magnus* [Yüksek lisans tezi, Portland

- State University]. PDXScholar. <https://doi.org/10.15760/etd.6249>
- Reisigl, M. ve Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. Routledge.
- Reisigl, M. ve Wodak, R. (2009). The discourse-historical approach. R. Wodak ve M. Meyer (Ed.), *Methods of critical discourse analysis* (2. baskı, ss. 87–121). SAGE.
- Sapkowski, A. (2007). *The last wish* (D. French, Çev.). Gollancz. (Özgün eser 1993'te yayımlanmıştır.)
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Sicart, M. (2009). *The ethics of computer games*. MIT Press.
- van Dijk, T. A. (1993). *Principles of critical discourse analysis*. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>

7. BÖLÜM

OYUNDA KALMAK OYUNDAN AYRILMAK: DİJİTAL OYUNLARDA GÖRSEL TASARIM, OYUNCU KATILIMI VE DİJİTAL DETOKS

Dr. Funda SÖNMEZ-ÖĞÜTLE

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

Sosyoloji

fundasonmezz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4343-5296>

GİRİŞ

Dijital oyunlar, günümüz görsel kültürünün en etkileşimli ve sürekli değişen alanlarından birini oluşturur. Oyuncu, ekrandaki görüntüyü izlerken bir yandan da bu görüntünün sunduğu seçenekler arasında hareket eder, görsel işaretleri okur, sistemden gelen geri bildirimlere anında tepki verir. Mini harita, görev simgesi, puan göstergesi, renk değişimleri, animasyonlar ve bildirimler gibi arayüz unsurları yalnızca bilgi taşımakla kalmaz, oyuncunun dikkatini yönlendirir, hareketlerini şekillendirir ve zamanla kurduğu ilişkiyi düzenler. Görsel iletişim tasarımı böylece oyunun kurallarını görünür kılan, oyuncu ile sistem arasındaki bağı canlı tutan ve oyuncuyu oyuna tekrar tekrar geri çağıran bir işlev üstlenir.

Dijital oyunların tasarımı oyuncunun oyun içindeki eylemlerini biçimlendirirken oyuna devam etme ve oturumu sonlandırma kararını da etkiler. Alexandrovsky vd. (2024), oyundan ayrılmayı (disengagement) oyuncu deneyiminin tasarlanabilir bir aşaması olarak ele alır. Araştırmanın bulguları, oyuncuların oyunun yapısını anlayabildikleri, çıkış seçeneklerinin şeffaf olduğu ve ilerlemelerini kaybetmeden ayrılabilirdikleri durumlarda oyunu daha yüksek bir özerklik ve tamamlanma duygusuyla bıraktıklarını göstermektedir (Alexandrovsky

vd., 2024: 2). Bölüm ve görev sınırları, kayıt noktaları, ilerleme haritaları ve açık çıkış seçenekleri oyuncuya oyunun zamansal yapısı hakkında bilgi verir ve görsel tasarım da bu bilgiyi görünür kılarak oyuncunun kullanım süresini kendi kararıyla düzenlemesine katkıda bulunur (Alexandrovsky vd., 2024: 11-12). Ayrılma anının bu şekilde tasarlanabilir olması, oyuncunun oyunla kurduğu ilişkiyi sınırlandırma kapasitesinin oyunun dışında değil, doğrudan oyunun içinde biçimlendiğini gösterir.

Sosyal veya çevrimiçi medyadan periyodik olarak kopma veya dijital medya katılımını azaltmaya yönelik denge ve farkındalık hedefleyen stratejiler olarak tanımlayabileceğimiz dijital detoks (Syvertsen ve Enli, 2019: 1) da temelde buna benzer bir işlev görür, kullanımı bütünüyle durdurmak yerine, dikkatin ve zamanın ne zaman, nasıl ve hangi ölçüde geri çekileceğini kullanıcının kendisinin belirlemesine imkan tanır. Bu bakış açısı dijital detoks, yalnızca dışarıdan konan bir sınırlama olarak değil mola verme ve bağlantıyı geçici olarak kesme kararlarının oyun deneyiminin kendisine yerleştirildiği bir öz-düzenleme pratiği olarak tartışmaya açar.

Dijital oyun tasarımının temel amaçlarından biri oyuncu katılımıdır (player engagement). Katılımın göstergeleri arasında oyuncunun eylemlerine ilişkin anlık geri bildirim alması, ilerleme duygusu yaşaması ve oyuna yeniden dönme isteği duyması sayılabilir. Klimmt, Hartmann ve Frey, oyuncuya eylemleri hakkında verilen anlık geri bildirimin azaltılmasının oyundan alınan keyfi düşürdüğünü bulmuştur (akt. Boyle vd., 2012: 774). Yee, ilerleme arzusunun oyun katılımının önemli göstergelerinden biri olduğunu vurgulamıştır (akt. Boyle vd., 2012: 776). Wu, Wang ve Tsai ise başarı, keyif ve sosyal etkileşimden kaynaklanan doyumun oyuncuların oyuna devam etme isteğini sürdürdüğünü ortaya koymuştur (akt. Boyle vd., 2012: 777).

Oyuna katılım, özerklik, yeterlik, sosyal ilişki, merak, rekabet gibi farklı kaynaklardan beslenebilir. Güncel mobil ve çevrim içi oyunlarda bu deneyim şirketlerin gelir elde etme stratejileriyle de iç içe geçer. Günlük giriş ödülleri, kesintisiz oynama serileri, sınırlı süreli etkinlikler, oyun içi para birimleri ve rastlantısal ödüller katılımı ölçülebilir ve gelir getirici bir sürekliliğe dönüştürür. Oyuncunun iyi oluşu ile şirketin oyunda geçirilen süreyi artırma hedefi arasındaki gerilim tam bu noktada belirginleşir. Tam da bu noktada dijital detoks tartışması bu gerilime somut bir yanıt sunar. Katılımı besleyen tasarım öğeleri aynı zamanda geliri büyütmek için kurgulandığından, oyuncunun bu öğelerle kurduğu ilişkiyi kaynağına göre ayrı ayrı sınırlandırabilmesi gerekir. Vanden Abeele vd. (2024:11), dijital bağlantıyı sınırlama stratejilerini zaman, erişim, kanal, içerik, etkileşim ve özellikler üzerine konan geçici sınırlar olarak ele alır

ve dijital detoks böylece dijital araçların tümüyle terk edilmesinden çok, bu çok boyutlu bağlantıyı düzenleme pratikleri içinde anlam kazanır. Oyun bağlamında bu pratikler oyun süresini sınırlamak, bildirimleri kapatmak, günlük görevlerden uzak durmak, belirli oyunları silmek, oyun içi harcamaları durdurmak veya çevrim içi takım yükümlülüklerini yeniden düzenlemek biçiminde ortaya çıkabilir; bunlardan yalnızca oyun içi harcamaları durdurmak doğrudan gelir modeliyle kurulan bağı hedef alır, diğerleri ise zaman, dikkat ve sosyal yükümlülük üzerindeki baskıyı azaltmaya yöneliktir. Oyuncu, oyundan aldığı haz ve sosyal ilişkiyi sürdürürken oyunun gündelik hayat üzerindeki zamansal baskısını azaltmaya çalışır.

Bu çalışmada oyuncuların oyun süresini kısıtlama, bildirimleri kapatma veya oyuna ara verme gibi kendi geliştirdiği sınırlama davranışları, oyunun görsel ve zamansal tasarımıyla birlikte ele alınacaktır. Arayüz oyuncuya ne yapması gerektiğini gösterir, hangi fırsatın acil ve hangi ödülün değerli olduğunu bildirir. Dijital iyi oluş, oyuncunun öz denetimi kadar oyun tasarımının şeffaflığına, oyunun para kazanma biçimine ve platformun sunduğu araçlara da bağlıdır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde oyun arayüzü, ikinci bölümde oyuncu katılımı ve karanlık tasarım kalıpları, üçüncü bölümde ise dijital detoks ve oyundan ayrılma konuları ele alınmaktadır

1. BİR GÖRSEL İLETİŞİM SİSTEMİ OLARAK OYUN ARAYÜZÜ

Dijital oyunun arayüzü, oyuncu ile oyun sistemi arasında işleyen iletişim yüzeyidir. Oyuncu, sistemin kodlarını ve hesaplamalarını renk, hareket, simge, sayı, ses ve mekânsal düzen aracılığıyla algılar. Bir karakterin sağlığının azalması kırmızı renk, daralan bir çubuk veya değişen bir sesle anlatılabilir; yaklaşan tehlike ekran kenarındaki bir işaretle, ilerleme dolan bir göstergeyle, başarısızlık ise sarsıntı ve renk kaybıyla iletilebilir. Görsel tasarım, soyut kuralları algılanabilir ve eyleme dönüştürülebilir bilgiye çevirir. Llanos ve Jorgensen (2011: 2) oyun arayüzünü oyuncuya oyunla ilgili bilgi ve etkileşim araçları sağlayan bir sistem olarak tanımlar Arayüz bilgisi, oyun dünyasının kendi içinde bir öge gibi ya da ekranın üzerine eklenmiş ayrı bir gösterge gibi sunulabilir ve kurmaca dünyanın içindeki göstergeler atmosfer ve anlatısal bütünlük sağlarken, ekranın üzerine yerleştirilen baş üstü göstergeleri (head-up display / HUD) bilgiyi hızlı ve açık biçimde sunar. Yazarların oyuncu çalışması, ekrana eklenen bu göstergelerin kaldırılmasının katılım duygusunu tek başına artırma-

dığını, oyuncuların eylemlerini anlamlandırmak için çoğu zaman açık sistem bilgisine ihtiyaç duyduğunu gösterir (Llanos ve Jorgensen, 2011: 6)

Bu bulgu, görsel iletişim tasarımıındaki sadelik anlayışının yeniden değerlendirilmesini gerektirir. Az sayıda görsel unsur estetik bütünlüğü güçlendirebilir, ama bilgi eksikliği oyuncunun sistemle ilişki kurmasını zorlaştırabilir. Arayüz tasarımının başarısı görünür unsur sayısından çok, bilginin önem sırasına, okunabilirliğine ve oyun durumuyla uyumuna bağlıdır. Deneyimli oyuncuların alışkanlıkları ile yeni oyuncuların bilgi ihtiyacı da farklıdır, aynı arayüz bir grup için gereksiz yoğunluk, başka bir grup için gerekli bir yönlendirme sağlayabilir.

Caroux vd. (2023), aksiyon oyunlarıındaki HUD özelliklerini incelemiş ve görsel bilginin fiziksel ve anlamsal özelliklerinin oyuncu performansını etkileyebildiğini ortaya koymuştur. Boyut ve renk gibi fiziksel özellikler bilginin fark edilmesini, gösterilen bilginin içeriği ise oyuncunun kararlarını biçimlendirir. Arayüz bu açıdan nötr bir bilgi panosu değildir, hangi bilginin sürekli görünür olduğu, oyuncunun neyi önemli sayacağını ve dikkatini nasıl dağıtacağını belirler. Ek olarak oyun arayüzü zamansal bir iletişim de kurar. Geri sayım sayaçları, yanıp sönen görev simgeleri, sınırlı süre etiketleri ve tamamlanmak üzere olan ilerleme çubukları oyuncuya eylemin aciliyetini bildirir. Renk doygunluğu, hareket ve ekran konumu fırsatların öncelik sırasını oluşturur. Görsel hiyerarşi böylece oyuncunun yalnızca oyun içindeki mekânsal yönelimini değil, ne zaman oyuna dönmesi gerektiğini de düzenler.

Arayüzün dikkati ve zamanı bu şekilde yönlendirmesi, oyuncunun oyunla kurduğu ilişkinin tek başına bireysel bir tercih olmadığını gösterir. Bir sonraki bölümde bu ilişki, oyuncu katılımını besleyen kaynaklar ve bu kaynakları ticari sürekliliğe dönüştüren karanlık tasarım kalıpları üzerinden ele alınacaktır.

2. OYUNCU KATILIMI VE KARANLIK TASARIM KALIPLARI

Oyuncu katılımı birden fazla kaynağın bir araya gelmesiyle oluşur. Ryan vd.'nin araştırması (2006) oyunların özerklik, yeterlik ve ilişkililik ihtiyaçlarını karşılama kapasitesinin keyif, tercih ve gelecekte oynama isteğiyle bağlantılı olduğunu gösterir. Özerklik, oyuncunun anlamlı seçimler yapabilmesini, yeterlik, becerilerini geliştirerek etkili olduğunu hissetmesini, ilişkililik ise diğer oyuncularla bağ kurmasını ifade eder. Sezgisel kontroller ve oyun dünyasında

varlık hissi de bu ihtiyaçların karşılanmasına katkı sağlar. Bu yaklaşım, oyuncunun oyunda kalmasını doğrudan bağımlılık veya manipülasyonla açıklayan görüşü aşar. Oyunlar başarı hissi, yaratıcı hareket alanı, sosyal ilişki ve iş sonrasında toparlanma sağlayabilir. Collins vd.'nin (2019) çalışması, kısa süreli dijital oyun oynamanın iş sonrasında enerjik uyarılmayı artırabildiğini ve alınan hazzın toparlanma deneyimiyle güçlü bir ilişki kurduğunu göstermektedir. Oyun, gündelik hayatın baskılarından geçici uzaklaşma ve etkin dinlenme aracı olabilir.

Katılımın bu olumlu yönleri ile ticari süreklilik mekanizmaları arasında ayırım yapmak gerekir. Oyuncu bir zorluğu aşmak için tekrar oynadığında yeterlik duygusunu geliştirebilir, günlük görev serisini kaybetmemek için oyuna girdiğinde ise davranışı kayıp baskısıyla biçimlenebilir. İlk durumda oyunun çekiciliği oynama deneyiminin içsel değerinden, ikinci durumda önceden biriktirilmiş ödülü koruma zorunluluğundan beslenir. Bu iki biçim aynı oyunda iç içe geçebilir.

Günlük giriş ödülleri, sezonluk görevler ve sınırlı süreli etkinlikler, oyuncuyu belirli saatlerde oyuna dönmeye yönlendirir; oyuncu kendi seçtiği zamanda değil, sistemin belirlediği aralıklarda oyuna döner. Kesintisiz seri göstergesi, önceki günlerde biriktirilen ilerlemeyi gösterir; bu da ara vermeyi bir kayıp gibi hissettirir. İlerleme çubuğunun tamamlanmaya yaklaşması ise kısa bir oturumu uzatabilir. Bu görsel-zamansal mekanizmalar, oyun oynamayı serbest zaman etkinliğinden düzenli bir yükümlülüğe dönüştürme kapasitesi taşır.

Çevrim içi oyunlarda sosyal katılım da sürekliliği besler. Takım karşılaşmaları, grup görevleri veya ortak etkinlikler oyuncunun diğer kişilere karşı sorumluluk hissetmesini sağlar. Diğer oyuncularla bağ kurma ihtiyacını karşılayan bu yapı güçlü bir topluluk deneyimi yaratabilir, ancak aynı yapı, oyuncunun ara vermesini, arkadaşlarını yarı yolda bırakmama düşüncesinden kaynaklı zorlaştırabilir. Tasarımın etik değerlendirmesi, sosyal ilişkinin varlığından çok bu ilişkinin oyuncunun seçim alanını nasıl etkilediğine odaklanmalıdır.

Oyuncu katılımını yalnızca süre üzerinden ölçmek de sınırlı bir değerlendirme sunar. Uzun süre oynamak her zaman daha iyi bir deneyim anlamına gelmez. Nitelikli katılım, oyuncunun yaptığı eylemi anlamlı bulması, seçimlerinin sonuçlarını kavraması ve oturum sonunda olumlu bir deneyim yaşamasıyla ilişkilidir. Sağlıklı oyun tasarımı, oyuncunun oyuna dönmelerini hedeflerken dinlenme, çıkış ve geri dönmeme kararlarını da meşru seçenekler haline getirir.

Bu noktada karanlık tasarım kalıpları kavramı devreye girer. Karanlık tasarım kalıpları, kullanıcıyı kendi çıkarlarıyla uyuşmayan seçimlere yönlten

ve bunu genellikle şeffaf olmayan biçimde yapan tasarımlardır. Örneğin “ oynamak için bekle” ve “beklememek için öde” gibi seçeneklerin bir arada sunulması zaman baskısını parasal gelire çevirir. Xiao ve Henderson (2021: 177-178), ganimet kutularına ilişkin etik tasarım önlemlerini tartışırken gerçek para değerinin açıkça gösterilmesi, tekrar eden ödüllerin sınırlandırılması ve istenen nesnelere standart oyun yoluyla erişim gibi uygulamaları değerlendirir. Yazarlar, oyun şirketlerinin ekonomik çıkarları nedeniyle kendi kendilerini sınırlamanın yeterli olmayabileceğini, bunun yerine devletlerin vergi indirimi ve fon desteği gibi teşviklerle etik tasarımı özendirebileceğini savunur.

Aagaard vd. (2022), mobil oyun geliştiricileri ve oyuncularla yürüttükleri çalışmada karanlık kalıpların stüdyo hedefleri, gelir beklentileri, veri odaklı ölçüm araçları ve piyasa rekabeti içinde oluştuğunu gösterir. Tasarımcılar oyuncu deneyimini korumak istese bile elde tutma oranı, günlük aktif kullanıcı ve harcama gibi performans göstergeleri tasarım kararlarını yönlendirebilir. Etik sorun bu nedenle bireysel tasarım tercihinin yanında oyun üretiminin kurumsal yapısına da aittir.

Bu bulgular, dijital detoksun yalnızca oyuncunun irade zayıflığına yanıt olarak kurulamayacağını gösterir. Oyuncu, kendi dikkatini ve zamanını yönetirken davranışı sürekli ölçen, geri dönüşü ödüllendiren ve arayı kayıp olarak görselleştiren sistemlerle karşılaşır. Sınır koyma pratiklerinin başarısı, bu tasarım baskılarının tanınmasına ve oyuncuya gerçek denetim sağlayan araçların bulunmasına bağlıdır.

3. DİJİTAL DETOKSTAN DİJİTAL İYİ OLUŞA: OYUNLA İLİŞKİYİ YENİDEN DÜZENLEMEK

Dijital detoks gündelik dilde belirli bir süre boyunca ekranlardan veya dijital araçlardan uzak kalmayı çağırıştırır. Oyunlara özgü sınırlama pratiklerini inceleyen güncel çalışmalar ise bu pratiklerin tek bir biçimde işlemediğini gösterir; oyuncular zaman, erişim, sosyal etkileşim ve oyunun kendi tasarım öğeleri üzerinden farklı stratejiler geliştirir. Örneğin zaman sınırı, Colder Carras vd. (2020:10) oyuncularla yürüttüğü katılımcı temelli çalışmada tarif edildiği gibi, alarm kurma veya önceden belirlenmiş bir hedefe ulaşınca durma biçiminde işleyebilir. Erişim sınırı, King vd. (2016: 491-493) 84 saatlik gönüllü oyun kesintisi üzerine yürüttüğü nitel çalışmada görüldüğü gibi, belirli bir süre boyunca oyuna hiç girmeme biçiminde kurulabilir. Katılımcıların bu kesintiye verdiği tepki, öfke veya kaygı gibi klasik yoksunluk belirtilerinden çok, sıkılma ve

zihinsel uyarım arayışı olmuştur. Kesinti sırasında katılımcıların çoğu boş kalan zamanı kitap okuma, gitar çalma veya spor gibi ihmal ettikleri uğraşlara yönlendirmiş, bazıları ise oyuna ayırdıkları zamanı “boşa harcanmış zaman” olarak yeniden değerlendirmiş, iki katılımcı takip döneminde oyunu tamamen bırakmıştır.

Nguyen vd.’nin çalışması ise (2024), insanların bağlantıdan kopma stratejilerini iki ana grupta topladığını gösterir: cihazı fiziksel olarak uzaklaştırmaya dayanan kural temelli stratejiler ve bildirim kapatma gibi cihaz özelliklerine dayanan stratejiler. Bu iki strateji türünün kullanım sıklığı yaş gruplarına göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır ve yaşlı kullanıcılar kural temelli, genç kullanıcılar ise özellik temelli stratejileri daha sık tercih ettiği görülmektedir. Bu bulgu, tek bir bağlantıdan kopma yönteminin herkes için eşit derecede işlevsel olmayacağını, sınırlamanın kişinin kendi tercihi ve alışkanlıklarına göre şekillenmesi gerektiğini göstermektedir

Dijital oyunlar açısından bu bulgular özellikle önemlidir. Oyun bir oyuncu için iş sonrasında toparlanma, başka bir oyuncu için rekabet baskısı, bir başkası için ise temel bir arkadaşlık ortamı olabilir. Tam uzaklaşma, oyununun destekleyici sosyal ilişkilerini de kesebilir. Bu nedenle dijital iyi oluş, oynama süresini tek başına azaltma hedefinden çok, oyuncunun deneyim üzerindeki denetimini artırma hedefiyle kurulmalıdır. Etik görsel tasarım bu denetimi somutlaştırabilir. Oyun süresinin açık biçimde gösterilmesi, doğal duraklama noktaları, ara verme hatırlatıcıları ve kayıpsız çıkış seçenekleri oyuncunun oturumu değerlendirmesini kolaylaştırır. Günlük giriş serisinin kesilmesini cezalandırmayan sistemler, oyuncunun istediği an ara verebilmesini kolaylaştırır. Bildirimlerin ayrı ayrı yönetilebilmesi ise oyuncunun hangi çağrılara açık kalacağını seçmesini sağlar. Görsel iletişim burada dikkat çekmek kadar dikkati serbest bırakma sorumluluğu da taşır. Çıkış düğmesinin görünürlüğü, geri sayımın dili, teklif penceresinin kapatılabilir olması ve kayıp uyarılarının yoğunluğu oyuncunun karar ortamını belirler. Etik tasarım, oyuncuyu oyunda tutma hedefini oyuncunun zamanına, parasına ve sosyal ilişkilerine saygı gösteren sınırlar içinde kurar. Bu çerçevede dijital detoks, oyundan tamamen vazgeçmek değil, oyuncunun kendi bağlantı düzeyini bilinçli biçimde ayarlayabilmesi anlamına gelir. Görsel tasarım, oyuncuyu bu ayarlamayı yapabilecek bilgiyle donattığı ölçüde dijital iyi oluşa katkıda bulunur.

SONUÇ

Görsel iletişim tasarımı, dijital oyunlarda sistem bilgisi, atmosfer, eylem ve ekonomi arasında bağlantı kurar. Arayüz oyuncuya oyunun nasıl işlediğini öğretirken dikkatini yönlendirir ve geri dönüş ritmini düzenler. HUD, görev simgesi, ilerleme çubuğu, bildirim, sanal para ve ödül animasyonu, oynama deneyiminin görsel bileşenleri olduğu kadar oyuncunun zaman ve karar koşullarını biçimlendiren araçlardır. Oyuncu bağlılığı özerklik, yeterlik, ilişkililik ve haz gibi anlamlı deneyimlerden doğabilir. Oyunlar dinlenme, öğrenme, yaratıcılık ve topluluk sağlayabilir. Bu olumlu kapasite, tasarlanmış süreklilik ile ticari baskının incelenmesini daha da önemli hâle getirir. Günlük görevler, kesintisiz seriler, sınırlı süreli teklifler ve rastlantısal ödüller bağlılığı oyuncunun seçimiyle uyumlu biçimde destekleyebileceği gibi kayıp korkusu ve harcama baskısı da üretebilir.

Karanlık tasarım kalıpları, oyuncu refahı ile şirket hedeflerinin ayrıştığı noktaları görünür kılar. Bu kalıpların değerlendirilmesi, tasarımın bağlamını, oyuncu beklentisini, şeffaflığı ve ortaya çıkan pişmanlık ya da baskı deneyimini dikkate almalıdır. Etik sorun tek bir görsel unsura indirgenemez; gelir modeli, performans ölçütleri ve platform rekabeti de tasarım kararlarının kurumsal zeminini oluşturur. Dijital detoks, oyunlardan bütünüyle vazgeçme yerine oyunla ilişkinin yeniden düzenlenmesi olarak ele alındığında daha açıklayıcı bir kavrama dönüşür. Zaman, erişim, bildirim, içerik, sosyal etkileşim ve harcama üzerine farklı sınırlar konabilir. Etkili sınır, oyuncunun yaşadığı sorunun kaynağına ve oyunun gündelik hayattaki işlevine göre şekillenir. Bu yaklaşım oyuncunun öz denetimini desteklerken sorumluluğu tasarımcılar, şirketler ve platformlarla paylaşır.

Dijital iyi oluşu destekleyen oyun tasarımı, oyuncuya oyuna girme kadar ara verme ve çıkma olanağı da sunar. Açık süre ve harcama bilgisi, kayıpsız duraklama, yönetilebilir bildirimler ve şeffaf ödül sistemleri oyuncunun özerkliğini güçlendirir. Görsel iletişimin başarısı böylece yalnızca dikkati yakalama süresiyle ölçülmez, oyuncunun kendi dikkatini, zamanını ve parasını anlamlı biçimde yönetebilme kapasitesine yaptığı katkıyla da değerlendirilir.

KAYNAKÇA

- Aagaard, J., Knudsen, M. E. C., Bækgaard, P. ve Doherty, K. (2022). A game of dark patterns: Designing healthy, highly-engaging mobile games. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–8.
- Alexandrovsky, D., Gerling, K., Opp, M. S., Hahn, C. B., Birk, M. V. ve Alsheail, M. (2024). Disengagement from games: Characterizing the experience and process of exiting play sessions. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8, 1–27.
- Boyle, E. A., Connolly, T. M., Hainey, T. ve Boyle, J. M. (2012). Engagement in digital entertainment games: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 771–780.
- Caroux, L., Delmas, M., Cahuzac, M., Ader, M., Gazagne, B. ve Ravassa, A. (2023). Head-up displays in action video games: The effects of physical and semantic characteristics on player performance and experience. *Behaviour & Information Technology*, 42(10), 1466–1486.
- Colder Carras, M., Carras, M. ve Labrique, A. B. (2020). Stakeholders’ Consensus on Strategies for Self- and Other-Regulation of Video Game Play: A Mixed Methods Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 1-14.
- Collins, E., Cox, A., Wilcock, C. ve Sethu-Jones, G. (2019). Digital games and mindfulness apps: Comparison of effects on post-work recovery. *JMIR Mental Health*, 6(7).
- King, D. L., Kaptsis, D., Delfabbro, P. H. ve Gradisar, M. (2016). Craving for Internet games? Withdrawal symptoms from an 84-h abstinence from Massively Multiplayer Online gaming. *Computers in Human Behavior*, 62, 488–494.
- Llanos, S. C. ve Jorgensen, K. (2011). Do players prefer integrated user interfaces? A qualitative study of game UI design issues. *Proceedings of DiGRA 2011 Conference: Think Design Play*. 1-12.
- Nguyen, M. H., Büchi, M. ve Geber, S. (2024). Everyday disconnection experiences: Exploring people’s understanding of digital well-being and management of digital media use. *New Media & Society*, 26(6), 3657–3678.
- Ryan, R. M., Rigby, C. S. ve Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and Emotion*, 30, 344–360.
- Syvertsen, T. and Enli, G. (2019). Digital detox: Media resistance and the

promise of authenticity. *Convergence*, 26(5–6), 1-15. <https://doi.org/10.1177/1354856519847325>

Vanden Abeele, M. M. P., Vandebosch, H., Koster, E. H. W., De Leyn, T., Van Gaeveren, K., Vicente, D. D. S., Van Bruyssel, S., van Timmeren, T., De Marez, L., Poels, K., DeSmet, A., De Wever, B., Verbruggen, M. ve Baillien, E. (2024). Why, how, when, and for whom does digital disconnection work? A process-based framework of digital disconnection. *Communication Theory*, 34(1), 3–17.

Xiao, L. Y. ve Henderson, L. L. (2021). Towards an ethical game design solution to loot boxes: A commentary on King and Delfabbro. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19, 177–192.

8. BÖLÜM

KULLANILABİLİRLİKTEN OYNANABİLİRLİĞE: KULLANICI VE OYUNCU DENEYİMLERİNİN KAVRAMSAL HARİTASI

Öğr. Gör. Kemal ŞAHİN

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

İletişim Fakültesi – Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

kemalsahin@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4089-2133>

GİRİŞ

Gerçek ile zahirinin karıştığı bir dönemdeyiz. Sanal kimliklerimiz ve varlıklarımız, fiziksel varlığımızla çelişebiliyor. Normal şartlar altında sergilemeyeceğimiz davranışları, söylemeyeceğimiz sözleri sanal ortamlarda hoyratça pek düşünmeden sarf edebiliyoruz. Çünkü sanal hizmetler ve ürünler bizi bu noktada daha fazla tetikliyor ve serbest bırakmakta, öz denetimi ortadan kaldıran etkenlerle sınırsız özgürlüğe ve sorumsuzluğa sürüklenen birey, gerçeklik ile temsilin sınırlarını ayırt etmekte giderek zorlanmaktadır (Elitaş, 2023). Bu durum, dijital platformların sunduğu yüksek frekanslı mikro-stimülasyonun tetiklediği dopamin düzensizliği ve buna bağlı gelişen dikkat parçalanması ile doğrudan ilişkilidir (Elias, 2025). Nitekim sürekli anlık ödül arayışı, bireyin derinlemesine odaklanma ve süreklilik gerektiren bir deneyim inşasını imkânsız kılarak, onu bir “oyuncu” olmaktan ziyade, sanal çevredeki eylemleri ile kimlik inşası arasındaki o akışkan ve “ilişkisel” bağı kuramayan yüzeysel bir “tüketici” konumuna hapsedilmektedir (Li ve ark., 2024). Bu bağlamda “kullanıcı” ile “oyuncu” arasındaki temel ayrım, dijital alanın yalnızca arzuları tatmin eden bir “deneyim makinesi” olarak mı, yoksa öznenin dijital varlığıyla bütünleştiği ve etik sorumluluk taşıdığı bir inşa süreci olarak mı deneyimlendiğine dayanmaktadır (Belk, 2023). Ayrıca bu kavram karışıklığı tesadüfi bir bilişsel sapma

değil; dijital ortamın bizzat kurduğu bir belirsizlik rejiminin doğal sonucudur. Zira fiziksel dünyada bedenimiz, sesimiz, mimiklerimiz ve toplumsal denetim mekanizmaları eylemlerimizi sınırlarken; sanal ortamda bu sınırlayıcı unsurların büyük bölümü ortadan kalkar ya da temsili bir forma indirgenir.

Birey; kullanıcı, oyuncu, tüketici, izleyici ve katılımcı gibi birden fazla dijital rolü eşzamanlı olarak üstlendiğinde, bu rollerin her biri kendine özgü davranışsal normlar, sorumluluk düzeyleri ve kimlik beklentileriyle şekillenir. Rollerin bu çok katmanlı yapısı, birey için gerekli bilişsel netlik sağlanamadığında, yalnızca davranışsal bir tutarsızlığa değil, daha derin bir kimlik bulanıklığına yol açar; zira birey, hangi bağlamda hangi beni temsil ettiğini ve hangi normlara göre hareket etmesi gerektiğini ayırt edemez hâle gelir.

İşte bu bulanıklık, dijital deneyim tasarımı literatüründe de kavramsal bir karşılık bulmaktadır. Kullanıcı deneyimi (UX) ile oyuncu deneyimi (PX), yüzeysel bakıldığında birbirine son derece yakın iki kavram gibi görünür: her ikisi de bireyin bir sistemle etkileşimi sonucu oluşan algısal ve duygusal sonuçları konu alır (Drachen, 2011); her ikisi de arayüz, etkileşim tasarımı ve kullanılabilirlik gibi ortak bir kavramsal zemini paylaşır; her ikisinde de birey, sistemle temas eden edilgen bir taraf değil, deneyimi bizzat üreten bir öznedir. Ancak bu yüzeysel benzerlik, iki kavramın köklerindeki, amaçlarındaki ve ölçüt yapılarındaki temel ayrışmayı gizler. UX, bireyi bir görevi tamamlayan, bir sorunu çözen ve bu süreçte verimlilik arayan rasyonel bir aktör olarak konumlandırırken; PX, bireyi bir anlam dünyasına, bir anlatıya ve bir duygu rejimine dâhil olan, hazzı ve daldırmayı arayan bir faili merkeze alır (Baj-Rogowska, 2023). Tıpkı kullanıcı ile oyuncu arasındaki ontolojik farkta olduğu gibi, yüzeyde bir devamlılık, derinde ise köklü bir kopuş barındırır. Bu durum dijital ürünlerin tasarlanmasını da zorlaştırır. Görsel iletişim süreçlerini de karmaşık hale getirmektedir. Birçok araştırma da dijital servislerin başarısızlığında yetersiz deneyim tasarımının etkisi net olarak görülmektedir. (Bayar, 2015; Fırlar, 2025)

Bu noktada karşımıza çıkan temel araştırma problemi şudur: dijital ortamların kullanıcıya ve oyuncuya sunduğu rol çeşitliliği ile bu rollerin taşıdığı deneyim ölçütlerinin (kullanılabilirlik/oynanabilirlik, UX/PX) yeterince ayrıştırılmamış olması hem akademik hem de tasarım pratiğinde bir kavramsal belirsizliğe -ve dolayısıyla bireyde bir kimlik ve deneyim bulanıklığına- zemin hazırlamaktadır. Ayrıca bu durum (Berni, 2023) belirttiği gibi dijital ürünlerin tasarımını da zorlaştırmaktadır. Türkçe literatürde bu kavramların sıklıkla birbirinin yerine veya eş anlamlı biçimde kullanılması, bu belirsizliği daha da derinleştirmektedir. Bu bölümün amacı, söz konusu kavramsal örtüşmeyi ve ayrışmayı sistematik biçimde ortaya koyarak; kullanıcı-oyuncu, UX-PX ve kul-

lanılabilirlik-oyunabilirlik ikilikleri üzerinden dijital etkileşimin çok katmanlı doğasını görsel iletişim ve oyun tasarımı bağlamında yeniden çerçevelemektir. Ürün tasarımı aşamasında deneyimi şekillendiren araştırma yöntemlerinin ve tekniklerinin de haritası hazırlanarak, ürün tasarımlarken deneyim odaklı bir bakış açısı için bir rehber oluşturma amacıyla hazırlanmıştır.

Bu noktada, kullanıcıyı teknik bir işlevsellik odağından, oyuncuyu ise deneyimsel bir fail olarak konumlandırmak, çağdaş dijital tasarımın temel gereksinimidir. Her kullanıcı potansiyel bir oyuncu olma imkânını bünyesinde barındırır da her kullanıcının aktif bir ‘oyuncu’ statüsüne evrilemeyeceği gerçeği, bu çalışmanın ontolojik ve metodolojik temelini oluşturmaktadır. Bu ayrım zemininden hareketle, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde oyunbaz kimlikler farklı motivasyonel ve davranışsal boyutlarıyla irdelenecek; “gamer” arketipleri, dijital deneyimin çok katmanlı doğasını kavrayabilmek adına derinlemesine bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Bu doğrultuda, Bartle’in klasik oyuncu tipolojisinden günümüz çok oyunculu çevrimiçi savaş arenası dinamiklerine (Huang, 2024) kadar uzanan spektrumda, bireylerin dijital dünyadaki duygusal ve davranışsal tepkileri ampirik temellerle kategorize edilmiştir. Oyuncu ve kullanıcı tiplerinin sınıflandırılması, yalnızca bireysel motivasyonların anlaşılmasını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda dijital ürün tasarımı ve oyun tasarımı süreçlerinde kullanılan stratejilerine de ampirik bir zemin sunmakta, deneyim tasarımını zenginleştirmekte ve doğru kullanılabilirlik ve oynanabilirlik zemini sağlamaktadır (Feng ve ark., 2023).

1. TERMİNOLOJİK MUĞLAKLIK: KULLANICI VE OYUNCU AYRIMI

Dijital oyunların hızla gelişip yaygınlaşması, bu alandaki terminolojinin zaman zaman hatalı veya muğlak bir şekilde kullanılmasına neden olmaktadır. Dijital etkileşimde insanının yeri ve konumunu tanımlayama başlayacak ilk olarak “kullanıcı” (user) kavramını tanımlamak gerekmektedir. Dijital etkileşim dünyasında “kullanıcı” (user) terimi, bir sistemle herhangi bir amaç doğrultusunda etkileşime giren genel bir özneyi ifade eder (Akyüz, 2023). İnsanın kullanıcı vasfına sahip olabilmesi dijital araçların yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmıştır. O nedenle, kullanıcı terimi, dijital oyunları teknoloji-insan etkileşimi bağlamında konumlandıran “İnsan-Bilgisayar Etkileşimi” geleneğinden türetilmiş bir kavramsal çerçevedir (Richardson, 2017). Böylece, bu terim, çoğulluk, sektörel söylemeden akademik literatüre, endüstriyel pazarlama kategorilerin-

den yerleşik kuramsal modellere kadar uzanan bir yelpazede en genel çerçeveye lemeyi sağlar. Bu çerçeveleme, teknolojiyle temas eden, onu kullanan ve bu kullanımdan belirli algısal/tepkisel sonuçlar üreten bir varlık olarak konumlandırılmaktadır. Chmielarz ve Szumski’de (2016) bu durumu destekleyecek şekilde, kullanıcı teriminin oyun araştırmalarında bir üst kavram işlevi gördüğü belirtilmiş, “bilgisayar oyunları tüm cihazlarda paralel olarak geliştirildiği için PC eşdeğerlerinin var olduğu her oyun türü için, bu terimi geniş anlamıyla kullanılmakta; bilgisayar oyunları homojen bir fenomen olarak tüm oyun sınıfını kapsayan jenerik bir terim olarak değerlendirilmektedir.” Özetlemek gerekirse, kullanıcı kavramının teknolojik etkileşim ve sistem performansına odaklanan, bireyin kimliğinden bağımsız bir nesnellik taşıyan bir kategori olduğunu gösterir.

Söz konusu alan, dijital oyunlara geldiği zaman bu niteleme yetersiz kalabilmektedir. Çünkü her kullanıcı, oyuncu değildir. Fakat, her oyuncu bir kullanıcıdır. Oyuncu kavramı da kendi içerisinde farklı nitelikler kazanmaktadır. Öncelikle oyuncu (player), oyunun kurallı yapısı içinde faillik (agency) sergileyen, oyunla etkileşen ve bu etkileşim yoluyla anlam üreten bir aktörü imler. (Weiller, 2025) vurgulandığı gibi, “faillik, oyuncunun bir video oyununda hareket etme ve seçim yapma kapasitesidir”; bu tanım, oyuncu kavramının temel olarak eyleme ve seçime dayalı bir faillik çerçevesinde kurulduğunu göstermektedir. Bu nedenle oyuncu terimi, kullanıcı teriminin aksine, salt teknolojik bir etkileşimi değil; oyunun kuralları, anlatısı ve yapısıyla dolayımlanan aktif bir katılımı ima eder.

Clément’in (2023) ayrımı bu noktada kritik önem taşımaktadır. Çünkü oyun oynayan kişi ile oyuncuyu birbirinden ayırmaktadır. Clément, “oyun oynayan kişi- oyunsever” (player) terimini oyunun içerisindeki bir role işaret ederken, “oyuncu” (gamer) terimini ise bu rolle özdeşleşen kültürel ve sosyal bir kimliği çağrıştırmakta olduğunu belirtmiştir. Bu yapısal ayrım, Hamari’nin (2014) meta-sentez çalışmasında somut biçimde teyit edilmektedir: “Oyun oynayan kişi tipleri” (Player Types) kavramı, yoğunluk (intensity), başarı (achievement), keşif (exploration), sosyallik (sociability), baskınlık (domination), derinleşme (immersion) ve oyun-içi demografik özellikler olmak üzere yedi temel boyutta sentezlenmiş; tüm bu boyutlar, oyunun yapısıyla kurulan dinamik etkileşimi esas almıştır. Bu çerçevede oyun oynayan kişi, oyunla temas eden salt bir teknoloji tüketicisi değil; yoğunluk, başarı, keşif ve sosyallik gibi çok boyutlu motivations aracılığıyla oyunla ilişki kuran failliğe sahip bir katılımcıdır. Downs ve arkadaşlarının (2015) yürüttükleri çalışmada, oyuncu (player) kavramını, eyleme dayalı faillik içeren geçici veya dolaylı katılım biçimlerinde kategorile-

re ayrıldığını göstermektedir. Genel ayrımı net yapmak adına “Gamer” kimliği, yalnızca bir oyun türünü tüketmekten öte, oyun kültürüne işlemiş, bu dijital ekosistemi yaşam tarzının merkezi haline getirmiş ve kimlik inşasını bu pratikler üzerine kurmuş bireyleri ifade eden özgün bir katmanı temsil etmektedir (Meriläinen, 2023; Shaw, 2011), bu kapsamda “gamer” kimliğini salt davranışsal bir pratik olmaktan çıkarıp, kültürel anlamlarla yüklü bir sosyal kimlik inşası olarak tanımlayarak bu ayrımı temellendirmektedir. Grove (2015) bu durumu sosyal kimlik teorisi çerçevesinde analiz ederek, ne yaptığından (oynamak) çok, ne olduğuna (oyun kimliğini benimseme) yapısal olarak bağlı olduğunu kanıtlamaktadır.

Yukarıdaki analiz temelinde, üç temel kavram arasındaki yapısal farklar aşağıdaki biçimde sentezlenebilir:

Tablo 1 Kullanıcı (User), Oyunsever (Player) ve Oyuncu (Gamer) karşılaştırılması

Boyut	Kullanıcı (User)	Oyunsever (Player)	Oyuncu (Gamer)
Köken	HCI geleneği, teknoloji-insan etkileşimi	Oyun kuramı, kültürel antropoloji	Sosyal kimlik teorisi, alt kültür çalışmaları
Odak	Teknolojik sistemle etkileşim	Oyunla faillik (agency)	Kimlik, aidiyet ve özdeşleşme
Vurgu	Algı, tepki, performans, kullanılabilirlik	Eylem, seçim, motivasyon, davranış	Stereotip, algı, statü, sembolik sermaye
Türsel aidiyet	Teknoloji/UX değerlendirmesi	Oyun-içi davranışsal kategoriler	Sosyal/demografik kimlik kategorileri
Araştırma bağlamı	Tasarım, geliştirme, değerlendirme	Oyun mekaniği, motivasyon, tipoloji	Kimlik inşası, toplumsal cinsiyet, alt kültür
Bireyin statüsü	Teknolojiyle temas eden	Oyuna katılan fail	Kendini tanımlayan aktör
Davranışsal eşik	Tek bir oturum yeterli olabilir	Etkileşimsel katılım gerektirir	Sıklık, süre ve topluluk kabulü

Bu bağlamda, bahsi geçen kavramların ontolojik ve pratik düzlemde birbirinden ayrıştığı görülmektedir. Türkçe literatürdeki kavramsal muğlaklığı gidermek ve terminolojik tutarlılığı sağlamak amacıyla, çalışmanın ilerleyen

bölümlerinde “player” kavramı “oyuncu”, “gamer” kavramı ise “oyun tutkunu” terimleriyle karşılanacaktır. Bu terminolojik ayrım, “oyuncu” (gamer) statüsünün sadece oyun süresiyle ölçülemeyen, bireyin profesyonel bağlılığı ve sosyal ekosistemdeki rolüyle ilintili karmaşık bir kimlik inşası olduğunu ortaya koymaktadır (Boldi, 2025). Deneyim tasarımı literatüründe karşılaşılan kavramsal bulanıklık, büyük oranda kullanıcı ve oyunsever tanımları arasındaki sınırların geçirgen yapısından kaynaklanmaktadır. Yapılan bu kavramsal ayrıştırmalar, deneyim tasarımı süreçlerinin daha metodolojik ve bilinçli bir çerçevede ele alınabilmesine olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda, sonraki bölümde oyun deneyiminin tasarımı ile bu etkileşim süreçlerinin temel dinamikleri üzerinde durulacaktır.

2. DENEYİM YOLCULUĞU: İNSAN-BİLGİSAYAR ETKİLEŞİMİNDEN OYUN ETKİLEŞİMİNE

Oyun araştırmalarında “deneyim” kavramı, kullanıcı ile sistem arasındaki etkileşimi tanımlayan en temel kavramsal yapıdır; ancak bu yapı, üretkenlik odaklı sistemler (ürün yazılımları, iş araçları, bilgi sistemleri) için geliştirilen geleneksel bir çerçeve ile eğlence/oyun sistemleri için geliştirilen özgül bir çerçeve arasında yapısal bir yarılmaya tabidir. (Akyüz, 2023), farklı endüstriyel alanlardaki ürün geliştirme ve tasarım süreçlerinde kullanıcı deneyiminin merkeze alınmasının gerekliliğini vurgulamaktadır. Kullanıcı deneyimi, literatürde “bireyin ürün ve hizmetlerle etkileşimi sırasında deneyimlediği süreçler bütünü” olarak tanımlanmakta ve bu kavramın dijitalin ötesine geçerek fiziksel ürün ve hizmetleri de kapsayan geniş bir evrenselliğe sahip olduğu ifade edilmektedir (Yang ve ark., 2022). Söz konusu geniş kapsam, UX’in her türlü etkileşimli tasarım için temel bir referans çerçevesi sunmasını sağlasa da bu evrensel niteliğin oyun bağlamına taşınması ve oyunların özgül gereksinimlerini karşılaması noktasında “yeterlilik” tartışmalarını beraberinde getirmektedir. Özellikle oyun deneyimi, kullanıcı deneyiminden farklı olarak, motivasyonel faktörler ve duygusal derinlik gibi oyun mekaniklerine özgü dinamikleri içermesi gerekliliği nedeniyle daha özelleşmiş bir değerlendirme modelini zorunlu kılmaktadır (Nunes, 2024).

Bu yapısal eşitsizlik, oyun sistemlerinin deneyim tasarımında üretkenlik ölçütlerinin yetmediğini ve bu nedenle PX’in ayrı bir kavramsal kategori olarak kurulması gerektiğini ampirik olarak temellendirmektedir (Caroux ve ark., 2015). Oyuncu Deneyimi tasarımı, UX’in yukarıdaki verimlilik temelli yapısından radikal biçimde ayrışmaktadır. (Sánchez ve ark., 2012) bu ayrımı somut

biçimde temellendirmektedir: Video oyunları, yüksek ekonomik etkiye sahip interaktif eğlence sistemleri haline gelmiş durumdadır ve bu sistemler temel amaçları kullanıcıyı (oyuncuyu) eğlendirmek olan, öznel nitelikleriyle diğer sistemlerden ayrılan interaktif sistemlerdir. Borges ve arkadaşları (2020) da, benzer şekilde tanımlamıştır. Bu tanımlar, PX'in odak noktasında eğlendirmek ve duygu yaratmak olduğunu; bu hedefin ise UX'in verimlilik hedefiyle yapısal olarak çeliştiğini ortaya koymaktadır.

Aşağıdaki tablo, iki kavramsal çerçevenin yapısal farklarını sistematize etmektedir:

Tablo 2 : Kullanıcı deneyimi (UX) ve Oyuncu Deneyimi (PX) tasarımlarının karşılaştırılması

Boyut	Kullanıcı Deneyimi Tasarımı (UX)	Oyuncu Deneyimi Tasarımı (PX)
Köken	İnsan-Bilgisayar Etkileşimi, üretkenlik odaklı sistemler	Oyun araştırmaları, eğlence sistemleri
Temel Standart	ISO 9241-210 Bir ürün, sistem veya hizmetin kullanımından veya kullanımın öngörülmesinden doğan algı ve tepkiler	Henüz standartlaşmamış dijital oyunların spesifik bağlamında kullanıcı deneyimi
Amaç	Etkililik, verimlilik, görev tamamlama, hata azaltma	Eğlence, duygusal deneyim, akış, daldırma (immersion)
Ölçüt Yapısı	Verimlilik, etkililik, hata oranı, öğrenilebilirlik	Duygusal, kültürel, öznel, an-be-an deneyimler
Kullanıcı Profili	Görev odaklı, sonuç odaklı birey	Duygu odaklı, deneyim odaklı fail
Zaman Perspektifi	Görev tamamlama süresi + kullanım sonrası değerlendirme	An-be-an deneyim + bütünsel deneyim
Başarı Tanımı	Kullanıcının sistemi verimli kullanması	Oyuncunun eğlenmesi, duygu yaşaması
Arayüz Vurgusu	Arayüz-merkezli (interface-centric)	Bütünleşik dünya, anlatı, mekanik
Bileşenler	Kullanılabilirlik, erişilebilirlik, güvenilirlik	Duygu, akış, sosyallik, daldırma, bağlamsallık

Bu karşılaştırma, iki kavram arasındaki temel amaç farkını (verimlilik vs. eğlence), ölçüt yapısını (somut performans vs. öznel duygu), başarı tanımını (görev tamamlama vs. deneyim kalitesi) ve zaman perspektifini yapısal olarak ayırtmaktadır (Sánchez ve ark., 2015; Borges ve ark., 2020). Bununla birlikte, kullanıcı deneyimi tasarımı pragmatik unsurlar ön plandayken, oyun deneyimi tasarımı büyük ölçüde oyuncunun içsel motivasyonları, beklentileri ve sistemle kurduğu duygusal etkileşime dayanır (Baker ve ark., 2023; Albeedan ve ark., 2024). Dolayısıyla, bir kullanıcının teknik bir ürünü yetkinlikle kullanması onu otomatik olarak bir oyuncu statüsüne taşımaz; zira oyun deneyimi, sistemin araçsal faydasından ziyade, bireyin oyunun sunduğu zorluklar ve anlatsal evrenle girdiği öznel ve hedonik etkileşimi gerektirir (Bruni ve ark., 2024).

3. ETKİLEŞİMİ ÖLÇMENİN YOLU: KULLANILABİLİRLİK VE OYNANABİLİRLİK

Geleneksel etkileşim tasarım paradigmalarında temel alınan kullanılabilirlik, oyunun teknik gereksinimlerini ve arayüz başarısını anlamlandırmak için elzem olsa da tek başına oyuncunun anlatsal ve duygusal tatminini, yani oyunun özgül başarısını karakterize etmekte yetersiz kalmaktadır (Caroux ve ark., 2015; Borges ve ark., 2020). Bu noktada devreye giren “oynanabilirlik” (playability), oyunun mekanikleri ile oyuncu arasındaki etkileşimin yarattığı duygusal karşılığı ölçümleyerek, sadece teknik başarıyı değil, deneyimin öznel boyutlarını da değerlendirme imkânı sunar (Caroux ve ark., 2023; Haider ve ark., 2022).

Bu iki deneyim tasarımı geleneği arasındaki yapısal yarılmayı köprüleyen kavramsal yapı oynanabilirliktir. (Fabricatore ve ark., 2002) bu kavramı şöyle tanımlamaktadır: Oynanabilirlik, genel kullanılabilirlik kavramının video oyunlarına uygulandığı andaki somut formudur” ve oyunun işlevselliği (functionality), kullanılabilirliği (usability) ve oynanışı (gameplay) temelinde tanımlanır. O nedenle kullanılabilirlik ilkelerini kapsar ama çok daha fazla parametrenin ölçülmesini zorunlu kılar. Zira bir sistemin kullanıcı dostu olması, oyuncunun oyunun sunduğu zorluklar, anlatsal derinlik ve estetik öğelerle kurduğu hedonik etkileşimi tek başına açıklayamaz (Menychtas ve ark., 2022). Dolayısıyla, “kullanıcı” ile “oyuncu” arasındaki kategorik ayırım, etkileşimde aranan temel motivasyonun işlevsel verimlilikten ziyade, haz ve oyunculuğun doğasında bulunan keşif arzusuna evrilmesiyle derinleşir (Martínez ve ark., 2022).

Borges ve arkadaşları (2020) bu ayrımı genişletmektedir: Oynanabilirliği,

“kullanılabilirlik + dijital oyunlara özgü öznal yönler” formülüyle yapılandırılmıştır. Bu formülasyon, oynanabilirliği UX ve PX’in yapısal bir kesişim noktası ve dönüştürücü sentezi olarak konumlandırmaktadır (Sánchez ve ark., 2012; Fabricatore ve ark., 2002).

Paavilainen (2017) ‘nın temel çalışması, oynanabilirlik kavramının sınırlarını belirginleştirmektedir. Yazar, bu terimi “sıklıkla kullanılan ancak nadiren tanımlanan muğlak ve belirsiz bir kavram” olarak betimlemektedir. Bu değerlendirme, kavramın çok yönlü kullanımına dikkat çekmenin yanı sıra; “iyi oynanabilirliğin her zaman başarılı bir oyuncu deneyimi sunmadığı” ve “zayıf oynanabilirliğe sahip oyunların bile uygun şartlarda eğlendirici olabildiği” gerçeğini kabul etmemiz gerektiğini vurgular. Bu perspektif, oynanabilirliği doğrudan oyun tasarım bileşenleriyle ilişkilendirerek, PX’in oynanabilirlikten çok daha kapsamlı bir kavramsal çerçeve olduğunu doğrulamaktadır (Nussbaum ve ark., 2002). Söz konusu deneyim tasarımı ölçmek olunca hem oynanabilirlik hem de kullanılabilirlik yetersiz kalmaktadır; zira oyuncuların öznal tercihleri ve bireysel yetenekleri, geleneksel teknik metriklerin ötesinde, oyunun sadece işlevsel değil, aynı zamanda kişisel olarak anlamlı bir etkileşim alanı sunmasını gerektirir (Ozdowska ve ark., 2023).

Deneyim tasarımı süreçlerinde, kullanılabilirlik ve oynanabilirlik kavramları kendi özel teknikleri ile değerlendirilmektedir; kullanıcı deneyimi ile oyuncu deneyimi ise temel hedefleri, odak noktaları ve kullanılan metodolojik yaklaşımlar açısından birbirlerinden belirgin biçimde farklılaşmaktadır (Yáñez-Gómez ve ark., 2018). Oyun bağlamında temel amaç eğlence olduğundan, geleneksel kullanılabilirlik metrikleri oyunların doğasını değerlendirmede tek başına yetersiz kalmakta ve doğrudan uygulanamamaktadır (IJsselsteijn ve ark., 2007).

Sezgisel değerlendirme, oyunlar için uyarlanmış en yaygın erken aşama tekniklerinden biridir (Pinelle ve ark., 2008). Desurvire ve arkadaşları (2018) tarafından geliştirilen HEP (Heuristic Evaluation for Playability), 43 sezgisel dört alanda (oynanış, hikaye, mekanik, kullanılabilirlik) gruplandırarak prototip aşamasında kullanılabilen bir ölçek hazırlamıştır. HEP’in sonraki iterasyonu olan PLAY sezgiselleri, çoklu oyun türlerine uygulanabilir ve geliştirme döngüsünün daha erken aşamalarında devreye girer. Ancak sezgisel setler tek başına platformlar arası deneyim farklarını analiz etmede yetersiz kalabilmektedir. Kullanıcı tabanlı testler, gözlem ve görüşmeler oynanabilirliği değerlendirmek için yaygın olarak kullanılır (Wiwesa, 2026). Oyun öncesi, esnasında ve sonrasındaki test aşamalarıyla çok aşamalı veri toplama önerilmektedir (Nacke ve ark., 2009). Ciddi oyunlar bağlamında uygulanan SGU gibi bağlama özgü

kullanılabilirlik ölçekleri, oyun mekanikleri ile arayüz tasarımını bütüncül bir yaklaşımla değerlendirmektedir (Bellotti ve ark., 2010). Eğitsel oyunlar gibi özelleşmiş türlerde oynanabilirliğin ölçülmesi, eğlence ve eğitimin bir arada bulunduğu ikili yapı nedeniyle, yalnızca hazır metrikleriyle sınırlı kalma-yıp oyuncu deneyiminin daha bütüncül bir parçası olarak değerlendirilmelidir (Martínez ve ark., 2022).

Bu metodolojik çerçeve içerisinde, kullanılabilirlik ve oynanabilirlik değerlendirmeleri; sezgisel analizler, kullanıcı temelli nitel testler ve çok boyutlu nicel ölçekler gibi farklı tekniklerle yürütülmektedir (Desurvire, 2018; Wiwesa, 2026; Haider ve ark., 2022). Ancak, mevcut değerlendirme tekniklerinin çoğu oyunun fonksiyonel ve teknik performansına yoğunlaştığından, oyuncunun oyunla kurduğu duygusal etkileşimleri ve hedonik ihtiyaçları tam olarak yansıtmakta zorlanmaktadır (Cascado-Caballero, 2018). İşte bu kısıtlılık, oyuncu deneyiminin öznel doğasını daha iyi kavramak adına, oyuncuların (gamer) heterojen yapısını anlamaya yönelik geliştirilecek bir sınıflandırma modelinin; yalnızca teknik metrikleri değil, oyuncunun temel motivasyonel dinamiklerini de içerecek şekilde kurgulanması gerektiğini ortaya koymaktadır (Bruni ve ark., 2025; Griva, 2024). Bu kapsamda, oyuncu tipolojilerinin belirlenmesi sadece oyun içi davranışların analizi ile değil, bireyin oyun dünyasına yüklediği bilişsel ve motivasyonel anlamların derinlemesine sınıflandırılmasıyla mümkün olmaktadır (Cardona ve ark., 2023).

Kullanılabilirlikteki üç temel boyutu (etkililik, verimlilik, memnuniyet) ölçmek için yaygın olarak tercih edilen teknikler şunlardır:

Sezgisel Değerlendirme: Arayüzlerin, kullanılabilirlik uzmanları tarafından önceden belirlenmiş genel tasarım ilkelerine göre incelenmesi sürecidir (Pinelle ve ark., 2008). Bu yöntem, Jakob Nielsen'in 10 temel ilkesi, Donald Norman'ın kuralları veya Ben Shneiderman'ın sekiz altın kuralı gibi yerleşik çerçeveler temel alınarak uygulanır ve genellikle 3 ila 5 uzman tarafından bağımsız olarak gerçekleştirilir (Desurvire, 2018; Ozdowska ve ark., 2023). Hızlı ve düşük maliyetli olması sayesinde, özellikle yazılım geliştirme döngüsünün erken aşamalarında prototip üzerindeki kritik kullanılabilirlik sorunlarının tespit edilmesinde oldukça etkilidir; ancak değerlendirmenin başarısı, uzmanların bu ilkeleri oyun bağlamına ne kadar tutarlı uyarlayabildiklerine bağlıdır (Pinelle ve ark., 2008; Ozdowska ve ark., 2023).

Deneyisel Kullanıcı Testleri ve Görev Analizi: Gerçek hedef kullanıcıların laboratuvar ortamlarında ya da uzaktan sistemle etkileşime girerken gözlemlenmesini içeren bu yöntem, oyunların kullanılabilirlik sorunlarını doğrudan

kullanıcı deneyimi üzerinden ortaya koyar (Wiwesa, 2026). Test sırasında katılımcılardan zihinsel süreçlerini ve anlık kararlarının arkasındaki nedenleri paylaşımları için Sesli Düşünme protokolünü uygulamaları istenirken; Görev Analizi ile kullanıcı adımları en ince ayrıntısına kadar bölünerek hem sezgisel analizlerin kapsamı genişletilir hem de test senaryoları gerçekçi kılınır. Bu süreçte görev tamamlama oranı, görevde geçen süre ve hata oranı gibi objektif performans verileri kaydedilerek, oyunun teknik ve işlevsel başarısı nicel olarak değerlendirilir.

Anket ve Ölçekler: Kullanıcıların oyun içi etkileşimlerine dair öznel algılarını ve hedonik motivasyonlarını ölçmek için standartlaştırılmış psikometrik araçlar kullanılır; bu ölçekler, teknik performanstan bağımsız olarak oyuncunun oyun ortamına yüklediği anlamı ve duygusal bağlılığı nicel verilere dönüştürür. Bu bağlamda, 10 maddelik ve 5’li Likert tipindeki en popüler ölçek olan Sistem Kullanılabilirlik Ölçeği yaygın olarak tercih edilir (Lewis, 2018). SUS’un uzunluğundan kaynaklanan anket yorgunluğunu azaltmak amacıyla geliştirilen ve 4 veya 2 maddelik (7’li Likert) kısa alternatifler sunan UMUX ve UMUX-Lite da SUS ile yüksek korelasyon göstermektedir. Ayrıca, sistem kalitesi, bilgi kalitesi ve arayüz estetiğini detaylı olarak ayrı alt boyutlarda puanlayan 16 maddelik CSUQ ve PSSUQ ölçekleri, oyuncu deneyiminin hem işlevsel hem de estetik boyutlarını kapsamlı bir biçimde nicel olarak değerlendirmeye olanak tanır (Lewis, 2018).

Oyunların kendine özgü doğası, geleneksel yazılım tasarımlarındaki sürtünmesiz etkileşim prensibinden ziyade, oyuncuyu zorlayan “tasarlanmış sürtünmeler” ve “yapılandırılmış başarısızlık döngüleri” üzerine inşa edilmiştir. Bu bağlamda oynanabilirlik kavramı; oyun kurallarını, mekaniklerini ve oyuncu deneyimini bütüncül bir yaklaşımla ele alan daha kapsamlı ve sofistike değerlendirme metodolojilerine ihtiyaç duymaktadır.

Oyun Odaklı Sezgisel Değerlendirmeler: Oyuncu ve kullanıcı kavramları arasındaki yapısal ayrım, her kullanıcının bir oyuncu olarak tanımlanamayacağını ve oyunun gerektirdiği iradi katılım ile hedonik beklentilerin genel yazılım etkileşiminden ayrıştığını göstermektedir. Bu bağlamda, oyun odaklı sezgisel değerlendirmeler öne çıkmaktadır: Desurvire (2018) tarafından sunulan HEP, oyun oynanışı, hikâye, mekanikler ve kullanılabilirlik olmak üzere dört temel alanı denetlerken, bunun genişletilmiş versiyonu olan PLAY, kalıcı oynanış, hedefler, oyuncu çeşitliliği ve oyun stillerini dengelemektedir. Ayrıca, yeni oyuncuların oyuna dahil olma (onboarding) deneyimini optimize eden ve ilk on dakikadaki kayıpları (churn) önlemeyi hedefleyen GAP ile çevresel etkenleri (tek elle kullanım, gürültü vb.) oyun oynanışı ve kullanılabilirlik ile bütünlükten

Hannu Korhonen ve Elina Koivisto'nun Mobil Oynanabilirlik Modeli, bu alandaki bütüncül yaklaşımın özelleşmiş tekniklerini oluşturmaktadır.

Psikometrik Ölçekler ve Akış Modelleri: Oyun deneyiminin psikolojik boyutlarını ve akış durumunu derinlemesine analiz etmek için geliştirilen özelleşmiş ölçekler, oyuncu motivasyonlarını ve etkileşim kalitesini anlamada kritik bir rol oynamaktadır. GameFlow ve GameFlow Affordances; Sweetser ve Wyeth'in akış teorisinden türetilmiş olup, ilki oyuncu bağlılığını sekiz alt boyutta analiz ederken, güncel versiyonu olan ikincisi "immersion" boyutunu dışarıda bırakarak yedi temel oyuncu deneyimi desteğine odaklanmaktadır. Kendini Belirleme Teorisi üzerine inşa edilen PENS, oyunların oyuncunun üç temel evrensel ihtiyacını karşılama düzeyini, varlık ve sezgisel kontrollerle birlikte ölçmektedir (Haider ve ark., 2022). GEQ ise oyuncunun oyun esnasındaki ve sonrasındaki psikolojik durumunu; akış, içerilme, yeterlilik, pozitif/negatif duygulanım, gerilim ve zorluk gibi boyutlarda değerlendiren modüler bir anketir.

Fizyolojik ve Biyometrik Ölçümler: Anketlerdeki geçmişe dönük hatırlama hatalarını ve öznel beyan sapmalarını aşmak amacıyla, oyun seansı esnasında kesintisiz fizyolojik veriler toplanır: Anketlerdeki geçmişe dönük hatırlama hatalarını ve öznel beyan sapmalarını aşmak amacıyla, oyun seansı esnasında kesintisiz fizyolojik veriler toplanır: elektrodermal aktivite (EDA) ölçümleriyle cilt iletkenliğindeki değişimler izlenerek sempatik sinir sistemi aktivasyonu ve oyuncunun heyecan, uyarılma ve stres düzeyi yüksek zamansal çözünürlükle takip edilir; yüz kasları elektromiyografisi ile gülümseme ve kaş çatma kaslarındaki mikro elektriksel aktiviteler üzerinden duygusal yönelim saptanır; göz takibi ile Tobii veya SMI gibi donanımlar kullanılarak ekranda odaklanılan alanlar, göz sıçramaları ve arayüz etkileşim süreleri analiz edilir ve son olarak EEG ile beyin dalgaları üzerinden oyuncunun stres, odaklanma ve bilişsel yük durumları doğrudan takip edilir. (Hafeez ve ark., 2021; Rashed ve ark., 2026; Burelli, 2024)

Oyun İçi Telemetri (Gameplay Telemetry) ve Tahmin Modelleri: Oyun içi telemetri yöntemi, oyuncuların doğal ortamlarındaki gerçek davranış verilerinin büyük ölçekte yazılımsal olarak toplanmasına dayanır. Modern makine öğrenimi modelleri bu telemetri verilerini gerçek zamanlı işleyerek oyuncunun beceri seviyesini ve oyun zorluğunu tahmin eder; bu sayede oyuncunun akıştan kopması önlenerek Dinamik Zorluk Ayarlaması otomatik olarak gerçekleştirilebilir.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında ortaya konan analiz, dijital etkileşim alanının basit bir terminolojik tercih meselesi olmadığını, aksine kavramsal netliğin doğrudan tasarım pratiğinin ve deneyim kalitesinin temelini oluşturduğunu göstermektedir. Kullanıcı-oyunsever-oyuncu üçlemesi üzerinden yürütülen tartışma, bireyin dijital ortamla kurduğu ilişkinin tek katmanlı değil, köken, odak ve failliği farklılaşan çok katmanlı bir yapı sergilediğini ortaya koymuştur. Kullanıcı kavramının İnsan-Bilgisayar Etkileşimi geleneğinden devraldığı nesnel ve işlevsel çerçeve, oyunsever kavramının oyun kuramından türeyen eylem ve seçim temelli faillik anlayışıyla; oyuncu kavramının ise sosyal kimlik teorisinden beslenen aidiyet ve özdeşleşme boyutuyla örtüşmediği görülmüştür. Bu üç kategori arasındaki geçirgen sınırların akademik literatürde -özellikle Türkçe yazında- yeterince ayrıştırılmamış olması, yalnızca kavramsal bir belirsizliğe değil, aynı zamanda tasarım kararlarının hangi ölçüt setine göre alınacağına ilişkin metodolojik bir muğlaklığa da zemin hazırlamaktadır.

Bu bağlamda, kullanıcı deneyimi ile oyuncu deneyimi arasındaki ayrım, araştırmanın ikinci temel bulgusunu oluşturmaktadır. UX'in verimlilik, görev tamamlama ve hata minimizasyonu eksenli pragmatik yapısı ile PX'in eğlence, akıntıya kapılma ve duygusal derinlik odaklı hedonik yapısı, yüzeysel düzeyde ortak bir kavramsal zemin paylaşıyor izlenimi verse de temel motivasyonları, amaçsal yönelimleri ve başarı tanımları bağlamında ontolojik bir kopuşu ihtiva etmektedir (Drachen, 2011). Bu kopuşun görmezden gelinmesi, dijital ürün ve oyun tasarımı süreçlerinde sistematik bir yanılgıya yol açmakta; üretkenlik odaklı sistemler için geliştirilmiş değerlendirme araçlarının doğrudan oyun bağlamına aktarılması, oyuncunun anlatısal ve duygusal tatminini ölçmekte yetersiz kalmaktadır (Strubberg ve ark., 2020).

Kullanılabilirlik ve oynanabilirlik kavramları arasındaki ilişki ise bu iki deneyim geleneği arasındaki yarılmayı köprüleyen bir sentez noktası olarak belirmiştir. Oynanabilirliğin, kullanılabilirlik ilkelerini kapsayan ancak bunlara indirgenemeyen, dijital oyunlara özgü öznel ve hedonik boyutları da içeren bir üst kavram olarak konumlanması, alan yazınında sıklıkla birbirinin yerine kullanılan bu iki terimin aslında farklı ölçüm mantıklarına tekabül ettiğini göstermektedir. Bununla birlikte, iyi bir oynanabilirlik düzeyinin her zaman tatmin edici bir oyuncu deneyimiyle örtüşmediği; tersine, teknik açıdan sınırlı oynanabilirliğe sahip oyunların da uygun koşullarda güçlü bir deneyim üretebildiği yönündeki bulgular, PX'in oynanabilirlikten daha kapsamlı, çok boyutlu ve bağlama duyarlı bir kavramsal çerçeve olduğunu doğrulamaktadır (Sánchez ve ark., 2012).

Metodolojik düzlemde ortaya konan harita, deneyim tasarımının tekil bir teknikle değil, birbirini tamamlayan çoklu bir araç setiyle değerlendirilmesi gerektiğini net biçimde ortaya koymuştur. Sezgisel değerlendirmelerin hızlı ve düşük maliyetli erken aşama tespiti; deneysel kullanıcı testleri ve görev analizinin nesnel performans verisi; anket ve psikometrik ölçeklerin öznel algı ve motivasyon boyutu; fizyolojik/biyometrik ölçümlerin geriye dönük hatırlama hatalarından arındırılmış anlık veri; ve oyun içi telemetri ile tahmin modellerinin ise doğal ortamda büyük ölçekli davranışsal örüntü sunması, her bir yöntemin deneyimin farklı bir katmanına erişim sağladığını göstermektedir (Shaker ve ark., 2015). Bu çoklu yöntem yaklaşımının, özellikle kullanıcı ile oyuncu arasındaki faillğin derecesinin belirsizleştiği melez ürünlerde (ciddi oyunlar, oyunlaştırılmış eğitim araçları, oyunlaştırılmış kurumsal uygulamalar gibi) vazgeçilmez hale geldiği söylenebilir (Shen ve ark., 2014).

Bu bulguların görsel iletişim ve oyun tasarımı pratiğine yansımaları iki düzlemde okunabilir. İlk olarak, tasarımcının hedef kitlesini “kullanıcı” mı yoksa “oyuncu” mu olarak konumlandığına ilişkin baştan yapılacak bir kavramsal netleştirme, hangi ölçüt setinin (kullanılabilirlik mi, oynanabilirlik mi) ve hangi araştırma yönteminin (sezgisel mi, psikometrik mi, biyometrik mi) kullanılacağını doğrudan belirlemektedir; bu seçimin isabetsizliği, tasarım sürecinin daha en baştan yanlış bir ölçüt zeminine oturmasına yol açmaktadır. İkinci olarak, oyuncu tipolojilerinin ve motivasyonel sınıflandırmaların bu kavramsal çerçeveye bütünleştirilmesi, deneyim tasarımını genel geçer bir şablon olmaktan çıkarıp, hedef kitlenin heterojen yapısına duyarlı, bağlamsal bir pratiğe dönüştürmektedir.

Sonuç olarak, bu bölümde geliştirilen çerçeve, kullanıcı-oyuncu, UX-PX ve kullanılabilirlik-oynanabilirlik ikiliklerinin birbirinin yerine geçebilir eşanlamlılar değil, farklı ontolojik varsayımlara, ölçüt yapılarına ve araştırma geleneklerine dayanan ayrı fakat birbiriyle ilişkili kategoriler olduğunu ortaya koymaktadır. Türkçe alan yazınındaki kavramsal tutarsızlığın giderilmesi, yalnızca akademik bir titizlik meselesi değil, aynı zamanda dijital ürün ve oyun tasarımı pratiğinin metodolojik sağlamlığının da ön koşuludur. Bu çalışmanın sunduğu kavramsal harita ve yöntem envanteri, ilerleyen bölümlerde ele alınacak oyuncu tipolojileri ve motivasyonel sınıflandırmalar için sağlam bir zemin oluşturmakta; böylece deneyim tasarımının hem teorik hem de uygulamalı boyutlarına bütüncül bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akyüz, S., Akpınar, G. (2023). "The athletic" in the framework of user experience and elements of user experience in digital sports media. *Electronic Journal of New Media*, 7(3), 286-306. doi:10.17932/iau.ejnm.25480200.2023/ejnm_v7i3006
- Albeedan, M., Kolivanda, H., & Hammady, R. (2024). Designing and evaluation of a mixed reality system for crime scene investigation training: a hybrid approach. *Virtual Reality*, 28(3). doi:10.1007/s10055-024-01018-8
- Baj-Rogowska, A., Sikorski, M. (2023). Exploring the usability and user experience of social media apps through a text mining approach. *Engineering Management in Production and Services*, 15(1), 86-105. doi:10.2478/emj-2023-0007
- Baker, J., Nam, K.-C., & Dutt, C. (2023). A ux perspective on heritage tourism in the metaverse. *Information Technology & Tourism*, 25(3), 265-306. doi:10.1007/s40558-023-00256-x
- Bayar, Z. (2015). Deneyim tasarımı bağlamında sayısal yaratıcılığın bugünün tasarım ortamına getirdikleri. *Aydın Sanat İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 9(17), 53-68. doi:10.17932/iau.sanat.2015.015/sanat_v09i17004
- Belk, R. (2023). The digital frontier as a liminal space. *Journal of Consumer Psychology*, 34(1), 167-173. doi:10.1002/jcpy.1357
- Bellotti, F., Berta, R., Gloria, A. (2010). Designing effective serious games: opportunities and challenges for research. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 5, 22-22. doi:10.3991/ijet.v5s3.1500
- Berni, A., Borgianni, Y., Basso, D., Carbon, C. (2023). Fundamentals and issues of user experience in the process of designing consumer products. View, 9. doi:10.1017/dsj.2023.8
- Boldi, A., & Sanseverino, D. (2025). Becoming someone in Esports: Identity, aspiration, and psychological commitment in a digital entertainment ecosystem. *Entertainment Computing*, 56, 101054-101054. doi:10.1016/j.ent-com.2025.101054
- Borges, B., Juy, C., Matos, I., Silveira, P., Darin, T. (2020). Player experience evaluation: a brief panorama of instruments and research opportunities. *Journal on Interactive Systems*, 11(1), 74-91. doi:10.5753/jis.2020.765
- Bruni, F., Mancuso, V., Pedrolì, E. (2025). How to evaluate user experience in digital health? A scoping review of questionnaires in virtual reality applications. *Frontiers in Digital Health*, 7, 1561364-1561364. doi:10.3389/fd-gth.2025.1561364
- Burelli, P., Dìxen, L. (2024). Playing with neuroscience: past, present and future

- of neuroimaging and games. *arXiv (Cornell University)*. doi:10.48550/arxiv.2403.15413
- Cardona, J., Cano, S., Vela, F., Arango-López, J. (2023). Designing a tangible user interface (tui) for the elderly based on their motivations and game elements. *Sensors*, 23(23), 9513-9513. doi:10.3390/s23239513
- Caroux, L., Pujol, M. (2023). Player enjoyment in video games: a systematic review and meta-analysis of the effects of game design choices. *SPIRE - Sciences Po Institutional REpository*, 40(16), 4227-4238. doi:10.1080/10447318.2023.2210880
- Caroux, L., Isbister, K., Bigot, L., Vibert, N. (2015). Player–video game interaction: A systematic review of current concepts. *Computers in Human Behavior*, 48, 366-381. doi:10.1016/j.chb.2015.01.066
- Chmielarz, W., Szumski, O. (2016). Analysis of users of computer games. 8, s. 1139-1146. *Polskie Towarzystwo Informatyczne*. doi:10.15439/2016f313
- Clément, F. (2023). Players/Gamers. doi:10.4324/9781003214
- Desurvire, H., & Wixon, D. (2018). Heuristics uncovered for games user researchers and game designers. *Oxford University Press*. doi:10.1093/oso/9780198794844.003.0014
- Downs, J., Vetere, F., Smith, W. (2015). *Differentiated participation in social videogaming*. 92-100. doi:10.1145/2838739.2838777
- Drachen, A., Nacke, L. (2011). Towards a framework of player experience research. <http://hci.usask.ca/uploads/230-NackeDrachenPXFramework.pdf>
- Elias, M. (2025). The cognitive cost of overstimulation: dopamine dysregulation, attentional fragmentation, and identity diffusion. *Zenodo (CERN European Organization for Nuclear Research)*. doi:10.5281/zenodo.17840517
- Elitaş, T., Elitaş, S. (2023). The dream of increased abundance and the reality of increased poverty in the post-truth age. *DergiPark (Istanbul University)*.
- Fabricatore, C., Nussbaum, M., Rosas, R. (2002). Playability in action videogames. *University of Huddersfield Repository*, 17(4), 311-368. doi:10.1207/s15327051hci1704_1
- Feng, Z., Lau, N., Zhu, M., Liu, M., Refati, R., Huang, X., & Lee, K.-P. (2023). B.D. of gamification elements and E. of player types. *Smart Learning Env.*, 10(1). doi:10.1186/s40561-023-00278-2
- Fırlar, T., Mehdiyev, H. (2025). Kullanıcı arayüzlerinin kullanıcılara olan etkisi üzerine bir çalışma. *Beykent Üni. Fen ve Müh. Bilimleri Dergisi*, 18(1), 65-75. doi:10.20854/bujse.1702766
- Griva, A., Karagiannaki, A. (2024). Designing business analytics (BA) platforms. *Benchmarking An International Journal*, 32(11), 28-50. doi:10.1108/bij-06-

2024-0517

- Grove, F., Courtois, C., & Looy, J. (2015). Exploring personal and social indicators of gamer identity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(3), 346-361. doi:10.1111/jcc4.12114
- Hafeez, T., Saeed, S. (2021). EEG in game user analysis: A framework for expertise classification during gameplay. *PLoS ONE*, 16(6). doi:10.1371/journal.pone.0246913
- Haider, A., Hartevelde, C. (2022). miniPXI: Development and Validation of an Eleven-Item Measure of the Player Experience Inventory. *TU/e Research Portal*, 6, 1-26. doi:10.1145/3549507
- Hamari, J., Tuunanen, J. (2014). Player Types: A Meta-synthesis. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 1(2). doi:10.26503/todigra.v1i2.13
- Huang, E.-Y., Xing, Y., Song, X. (2024). Emotional analysis of multiplayer online battle arena games addiction. *Frontiers in Psychology*, 15, 1347949-1347949. doi:10.3389/fpsyg.2024.1347949
- IJsselsteijn, W., Kort, Y., Poels, K., Jurgelionis, A., Bellotti, F. (2007). Characterising and measuring user experiences in digital games. *Munich Personal RePEc Archive (Ludwig Maximilian University of Munich)*, 75(23), 1-4.
- Lewis, J. (2018). Measuring Perceived Usability: The CSUQ, SUS, and UMUX. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(12), 1148-1156. doi:10.1080/10447318.2017.1418805
- Li, A., Gunraj, R. (2024). *Unraveling the Neurochemical Relationship Between Social Media and Attention Span*. doi:10.58445/rars.1813
- Martínez, K., Menéndez, I., Bustillo, A. (2022). A New Measure for Serious Games Evaluation: Gaming Educational Balanced (GEB) Model. *Applied Sciences*, 12(22), 11757-11757.
- Menychtas, A., Galliakis, M. (2022). Gameful Design of an Application for Patients in Rehabilitation. *Frontiers in Computer Science*, 4. doi:10.3389/fcomp.2022.822167
- Meriläinen, M., Ruotsalainen, M. (2023). The light, the dark, and everything else: making sense of young people's digital gaming. *Frontiers in Psychology*, 14, 1164992-1164992. doi:10.3389/fpsyg.2023.1164992
- Nacke, L., Drachen, A., Kuikkaniemi, K., Niesenhaus, J., Korhonen, H., Hoogen, W., Kort, Y. (2009). Playability and player experience research. *TU/e Research Portal (Eindhoven University of Technology)*.
- Nunes, C., Darin, T. (2024). Echoes of Player Experience: A Literature Review on Audio Assessment and Player Experience in Games. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8, 1-27. doi:10.1145/3677069

- Ozdowska, A., Sweetser, P. (2023). A Scoping Review of Heuristics in Videos Games Research: Definitions, Development, Application, and Operationalisation. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 7, 402-424. doi:10.1145/3611035
- Paavilainen, J. (2017). Playability. 487-494. doi:10.1145/3130859.3131306
- Pinelle, D., Wong, N., Stach, T. (2008). Heuristic evaluation for games. 1453-1462. doi:10.1145/1357054.1357282
- Rashed, A., Shirmohammadi, S., Amer, I. (2026). Real-Time Prediction of Player Engagement from Multimodal Data. *IEEE Transactions on Multimedia*, 1-13. doi:10.1109/tmm.2026.3673558
- Richardson, I., Hjorth, L. (2017). Mobile media, domestic play and haptic ethnography. *New Media & Society*, 19(10), 1653-1667. doi:10.1177/1461444817717516
- Sánchez, J., Vela, F., Montero, F., Padilla-Zea, N. (2012). Playability: analysing user experience in video games. *Behaviour and Information Technology*, 31(10), 1033-1054. doi:10.1080/0144929x.2012.710648
- Shaker, N., Shaker, M., & Abou-Zleikha, M. (2015). Towards Generic Models of Player Experience. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence and Interactive Digital Entertainment*, 11(1), 191-197. doi:10.1609/aiide.v11i1.12806
- Shaw, A. (2011). Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. *New Media & Society*, 14(1), 28-44. doi:10.1177/1461444811410394
- Shen, S., Tan, C., & Leong, T. (2014). Towards Better Tools to Support Mixed Methods in Game User Research. *UTS ePRESS (University of Technology Sydney)*. <http://hdl.handle.net/10453/41919> adresinden alındı
- Strubberg, B., Elliott, T., Pumroy, E., Shaffer, A. (2020). Measuring Fun. *Loading*, 13(21), 1-19. doi:10.7202/1071448ar
- Weiller, T., Perin, M., Campos, P. (2025). Negotiated agency: the constant deliberation between the player's abilities and developer's permissions. *AHFE international*, 196. doi:10.54941/ahfe1005970
- Wiwesa, N., Hasan, F. (2026). Analysis of Player Experience in Multiplatform Games on PC and Mobile Platforms. *KnE Social Sciences*, 11(3), 775-778. doi:10.18502/kss.v11i3.20924
- Yáñez-Gómez, R., Font, J., Cascado-Caballero, D. (2018). Heuristic usability evaluation on games: a modular approach. *Multimedia Tools and Applications*, 78(4), 4937-4964. doi:10.1007/s11042-018-6593-1
- Yang, B., Liu, Y., Chen, W. (2022). A twin data-driven approach for user-experience based design innovation. *ORCA Online Research @Cardiff (Cardiff University)*, 68, 102595-102595. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2022.102595

9. BÖLÜM

DİJİTAL OYUN TANITIM AFİŞLERİNDE SİNEMATİK TASARIM YAKLAŞIMLARI

Öğr. Gör. Sedef SARAÇ

İstanbul Topkapı Üniversitesi

Bilgisayar Teknolojileri Bölümü

sedefsarac@topkapi.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-0177-808X>

GİRİŞ

Dijital oyun endüstrisi, teknolojik gelişmelerin etkisiyle son otuz yılda yalnızca ekonomik büyüklüğü bakımından değil, kültürel ve sanatsal üretim kapasitesi açısından da önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Günümüzde dijital oyunlar, etkileşimli anlatı yapıları, gelişmiş görsel teknolojileri ve çok katmanlı kullanıcı deneyimleri sayesinde sinema, televizyon ve diğer yaratıcı endüstrilerle rekabet eden küresel bir medya alanı hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, oyunların yalnızca oynanabilir dijital ürünler olarak değil, aynı zamanda güçlü görsel iletişim stratejileriyle desteklenen kültürel metinler olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır (Wolf, 2012; Newman, 2013).

Küresel oyun pazarının genişlemesiyle birlikte oyun geliştiricileri arasındaki rekabet de belirgin biçimde artmıştır. Her yıl binlerce yeni oyunun dijital mağazalarda ve fiziksel platformlarda kullanıcılarla buluşması, oyunların hedef kitleye ulaşabilmesi için etkili tanıtım ve marka iletişimi stratejilerini zorunlu hâle getirmiştir. Bu süreçte dijital oyun tanıtım afişleri, oyunun kimliğini temsil eden en önemli görsel iletişim araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Oyuncuların bir oyunla ilk karşılaşmaları çoğu zaman bir afiş, kapak görseli veya dijital tanıtım posterleri aracılığıyla gerçekleşmektedir. Dolayısıyla afişler, yalnızca dikkat çekici reklam yüzeyleri değil; oyunun atmosferini, anlatısını,

karakterlerini ve estetik yaklaşımını tek bir kompozisyon içerisinde aktaran görsel metinlerdir (Consalvo, 2016).

Grafik tasarım disiplini açısından değerlendirildiğinde afiş, bilgi aktarma ve ikna etme işlevlerini estetik ilkeler doğrultusunda bir araya getiren en önemli iletişim araçlarından biridir. Dijital oyun afişleri ise bu geleneksel tasarım anlayışını dijital kültürün dinamikleriyle birleştirerek yeni bir ifade alanı oluşturmuştur. Kompozisyon, renk, tipografi, ışık, perspektif ve görsel hiyerarşi gibi temel tasarım unsurları; oyun afişlerinde yalnızca estetik bütünlük sağlamak amacıyla değil, aynı zamanda oyunun vaat ettiği deneyimi önceden hissettirmek için kullanılmaktadır. Bu yönüyle oyun afişleri, grafik tasarım ile anlatı tasarımı arasında köprü kuran çok katmanlı iletişim ürünleri olarak değerlendirilmektedir (Lupton, 2014).

Son yıllarda oyun teknolojilerindeki gelişmeler, dijital oyunların görsel dilini sinema estetiğine önemli ölçüde yaklaştırmıştır. Fotogerçekçi karakter modellemeleri, gelişmiş ışıklandırma sistemleri, sinematik kamera hareketleri, hareket yakalama teknolojileri ve yüksek çözünürlüklü çevre tasarımları sayesinde birçok dijital oyun, görsel anlatım açısından sinema filmleriyle benzer estetik özellikler sergilemektedir. Bu dönüşüm, oyunların tanıtım materyallerine de doğrudan yansımış; günümüz oyun afişleri sinema afişlerinde kullanılan dramatik kompozisyon, ışık-gölge dengesi, karakter yerleşimi ve atmosfer oluşturma tekniklerini yoğun biçimde benimsemeye başlamıştır (Jenkins, 2004; Kirkpatrick, 2011).

Sinematik tasarım yaklaşımı, yalnızca sinemaya özgü görsel tekniklerin oyun afişlerine aktarılması anlamına gelmemektedir. Aynı zamanda izleyicide belirli bir duygu oluşturmaya, anlatısal ipuçları sunmaya ve oyunun dramatik yapısını tek bir kare içerisinde görünür kılmaya amaçlayan bütüncül bir tasarım anlayışını ifade etmektedir. Bu bağlamda dijital oyun afişleri, karakterlerin beden dili, bakış yönleri, mekânsal kurguları, renk dramaturjisi ve sembolik görsel öğeler aracılığıyla oyunun hikâyesine ilişkin ön bilgiler sunmakta; oyuncunun henüz oyunu deneyimlemeden zihinsel bir anlatı oluşturmaya katkı sağlamaktadır (Arnheim, 1974; Barthes, 1977).

Özellikle son yıllarda yayımlanan *The Last of Us Part II*, *Death Stranding*, *Cyberpunk 2077*, *Alan Wake II* ve *Silent Hill 2 Remake* gibi yüksek bütçeli yapımların tanıtım afişleri incelendiğinde; sinema afişlerinde yaygın olarak kullanılan *mise-en-scène* anlayışı, dramatik ışık kullanımı, sinematografik kadrajlar ve sembolik görsel anlatım biçimlerinin dijital oyun tanıtım tasarımlarında da belirleyici olduğu görülmektedir. Böylece oyun afişleri,

yalnızca pazarlama materyalleri olmaktan çıkarak bağımsız estetik değer taşıyan grafik tasarım ürünlerine dönüşmektedir.

Bu doğrultuda çalışma, dijital oyun tanıtım afişlerinde kullanılan sinematik tasarım yaklaşımlarını görsel iletişim tasarımı perspektifinden incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada öncelikle dijital oyun afişlerinin tarihsel gelişimi ele alınmakta; ardından sinematik tasarımın afiş kompozisyonlarına yansıyan temel bileşenleri grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Çalışmanın uygulama bölümünde ise farklı türleri temsil eden *The Last of Us Part II*, *Death Stranding*, *Cyberpunk 2077*, *Alan Wake II* ve *Silent Hill 2 Remake* oyunlarının tanıtım afişleri kompozisyon, tipografi, renk, ışık, atmosfer ve göstergebilimsel göstergeler bakımından karşılaştırmalı olarak analiz edilmektedir.

Literatür incelendiğinde dijital oyun çalışmaları alanında oyun mekaniği, kullanıcı deneyimi, anlatı yapıları ve oyun kültürü üzerine çok sayıda araştırma bulunmasına karşın, dijital oyun tanıtım afişlerini grafik tasarım ve sinematik estetik bağlamında ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Özellikle oyun afişlerinin görsel iletişim tasarımı açısından değerlendirilmesine yönelik araştırmaların azlığı, bu çalışmanın özgün katkısını oluşturmaktadır. Çalışmanın, grafik tasarım, görsel iletişim, oyun tasarımı ve dijital medya alanlarında gerçekleştirilecek gelecekteki araştırmalara kuramsal ve uygulamalı bir kaynak sağlaması beklenmektedir.

1. OYUN TANITIM AFİŞLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

kitleyi yönlendirme ve oyunun vaat ettiği deneyimi sezdirme açısından kritik bir işleve sahiptir (Wolf, 2012; Newman, 2013).

Dijital oyunların fiziksel kutu tasarımlarından dijital dağıtım ortamlarına geçişi, oyunların görsel temsil biçimlerinin de dönüşmesine neden olmuştur. Pupáková (2025), oyun kutu tasarımının yalnızca estetik bir yüzey olmadığını; koruyucu, estetik, iletişimsel ve pazarlama işlevlerini aynı anda taşıyan çok katmanlı bir görsel iletişim aracı olduğunu belirtmektedir. Araştırmacıya göre kutu tasarımları, oyuncuların oyun hakkındaki beklentilerini ve karar verme süreçlerini etkileyen önemli görsel göstergeler olarak işlev görmektedir. Bu nedenle oyun afişleri ve kapak görselleri, oyunun kendisiyle oyuncu arasında kurulan ilk iletişim noktalarından biri olarak değerlendirilebilir (Pupáková, 2025).

Video oyunlarının ilk dönemlerinde tanıtım afişleri, teknik sınırlılıkların da etkisiyle çoğunlukla çizim tabanlı illüstrasyonlardan oluşmuştur. 1970’li ve 1980’li yıllarda geliştirilen arcade oyunları ile ev konsolları için hazırlanan

afişlerde oyun içi grafiklerin teknik yetersizlikleri nedeniyle gerçek oynanış görüntülerinden ziyade hayal gücünü harekete geçiren illüstratif kompozisyonlar tercih edilmiştir. Özellikle Atari, Commodore ve Nintendo döneminde hazırlanan afişler incelendiğinde, oyuncuya sunulan deneyimin doğrudan oyun ekranından değil, fantastik karakter çizimleri ve dramatik sahne kurguları üzerinden temsil edildiği görülmektedir. Böylece afişler, oyunun teknik kapasitesini değil, vaat ettiği hayali dünyanın görsel anlatısını öne çıkarmıştır (Wolf, 2012).

1990’lı yıllarla birlikte kişisel bilgisayarların ve CD-ROM teknolojisinin yaygınlaşması, oyun grafiklerinde önemli gelişmelerin yaşanmasını sağlamıştır. Üç boyutlu modelleme tekniklerinin gelişmesiyle birlikte tanıtım afişlerinde de dijital illüstrasyonlar, fotogerçekçi karakter tasarımları ve bilgisayar destekli kompozisyonlar kullanılmaya başlanmıştır. Bu dönemde oyun afişleri yalnızca ürün tanıtımını hedefleyen reklam yüzeyleri olmaktan uzaklaşarak, oyunun hikâyesine ilişkin ipuçları veren anlatısal görsellere dönüşmeye başlamıştır. Sinema endüstrisinin kullandığı dramatik ışıklandırma, karakter odaklı kompozisyon ve mekânsal derinlik gibi estetik yaklaşımlar, oyun afişlerinde belirgin biçimde görülmeye başlamıştır (Jenkins, 2004).

Oyunların görsel temsilindeki bu dönüşüm, tanıtım materyallerinde kullanılan “sinematik” söylemin de giderek belirginleşmesine zemin hazırlamıştır. Vollans (2025), 1990–1999 dönemindeki oyun tanıtımlarını inceleyerek “cinematic” kavramının oyun pazarlamasında giderek daha görünür hâle geldiğini ortaya koymaktadır. Araştırmaya göre sinema ile oyun arasındaki tanıtımsal yakınlaşma ani bir dönüşümden ziyade, 1990’lı yıllar boyunca aşamalı olarak gelişen bir süreçtir. Bu durum, oyunların yalnızca teknolojik gelişmeler aracılığıyla değil, pazarlama söylemleri ve görsel temsil stratejileri aracılığıyla da sinemaya yaklaştırıldığını göstermektedir (Vollans, 2025).

2000’li yıllar dijital oyun sektörünün küresel eğlence endüstrisinin en güçlü aktörlerinden biri haline geldiği dönem olarak değerlendirilmektedir. Yüksek çözünürlüklü grafik motorlarının gelişmesi, hareket yakalama (motion capture), fizik tabanlı render sistemleri ve sinematik ara sahnelerin yaygınlaşması, oyunların görsel dilini sinemaya önemli ölçüde yaklaştırmıştır. Bu süreçte hazırlanan tanıtım afişleri de benzer biçimde sinematik anlatı tekniklerinden beslenmeye başlamıştır. Tek karakterli kahraman kompozisyonları, dramatik arka planlar, güçlü ışık-gölge kontrastları, seçici renk kullanımı ve minimal tipografik yerleşimler günümüz oyun afişlerinin temel tasarım karakteristikleri arasında yer almaktadır (Kirkpatrick, 2011).

Video oyunlarında sinematik estetiğin gelişimi yalnızca teknik kapasitenin

artmasıyla açıklanamamaktadır. Girina (2015), video oyunlarının sinemaya ait görsel temsil kodlarıyla kurduğu ilişkinin oyunların estetik gelişiminde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Bu bağlamda “sinematik oyun” kavramı, sinema estetiğinin doğrudan kopyalanmasından ziyade, sinemaya özgü görsel ve işitsel ifade biçimlerinin etkileşimli bir medya ortamında yeniden yapılandırılması olarak ele alınabilir (Girina, 2015).

Özellikle sekizinci ve dokuzuncu nesil oyun konsollarının yaygınlaşmasıyla birlikte tanıtım afişleri yalnızca basılı materyaller olarak değil, dijital mağazalar, sosyal medya platformları, çevrimiçi reklam kampanyaları ve mobil cihaz ekranları için optimize edilen çoklu platform tasarımlarına dönüşmüştür. Bu dönüşüm, afiş tasarımında okunabilirlik, ölçeklenebilirlik ve görsel hiyerarşi kavramlarını daha da önemli hâle getirmiştir. Steam, PlayStation Store, Xbox Marketplace ve Epic Games Store gibi dijital dağıtım platformlarında kullanılan kapak görselleri, klasik afiş tasarımının dijital uzamdaki yeni temsil biçimleri olarak değerlendirilmektedir (Consalvo, 2016).

Dijital dağıtım sistemlerinin gelişmesi, oyun afişlerinin yalnızca fiziksel satış noktalarında sergilenen reklam yüzeyleri olmaktan çıkmasını sağlamış; aynı zamanda algoritmalar tarafından önerilen, sosyal medya akışlarında görünen ve kullanıcı davranışlarına göre kişiselleştirilen dinamik pazarlama araçlarına dönüştürmüştür. Bu nedenle çağdaş oyun afişleri yalnızca estetik açıdan değil, kullanıcı deneyimi, dijital pazarlama ve marka iletişimi açısından da değerlendirilmesi gereken hibrit tasarım ürünleri hâline gelmiştir (Whalen, 2018).

Son yıllarda özellikle AAA yapımların tanıtım kampanyaları incelendiğinde sinema afişleri ile dijital oyun afişleri arasındaki biçimsel sınırların büyük ölçüde ortadan kalktığı görülmektedir. *The Last of Us Part II* (2020), *Death Stranding* (2019), *Alan Wake II* (2023), *Cyberpunk 2077* (2020) ve *Silent Hill 2 Remake* (2024) gibi yapımların tanıtım görselleri; dramatik kompozisyon anlayışı, sinematografik ışık kullanımı, karakter psikolojisini yansıtan renk paletleri ve sembolik görsel öğeleriyle çağdaş sinema afişlerinin estetik yaklaşımını büyük ölçüde benimsemektedir. Bu durum, oyun afişlerinin yalnızca pazarlama nesnesi olarak değil, oyunun anlatısal evrenini önceden deneyimleten bağımsız görsel iletişim ürünleri olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır (Wolf, 2012; Şimşek, 2025).

Bununla birlikte güncel araştırmalar, oyun afişlerinin yalnızca estetik beğeni oluşturan yüzeyler olmadığını; oyuncuların satın alma niyetini, oyun hakkındaki ilk izlenimlerini ve marka algısını doğrudan etkileyen iletişim araçları olduğunu ortaya koymaktadır. Afişlerde kullanılan karakter konumlandırması,

bakış yönü, renk sıcaklığı, tipografi, boşluk kullanımı ve sembolik nesneler oyuncunun zihninde oyuna ilişkin beklentileri şekillendirmektedir. Bu nedenle oyun afişleri; grafik tasarım, görsel iletişim, göstergebilim, pazarlama ve sinematografi disiplinlerinin kesişiminde yer alan çok katmanlı tasarım nesneleri olarak ele alınmalıdır. Günümüzde başarılı bir oyun afişi yalnızca dikkat çekici bir görsel üretmekle kalmamakta; aynı zamanda oyunun anlatısını, duygusal tonunu ve marka kimliğini tek bir kompozisyon içerisinde etkili biçimde aktarabilmektedir.

2. DİJİTAL OYUN TANITIM AFİŞLERİNDE SİNEMATİK TASARIM YAKLAŞIMLARI

2.1. Mise-en-scène ve Mekansal Kurgunun Kullanımı

Dijital oyun tanıtım afişlerinde sinematik anlatının en belirgin bileşenlerinden biri olan mise-en-scène, görsel yüzeyde yer alan tüm unsurların belirli bir anlatısal amaç doğrultusunda düzenlenmesini ifade etmektedir. Sinema kuramında mise-en-scène; oyuncuların konumlandırılması, dekor, kostüm, ışık, sahne derinliği ve kadraj içerisindeki nesnelerin birbirleriyle kurduğu ilişkiyi kapsayan bütüncül bir anlatım sistemi olarak tanımlanmaktadır. Bu sistem, izleyicinin olay örgüsünü henüz başlamadan sezebilmesini sağlayan görsel ipuçlarını üretmekte ve filmin dramatik atmosferini oluşturmaktadır (Bordwell, Thompson, & Smith, 2020).

Oyun afişlerinde mekânsal organizasyon, yalnızca görsel bir denge oluşturma işlevi taşımaz; aynı zamanda oyunun anlatısal ve tematik yapısına ilişkin ipuçları üretir. Şimşek'in (2025) Fallout oyun afişleri üzerine gerçekleştirdiği göstergebilimsel analiz, karakter, arka plan, renk, tipografi ve mekânsal düzenleme gibi unsurların oyunun anlatısını ve görsel kimliğini birlikte taşıdığını ortaya koymaktadır. Araştırmaya göre afişlerde kullanılan görsel unsurlar, oyunun dünyasını doğrudan açıklamak yerine oyuncunun zihninde belirli çağrışımlar oluşturacak biçimde düzenlenmektedir (Şimşek, 2025).

Arnheim (1974), görsel algının tek tek nesnelerden değil, nesnelerin birbirleriyle kurduğu mekânsal ilişkilerden doğduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşım, dijital oyun afişlerinde karakter ile çevre arasındaki ilişkinin neden bu denli önemli olduğunu açıklamaktadır. Karakterin kadraj içerisindeki ölçeği, bakış yönü, çevresindeki boşluk miktarı ve mekânla kurduğu fiziksel ilişki, izleyicide yalnızlık, güç, tehdit, çaresizlik veya umut gibi duyguların oluşmasını sağ-

lamaktadır. Dolayısıyla mekân, yalnızca estetik bir arka plan değil; anlatının psikolojik boyutunu destekleyen aktif bir görsel göstergedir (Arnheim, 1974).

Grafik tasarım açısından değerlendirildiğinde ise mise-en-scène, görsel hiyerarşinin oluşturulmasını sağlayan temel tasarım stratejilerinden biridir. Görsel hiyerarşi, izleyicinin afişi hangi sırayla okuyacağını belirleyen organizasyon sistemi olarak tanımlanmaktadır. Karakter, tipografi, logo, çevresel nesneler ve ışık alanlarının belirli bir denge içerisinde yerleştirilmesi, izleyicinin dikkatinin kontrollü biçimde yönlendirilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle başarılı bir oyun afişinde kompozisyon yalnızca estetik kaygılarla oluşturulmamakta; aynı zamanda iletişim sürecinin etkinliğini artıran işlevsel bir tasarım unsuru olarak kullanılmaktadır (Lupton, 2014).

Son yıllarda dijital oyun afişleri üzerine gerçekleştirilen araştırmalar da bu yaklaşımı desteklemektedir. Şimşek (2025), Fallout oyun serisinin tanıtım afişlerini göstergebilimsel açıdan incelediği çalışmada, afişlerde kullanılan karakter yerleşimleri, arka plan öğeleri, tipografik tercihler ve sembolik nesnelerin oyunun ideolojik yapısını ve anlatı dünyasını temsil eden göstergeler bütünü oluşturduğunu ifade etmektedir. Araştırmaya göre afiş kompozisyonunda kullanılan her görsel unsur, oyuncunun oyun hakkında oluşturacağı ilk algının şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Özellikle kıyamet sonrası kent manzaraları, yıkılmış mimari yapılar ve teknolojik kalıntılar yalnızca dekoratif unsurlar değil; oyunun distopik evrenini temsil eden anlam taşıyıcı göstergelerdir (Şimşek, 2025).

Bu yaklaşım günümüzün yüksek bütçeli oyun afişlerinde açık biçimde gözlemlenmektedir. Örneğin The Last of Us Part II afişlerinde Ellie karakterinin geniş negatif alan içerisinde tek başına konumlandırılması, karakterin psikolojik yalnızlığını ve hayatta kalma mücadelesini destekleyen güçlü bir mekânsal kurgu oluşturmaktadır. Benzer şekilde Death Stranding afişlerinde geniş ufuk çizgisi, boş arazi kullanımı ve karakterin çevresiyle kurduğu mesafe, oyunun temel temalarından biri olan izolasyon ve yeniden bağlantı kurma fikrini görselleştirmektedir. Bu örnekler, mekânın yalnızca çevresel bir unsur değil, anlatının anlam katmanlarını taşıyan aktif bir iletişim bileşeni olduğunu göstermektedir.

Barthes'a (1977) göre görsel imgeler yalnızca görünen nesneleri temsil etmez; aynı zamanda kültürel kodlar ve ideolojik anlamlar da üretmektedir. Dijital oyun afişlerinde kullanılan harabeler, sis, yağmur, yıkılmış şehirler, boş yollar veya yüksek yapılar gibi çevresel öğeler de benzer biçimde düz anlamın ötesine geçerek oyunun dramatik yapısını önceden aktaran sembolik göstergelere dönüşmektedir. Böylece mise-en-scène, yalnızca estetik düzenleme tekniği

değil; oyuncunun oyun dünyasını henüz deneyimlemeden önce zihninde anlamlandırmasını sağlayan anlatısal bir iletişim sistemi olarak işlev görmektedir (Barthes, 1977).

3. DİJİTAL OYUN TANITIM AFİŞLERİNİN GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI AÇISINDAN İNCELENMESİ

3.1. The Last Of Us Part 1 Tanıtım Afişinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi

Naughty Dog tarafından geliştirilen ve 2020 yılında yayımlanan The Last of Us Part II, yalnızca anlatı yapısıyla değil, tanıtım kampanyasında kullanılan görsel dil ile de dikkat çeken yapımlar arasında yer almaktadır. Oyunun resmi tanıtım afişi incelendiğinde, tasarımın klasik reklam anlayışından uzaklaşarak sinematik anlatıyı önceleyen bir kompozisyon üzerine inşa edildiği görülmektedir. Afiş, oyuncuya yalnızca oyunun adını duyurmayı amaçlamamakta; aynı zamanda oyunun psikolojik atmosferini, karakter odaklı anlatısını ve dramatik tonunu daha ilk bakışta hissettirmektedir (Wolf, 2012).

Kompozisyon açısından değerlendirildiğinde Ellie karakterinin afiş yüzeyinin merkezine yakın ancak tam simetrik olmayan bir yerleşimle konumlandırıldığı görülmektedir. Bu tercih, klasik merkez kompozisyon anlayışını kıırarak görsel gerilim oluşturmaktadır. Karakterin doğrudan izleyiciye yönelen sert bakışı, afişin temel odak noktasını oluştururken; arka planda yer alan koyu tonlar ve detayların azaltılması, izleyicinin dikkatini doğrudan karakter yüzüne yönlendirmektedir. Lupton'a (2014) göre görsel hiyerarşinin temel amacı, tasarım yüzeyindeki dikkat akışını kontrol etmektir. The Last of Us Part II afişinde de ışık, kontrast ve negatif alan kullanımı sayesinde izleyicinin göz hareketi bilinçli biçimde yönlendirilmektedir (Lupton, 2014).

Afişte kullanılan negatif alan dikkat çekici bir tasarım unsurudur. Ellie'nin çevresindeki geniş karanlık alan, karakterin yalnızlığını ve psikolojik yükünü görselleştirmektedir. Arnheim (1974), boşluk kullanımının en az nesneler kadar anlam taşıdığını ve kompozisyondaki gerilimi belirlediğini ifade etmektedir. Bu bağlamda afişteki boş alanlar yalnızca estetik denge sağlamak amacıyla kullanılmamış; karakterin yaşadığı kayıp, yalnızlık ve intikam duygularını destekleyen anlatısal bir unsur hâline getirilmiştir (Arnheim, 1974).

Renk dramaturjisi bakımından afiş, düşük doygunluklu yeşil, gri ve siyah

tonlarının hakim olduğu sınırlı bir renk paleti üzerine kurulmuştur. Sinematik anlatımda düşük doygunluklu renklerin melankoli, belirsizlik ve psikolojik gerilim oluşturduğu bilinmektedir (Bordwell vd., 2020). Ellie'nin yüzüne yönelen sıcak ışık ise karakteri arka plandan ayırarak dramatik vurgu oluşturmaktadır. Böylece ışık yalnızca teknik bir unsur değil, anlatıyı destekleyen psikolojik bir araç olarak kullanılmaktadır.

Tipografik açıdan bakıldığında oyunun logosu oldukça sade bir anlayışla tasarlanmıştır. Büyük puntolu, sans serif karakterlerden oluşan logo, karmaşık görsel yapı oluşturmaktan okunabilirliği ön plana çıkarmaktadır. Lupton (2014), güçlü tipografik tasarımların yalnızca okunabilirliği değil, marka kimliğini de güçlendirdiğini belirtmektedir. The Last of Us Part II logosu da minimal yapıyla oyunun ciddi, karanlık ve gerçekçi atmosferini desteklemektedir.

Göstergebilimsel açıdan değerlendirildiğinde Ellie'nin yüzündeki yara izleri, kirli kıyafetleri, yoğun mimikleri ve elinde tuttuğu gitar sapı ya da silah gibi nesneler, yalnızca fiziksel ayrıntılar değildir. Barthes'a (1977) göre görsellerde yer alan nesneler, düz anlamın ötesinde kültürel ve anlatsal çağrışımlar üretmektedir. Bu doğrultuda afişte yer alan her unsur, kayıp, intikam, travma ve hayatta kalma mücadelesine ilişkin sembolik anlamlar taşımaktadır. Karakterin doğrudan izleyiciyle göz teması kurması ise afişi pasif bir tanıtım materyalinden çıkararak izleyiciyle duygusal bir iletişim kuran görsel bir anlatıya dönüştürmektedir (Barthes, 1977).

Oyun afişlerinde karakterin görsel olarak öne çıkarılması, yalnızca izleyicinin dikkatini çekmeye yönelik bir strateji olarak değerlendirilmemelidir. Valentowitsch'in (2024) 1.113 video oyununun kapak tasarımını inceleyen araştırması, oyun kapaklarının tüketicilerin satın alma öncesi değerlendirmelerinde kullanılan önemli ürün ipuçları olduğunu göstermektedir. Bu nedenle karakterin büyüklüğü, konumu, beden dili ve görsel baskınlığı gibi unsurlar, oyunun kimliğinin oluşturulmasının yanı sıra ürünün algılanma biçimini de etkileyebilecek görsel göstergeler olarak değerlendirilebilir (Valentowitsch, 2024).

Sonuç olarak The Last of Us Part II tanıtım afişi; kompozisyon, renk, ışık, tipografi ve sembolik göstergelerin bütüncül kullanımı sayesinde çağdaş dijital oyun afişlerinde sinematik tasarım yaklaşımının başarılı örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Afiş, oyunun dramatik yapısını tek bir görsel kompozisyon içerisinde aktarabilmesi bakımından grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı açısından güçlü bir anlatı oluşturmaktadır (Bordwell vd., 2020; Lupton, 2014; Wolf, 2012).

3.2. Death Stranding Tanıtım Afişinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi

2019 yılında Kojima Productions tarafından geliştirilen ve yayımlanan Death Stranding, yalnızca oyun tasarımı ve anlatı yapısıyla değil, tanıtım kampanyasında benimsediği sinematik görsel dil ile de dijital oyun endüstrisinin dikkat çeken yapımları arasında yer almaktadır. Oyunun tanıtım afişleri incelendiğinde, geleneksel aksiyon oyunlarında görülen dinamik ve kalabalık kompozisyon anlayışından uzaklaştığı; bunun yerine minimalist, metaforik ve atmosfer odaklı bir görsel iletişim stratejisinin benimsendiği görülmektedir. Bu yaklaşım, oyunun temel temaları olan yalnızlık, kopukluk, yeniden bağ kurma ve insanlık arasındaki görünmez ilişkileri daha oyun deneyimi başlamadan önce izleyiciye aktarmayı amaçlamaktadır (Kojima Productions, 2019; Wolf, 2012).

Kompozisyon açısından değerlendirildiğinde afiş, klasik merkez odaklı kahraman sunumunun ötesine geçen bir mekânsal organizasyona sahiptir. Başkarakter Sam Porter Bridges'in geniş ve boş bir peyzaj içerisinde tek başına konumlandırılması, izleyicinin dikkatini doğrudan karaktere yönlendirmekle birlikte çevresindeki boşluk hissini de vurgulamaktadır. Bordwell, Thompson ve Smith'e (2020) göre sinematik kompozisyonda negatif alanın bilinçli kullanımı, karakterin psikolojik durumunu görünür kılan güçlü anlatım araçlarından biridir. Death Stranding afişinde karakterin çevresini kuşatan geniş boşluk, fiziksel yalnızlığın ötesinde toplumsal kopuşu ve iletişimsizliği temsil eden görsel bir metafora dönüşmektedir (Bordwell vd., 2020).

Grafik tasarım açısından bakıldığında afişte kullanılan negatif alan, yalnızca estetik bir tercih değildir. Arnheim (1974), görsel kompozisyonda boş alanların aktif anlam taşıyıcıları olduğunu ve izleyicinin algısını yönlendirdiğini belirtmektedir. Bu doğrultuda Death Stranding afişindeki geniş gökyüzü, ufuk çizgisi ve boş arazi; karakterin karşı karşıya olduğu belirsizliği ve uzun yolculuğu temsil eden psikolojik göstergeler olarak okunabilir. Böylece tasarım, karakter ile çevre arasında kurduğu ilişki sayesinde dramatik anlatıyı güçlendirmektedir (Arnheim, 1974). Dijital oyun görsellerinde negatif alan kullanımı, karakterin yalnızlığını veya çevresiyle kurduğu mesafeyi görsel olarak güçlendirebilmektedir. Froehlich (2023), video oyunlarının sinematik görsel-işitsel biçimleri etkileşimli yapı içerisinde yeniden kullandığını ve sinematografik tekniklerin oyuncunun duygusal deneyiminin biçimlendirilmesinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Bu açıdan Death Stranding afişindeki geniş boşlukların yalnızlık ve izolasyon duygusunu desteklemesi, oyunun sinematik görsel dilinin tanıtım tasarımına yansımaları olarak değerlendirilebilir (Froehlich, 2023).

Afişin dikkat çeken bir diğer özelliği ise yatay kompozisyon anlayışıdır. Geleneksel oyun afişlerinde karakterler çoğunlukla dikey ekseninde güçlü ve baskın bir şekilde konumlandırılırken, *Death Stranding* afişlerinde yatay boşlukların daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Bu tercih, oyunun temel oynanış mekaniklerinden biri olan uzun mesafeli yolculuk fikrini desteklemektedir. Lupton (2014), kompozisyon yönünün izleyicinin algısal hareketini belirlediğini ve yatay kompozisyonların süreklilik ile yolculuk hissini güçlendirdiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda afişin mekânsal organizasyonu, oyunun anlatısal yapısıyla doğrudan ilişki kurmaktadır (Lupton, 2014).

Renk kullanımı açısından değerlendirildiğinde afişte düşük doygunluklu gri, mavi ve siyah tonlarının baskın olduğu görülmektedir. Görsel iletişim tasarımında soğuk renk paletleri; yalnızlık, melankoli, belirsizlik ve dinginlik gibi psikolojik çağrışımlar oluşturmaktadır (Ambrose & Harris, 2011). *Death Stranding* afişinde kullanılan renkler de oyunun post-apokaliptik atmosferini güçlendirmekte ve oyuncunun oyun dünyasına ilişkin ilk duygusal izlenimini biçimlendirmektedir. Özellikle gökyüzü ile deniz arasında kurulan düşük kontrastlı ton geçişleri, zaman ve mekân algısını belirsizleştirerek oyunun metafizik anlatısını desteklemektedir.

Sinematik ışık kullanımı da afişin en dikkat çekici yönlerinden biridir. Karakter üzerinde yoğunlaşan doğal ışık, arka plandaki sisli atmosferle birleşerek dramatik bir derinlik oluşturmaktadır. Bordwell ve arkadaşları (2020), sinemada ışığın yalnızca görünürlüğü sağlamak için değil, dramatik vurgu oluşturmak ve karakteri anlatının merkezine yerleştirmek amacıyla kullanıldığını belirtmektedir. *Death Stranding* afişinde de ışık, karakterin yalnızlığını görünür kılan anlatısal bir araç olarak işlev görmektedir.

Tipografi açısından değerlendirildiğinde oyunun logosu minimalist bir anlayışla tasarlanmıştır. Siyah harflerden aşağı doğru uzanan ince çizgiler, ilk bakışta basit bir grafik unsur gibi görünmesine rağmen oyunun temel metaforlarından biri olan görünmez bağları ve insanları birbirine bağlayan “strand” kavramını temsil etmektedir. Lupton’a (2014) göre tipografi yalnızca okunabilir metin üretmez; aynı zamanda görsel kimlik ve anlam inşa eder. *Death Stranding* logosu da tipografıyı doğrudan oyunun anlatısal yapısına entegre eden başarılı örneklerden biridir.

Göstergebilim açısından incelendiğinde afişte yer alan her görsel unsur çok katmanlı anlamlar üretmektedir. Barthes (1977), görsellerin yalnızca düz anlam taşımadığını; aynı zamanda kültürel ve ideolojik çağrışımlar oluşturduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda karakterin sırtındaki yük, yalnızca taşınan fiziksel

bir nesne değil; insanlığın geçmişini, sorumluluk duygusunu ve yeniden inşa edilmesi gereken toplumsal bağları temsil eden sembolik bir göstergedir. Benzer şekilde karakterin arkasında uzanan boş arazi, yalnızca coğrafi bir mekân değil; iletişimsizlik, kopuş ve medeniyetin çöküşüne ilişkin metaforik anlamlar üretmektedir.

Oyunun tanıtım afişlerinde sıklıkla kullanılan siyah iplik benzeri çizgiler de göstergebilimsel açıdan dikkat çekicidir. Bu çizgiler, oyunun ismini oluşturan “strand” kavramını görselleştirirken aynı zamanda yaşam, ölüm ve insanlar arasındaki görünmez ilişkileri simgelemektedir. Chandler’a (2017) göre görsel göstergeler, anlamlarını yalnızca fiziksel biçimlerinden değil, içinde bulundukları kültürel bağlamdan almaktadır. Bu doğrultuda Death Stranding afişindeki çizgiler, oyunun anlatısal evrenini özetleyen güçlü sembolik kodlar olarak değerlendirilebilir.

Görsel iletişim tasarımı açısından değerlendirildiğinde afişteki bilgi yoğunluğunun oldukça düşük tutulduğu görülmektedir. Karakter, logo ve sınırlı sayıdaki görsel unsur dışında dikkat dağıtıcı öğelerin kullanılmaması, oyuncunun algısını belirli noktalara yönlendirmektedir. Bu durum, çağdaş dijital pazarlama stratejilerinde öne çıkan “minimal fakat yüksek etkili görsel iletişim” anlayışıyla örtüşmektedir (Consalvo, 2016). Özellikle dijital mağazalar ve mobil platformlarda küçük ölçeklerde görüntülenen afişlerin okunabilir olması açısından bu sade tasarım yaklaşımı önemli avantaj sağlamaktadır.

Death Stranding tanıtım afişi, sinematografik kompozisyon anlayışı, kontrollü negatif alan kullanımı, sembolik tipografisi, düşük doygunluklu renk paleti ve metaforik görsel dili sayesinde çağdaş dijital oyun afişlerinin en başarılı örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Tasarım, oyuncuya doğrudan aksiyon vaat etmek yerine oyunun felsefi yaklaşımını ve duygusal atmosferini görsel göstergeler aracılığıyla aktarmaktadır. Bu yönüyle afiş, yalnızca bir reklam materyali değil; oyunun anlatı dünyasını özetleyen bağımsız bir görsel iletişim ürünü niteliği taşımaktadır (Arnheim, 1974).

3.3. Cyberpunk 2077 Tanıtım Afişinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi

CD Projekt RED tarafından geliştirilen ve 2020 yılında yayımlanan Cyberpunk 2077, siberpunk estetiğini çağdaş oyun teknolojileriyle birleştiren yapıyla dikkat çekmektedir. Oyunun tanıtım afişleri de bu estetik anlayışı yalnızca görsel bir tercih olarak değil, oyunun anlatı evrenini ve ideolojik arka planını

aktaran bütüncül bir iletişim dili olarak kullanmaktadır. Afişlerde benimsenen görsel yaklaşım, neon renk paletleri, yüksek kontrastlı ışık kullanımı, futuristik tipografi ve karakter merkezli kompozisyon anlayışıyla siberpunk türünün temel görsel kodlarını yeniden üretmektedir. Böylece afiş, oyunun geçtiği distopik dünyanın atmosferini daha ilk bakışta oyuncuya aktaran sinematik bir anlatı yüzeyine dönüşmektedir (Wolf, 2012; Consalvo, 2016).

Kompozisyon açısından incelendiğinde afişin en dikkat çekici özelliği, başkarakter V'nin görsel yüzeyin merkezine yerleştirilmiş olmasıdır. Merkezî kompozisyon, karakteri tasarımın baskın öğesi hâline getirirken izleyicinin dikkatini doğrudan karakterin beden duruşuna, yüz ifadesine ve elindeki silaha yönlendirmektedir. Bordwell, Thompson ve Smith (2020), merkezî kadraj kullanımının sinemada karakteri anlatının odak noktası hâline getirdiğini ve izleyicinin karakterle özdeşleşmesini kolaylaştırdığını belirtmektedir. Cyberpunk 2077 afişinde de benzer bir yaklaşım benimsenmiş; karakter, çevresel öğelerden ayırtılarak güçlü bir görsel odak oluşturmuştur (Bordwell vd., 2020).

Karakterin beden dili incelendiğinde ise dik duruş, doğrudan izleyiciye yönelen bakış ve omuz hizasında konumlandırılan silahın güç, kararlılık ve mücadele kavramlarını temsil ettiği görülmektedir. Görsel iletişim tasarımında beden dili, sözel iletişim olmaksızın karaktere ilişkin bilgi aktarımını sağlayan önemli bir anlatı aracıdır. Özellikle aksiyon ve bilim kurgu oyunlarında karakterin duruş biçimi, oyuncunun oyun hakkındaki ilk beklentisini şekillendiren temel göstergeler arasında yer almaktadır (Ambrose & Harris, 2011). Bu bağlamda Cyberpunk 2077 afişindeki karakter sunumu, oyunun çatışma odaklı yapısını destekleyen güçlü bir görsel strateji oluşturmaktadır.

Kompozisyonun ikinci önemli unsuru ise arka planda yer alan Night City silüetidir. Yoğun yapılaşma, dikey mimari organizasyon, reklam panoları ve neon ışıklarla oluşturulan kent dokusu yalnızca çevresel bir fon olarak kullanılmamış; oyunun geçtiği dünyanın toplumsal yapısını temsil eden aktif bir anlatı unsuruna dönüştürülmüştür. Arnheim'e (1974) göre görsel kompozisyonda çevresel öğeler, karakterin psikolojik durumunu destekleyen anlam katmanları oluşturmaktadır. Cyberpunk 2077 afişinde de kent silüeti bireyin teknoloji karşısındaki yalnızlığını ve şirket egemenliğindeki distopik yaşam düzenini görünür kılan bir mekânsal metafor olarak işlev görmektedir (Arnheim, 1974).

Renk kullanımı, afişin en belirgin tasarım özelliklerinden biridir. Tasarımda baskın olarak kullanılan parlak sarı arka plan, mavi ve pembe neon detaylarla desteklenmektedir. Renk psikolojisi açısından sarı; enerji, dikkat ve dinamizmle ilişkilendirilirken, neon mavi ve magenta tonları teknolojik gelecek, dijital-

leşme ve yapay yaşam algısını güçlendirmektedir (Ambrose & Harris, 2011). Siberpunk estetiğinde neon renk paletleri yalnızca görsel çekicilik oluşturmak amacıyla kullanılmamakta; teknolojik ilerleme ile toplumsal çöküş arasındaki paradoksu temsil eden kültürel göstergeler olarak değerlendirilmektedir (Cavallaro, 2000).

Işık kullanımı da afişte sinematik anlatımı güçlendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır. Karakterin ön cepheden aydınlatılması ile arka plandaki yoğun renk kontrastı arasında oluşturulan denge, karakteri mekândan ayırarak üç boyutlu bir derinlik hissi oluşturmaktadır. Bordwell ve arkadaşları (2020), yüksek kontrastlı ışık kullanımının karakteri dramatik anlatının merkezine taşıdığını ve izleyicide gerilim duygusunu artırdığını ifade etmektedir. Cyberpunk 2077 afişinde de ışık, yalnızca görünürlüğü artıran teknik bir araç değil; karakterin güç ve kararlılık imajını pekiştiren sinematografik bir anlatım tekniğidir.

Tipografi açısından değerlendirildiğinde oyunun logosu, siberpunk estetiğini doğrudan yansıtan özgün bir tasarım anlayışına sahiptir. Keskin köşeli harf formları, düzensiz çizgiler ve dijital bozulmayı çağrıştıran tipografik detaylar, oyunun teknolojik atmosferini desteklemektedir. Lupton (2014), tipografinin yalnızca okunabilirliği sağlayan bir unsur olmadığını; aynı zamanda marka kimliğini ve anlatsal atmosferi oluşturan temel tasarım bileşenlerinden biri olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda Cyberpunk 2077 logosu, oyunun görsel kimliğini tek başına temsil edebilecek kadar güçlü bir tasarım dili geliştirmektedir.

Göstergebilim açısından incelendiğinde afişte yer alan her görsel unsur, oyunun distopik anlatısını destekleyen sembolik anlamlar taşımaktadır. Barthes'a (1977) göre görseller, görünen anlamın ötesinde kültürel çağrışımlar üreten göstergeler sistemidir. Bu bağlamda karakterin mekanik implantları yalnızca teknolojik donanımı temsil etmemekte; insan bedeninin metalaşmasını ve biyoteknolojik dönüşümü simgelemektedir. Aynı şekilde arka planda görülen neon reklamlar, şirket logoları ve gökdelenler de kapitalist tüketim kültürünü, sınıfsal eşitsizliği ve bireyin sistem içerisindeki yalnızlığını temsil eden ideolojik göstergeler olarak okunabilir.

Siberpunk estetiğinin temel özelliklerinden biri olan “yüksek teknoloji-düşük yaşam kalitesi” (high-tech, low-life) anlayışı, afiş tasarımında da açık biçimde hissedilmektedir. Gelişmiş teknolojiyle çevrili olmasına rağmen yalnız duran karakter, teknolojik ilerlemenin bireysel mutluluğu garanti etmediği yönündeki siberpunk anlatısının görsel bir özeti niteliğindedir (Cavallaro, 2000). Bu durum, afişin yalnızca oyunu tanıtan bir reklam ürünü olmadığını; aynı zamanda oyunun toplumsal eleştirisini önceden görünür kılan bir iletişim metni

olduğunu göstermektedir.

Görsel iletişim tasarımı açısından değerlendirildiğinde afiş, güçlü kontrast, sınırlı ancak etkili renk paleti, merkezî kompozisyon, okunabilir tipografi ve sembolik görsel kodların dengeli kullanımı sayesinde yüksek bir iletişim başarısı göstermektedir. Özellikle dijital mağazalarda küçük boyutlarda görüntülenmesine rağmen karakter, logo ve renk paleti kolaylıkla ayırt edilebilmektedir. Bu durum, çağdaş dijital pazarlama stratejilerinde önemli bir kriter olan ölçeklenebilir tasarım anlayışını desteklemektedir (Consalvo, 2016).

Sonuç olarak Cyberpunk 2077 tanıtım afişi; kompozisyon, renk dramaturjisi, sinematografik ışık, tipografi ve göstergebilimsel anlatı unsurlarını bütüncül biçimde kullanan başarılı bir görsel iletişim tasarımı örneğidir. Tasarım, oyuncunun dikkatini çekmenin ötesinde oyunun anlatısal evrenini, ideolojik alt metnini ve estetik kimliğini tek bir görsel yüzey üzerinden aktarabilmektedir. Bu yönüyle afiş, çağdaş dijital oyun tanıtım tasarımlarında sinematik estetiğin grafik tasarımıyla nasıl bütünleşebileceğini gösteren önemli örneklerden biri olarak değerlendirilebilir (Arnheim, 1974; Barthes, 1977).

3.4. Alan Wake II Tanıtım Afişinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi

Remedy Entertainment tarafından geliştirilen ve 2023 yılında yayımlanan Alan Wake II, psikolojik korku türünü sinematik anlatım teknikleriyle birleştiren yapısıyla son yılların en dikkat çekici dijital oyunlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Oyunun tanıtım afişleri incelendiğinde, korku türüne özgü görsel kodların yalnızca estetik bir tercih olarak kullanılmadığı; bunun yerine anlatının psikolojik yapısını ve karakterlerin zihinsel çatışmalarını görünür kılan çok katmanlı bir görsel iletişim dili oluşturduğu görülmektedir. Bu yönüyle afiş, oyunun atmosferini yalnızca tanıtan değil, aynı zamanda oyuncunun algısını yönlendiren sinematik bir anlatı yüzeyi işlevi görmektedir (Wolf, 2012).

Alan Wake II afişinin ilk dikkat çeken özelliği, klasik aksiyon oyunlarında görülen dinamik kompozisyon anlayışından uzaklaşarak durağan ancak yüksek dramatik gerilim oluşturan bir sahne düzenlemesini benimsemesidir. Başkarakter Alan Wake'in kadraj içerisinde tek başına konumlandırılması, karakter ile çevre arasında güçlü bir psikolojik ilişki kurulmasını sağlamaktadır. Bordwell, Thompson ve Smith (2020), sinematik kompozisyonda karakterin çevresinden bilinçli biçimde ayrıştırılmasının, izleyicinin karakterin psikolojik durumuna odaklanmasını kolaylaştırdığını ifade etmektedir. Bu doğrultuda afişte karak-

terin merkezi yerleşimi yalnızca görsel denge oluşturmak amacıyla değil; anlatının temel çatışmasını görünür kılmak amacıyla tercih edilmiştir (Bordwell vd., 2020).

Kompozisyonun dikkat çekici diğer unsuru ise negatif alan kullanımının yoğunluğudur. Afiş yüzeyinin önemli bir bölümü karanlık tonlardan oluşmakta ve çevresel ayrıntılar minimum düzeyde tutulmaktadır. Arnheim (1974), boşluk kullanımının görsel algıda aktif rol oynadığını ve nesneler kadar anlam taşıdığını belirtmektedir. Alan Wake II afişinde karanlık alanlar yalnızca estetik bir fon oluşturmamakta; bilinmezlik, korku ve zihinsel belirsizlik duygularını destekleyen anlatsal göstergelere dönüşmektedir. Böylece karakter çevresindeki görünmeyen tehdit, doğrudan gösterilmeden izleyicinin zihninde inşa edilmektedir.

Korku sinemasında yaygın olarak kullanılan düşük anahtar aydınlatma (low-key lighting), oyunun tanıtım afişinde de belirgin biçimde görülmektedir. Karakterin yalnızca belirli bölümlerinin aydınlatılması ve çevrenin büyük ölçüde karanlıkta bırakılması, dramatik gerilim oluşturan temel sinematografik tekniklerden biridir. Bordwell ve arkadaşları (2020), düşük anahtar ışık kullanımının özellikle gerilim ve korku anlatılarında görünmeyi görünenden daha etkili hâle getirdiğini belirtmektedir. Bu nedenle afişte karanlık yalnızca ışığın yokluğu olarak değil, anlatının aktif bir bileşeni olarak kullanılmaktadır (Bordwell vd., 2020).

Renk kullanımı açısından incelendiğinde afişte siyah, koyu gri ve kırmızı tonlarının baskın olduğu görülmektedir. Grafik tasarım literatüründe siyah renk bilinmezlik, ölüm ve tehdit kavramlarıyla ilişkilendirilirken; kırmızı ise şiddet, tehlike ve psikolojik gerilim çağrışımları oluşturmaktadır (Ambrose & Harris, 2011). Alan Wake II afişinde kırmızının kontrollü biçimde kullanılması, karakterin içinde bulunduğu tehlikeyi görünür kılarak aynı zamanda izleyicinin dikkatini belirli odak noktalarına yönlendirmektedir. Özellikle koyu renk paleti içerisinde kullanılan kırmızı vurgu, kompozisyonun dramatik etkisini artırmaktadır.

Korku oyunlarında görsel tasarım, oyuncunun tehdit algısını ve atmosfer deneyimini doğrudan etkileyen temel unsurlardan biridir. Ersan (2023), korku oyunlarında atmosferin oluşturulmasında ışık, gölge, mekân, renk ve karakter tasarımı gibi unsurların birlikte çalıştığını belirtmektedir. Özellikle karanlık ve atmosferik çevrelerin yanı sıra aydınlatma ve gölge kullanımının gerilim ve öngörülemezlik duygusunu güçlendirdiği görülmektedir. Bu nedenle Alan Wake II afişindeki karanlık alanlar ve sınırlı aydınlatma, yalnızca görsel estetik oluşturmak amacıyla değil, korku deneyiminin temel psikolojik koşullarını daha oyun başlamadan önce aktarmak amacıyla da değerlendirilebilir (Ersan, 2023).

Korku deneyiminde görsel uyarıların temel işlevlerinden biri, oyuncuya doğrudan açıklanmayan ancak algısal olarak sezdirilen tehdit alanları oluşturmaktır. Dudek (2021), dijital oyunlarda korku ve kaygı deneyiminin bilişsel uyarılarınla ilişkili olduğunu ve oyunun görsel çevresinin bu duygusal deneyimin oluşmasında önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Alan Wake II afişinde çevrenin büyük bölümünün karanlıkta bırakılması, görünmeyen tehdidin izleyicinin zihninde tamamlanmasına olanak sağlayan bir tasarım stratejisi olarak değerlendirilebilir (Dudek, 2021).

Mekânsal kurgu açısından değerlendirildiğinde afişte orman dokusunun belirleyici bir anlatım unsuru olduğu görülmektedir. Psikolojik korku anlatılarında orman, uzun yıllardır bilinmezlik, kaybolmuşluk ve insanın doğa karşısındaki güçsüzlüğünü temsil eden sembolik bir mekân olarak kullanılmaktadır. Chandler (2017), mekânların yalnızca fiziksel çevreyi temsil etmediğini; kültürel bağlama göre farklı anlamlar üreten göstergeler hâline geldiğini ifade etmektedir. Bu doğrultuda Alan Wake II afişindeki yoğun orman dokusu, karakterin zihinsel karmaşasını ve bilinçaltındaki korkuları temsil eden metaforik bir çevre olarak okunabilir.

Tipografik açıdan değerlendirildiğinde oyunun logosu oldukça sade ancak güçlü bir tasarım anlayışına sahiptir. Serif karakterlerden uzak durularak oluşturulan keskin ve modern yazı karakteri, oyunun çağdaş korku estetiğini desteklemektedir. Lupton (2014), tipografinin yalnızca okunabilirliği sağlamadığını; aynı zamanda tasarımın atmosferini oluşturan önemli bir kimlik bileşeni olduğunu belirtmektedir. Alan Wake II logosu da gereksiz süslemelerden kaçınarak sade ancak tehditkâr bir görsel kimlik oluşturmaktadır.

Göstergebilimsel açıdan bakıldığında afişte kullanılan ışık ve karanlık karşıtlığı, yalnızca estetik bir tercih değildir. Barthes'a (1977) göre görseller, kültürel kodlar aracılığıyla çok katmanlı anlamlar üretmektedir. Bu bağlamda karanlık alanlar bilinmeyi ve bilinçaltını temsil ederken; karakter üzerine düşen sınırlı ışık, gerçeğe ulaşma çabasını ve hayatta kalma mücadelesini simgelemektedir. Benzer şekilde karakterin elinde bulunan el feneri ya da ışık kaynağı, korku anlatılarında sıklıkla kullanılan "umut" ve "hakikati arama" metaforunun görsel karşılığı olarak değerlendirilebilir.

Afişte dikkat çeken bir diğer unsur ise karakter ile çevre arasındaki ölçek ilişkisidir. Karakterin çevresindeki yoğun doğa dokusu içerisinde görece küçük ölekte gösterilmesi, bireyin doğa ve bilinmeyen karşısındaki kırılganlığını görünür kılmaktadır. Arnheim'e (1974) göre ölçek farklılıkları, görsel kompozisyonda güç ilişkilerini ifade eden önemli araçlardan biridir. Bu nedenle ka-

rakterin çevresine göre daha küçük algılanması, fiziksel güçsüzlüğün ötesinde psikolojik baskıyı da temsil etmektedir.

Görsel iletişim tasarımı açısından değerlendirildiğinde afişte bilgi yoğunluğu oldukça düşük tutulmuştur. Karakter, logo ve sınırlı çevresel ayrıntılar dışında izleyicinin dikkatini dağıtacak unsurların kullanılmaması, görsel hiyerarşiyi güçlendirmektedir. Lupton (2014), başarılı tasarımlarda bilgi miktarının azaltılmasının algısal etkiyi artırabileceğini ifade etmektedir. Alan Wake II afişi de minimal bilgi kullanımı sayesinde oyuncunun dikkatini doğrudan atmosfer ve karakter üzerine yoğunlaştırmaktadır.

Alan Wake II tanıtım afişi; düşük anahtar ışık kullanımı, kontrollü renk paleti, negatif alan organizasyonu, psikolojik mekân kurgusu ve sembolik göstergeleri bütüncül biçimde kullanarak korku türünün sinematik estetiğini başarılı şekilde yansıtmaktadır. Tasarım, yalnızca oyunun tanıtımını gerçekleştiren bir reklam yüzeyi değil; karakterin zihinsel çatışmalarını, oyunun atmosferini ve anlatsal gerilimini tek bir kompozisyon içerisinde görünür kılan güçlü bir görsel iletişim ürünü niteliğindedir. Bu yönüyle Alan Wake II afişi, dijital oyun tanıtım tasarımlarında sinematografik anlatımın grafik tasarım ilkeleriyle nasıl bütünleştirilebileceğini gösteren başarılı örneklerden biri olarak değerlendirilebilir (Ambrose & Harris, 2011; Barthes, 1977).

3.5. Silent Hill 2 Remake Tanıtım Afişinin Görsel İletişim Tasarımı Açısından İncelenmesi

Konami tarafından yayımlanan ve Bloober Team tarafından geliştirilen Silent Hill 2 Remake (2024), psikolojik korku türünün en önemli yapımlarından biri olan Silent Hill 2'nin çağdaş grafik teknolojileriyle yeniden yorumlanmış versiyonudur. Oyunun tanıtım afişleri, yalnızca görsel estetik açısından değil, psikolojik korkunun görsel iletişim tasarımı aracılığıyla nasıl aktarılabilirliğini göstermesi bakımından da dikkat çekmektedir. Afişte kullanılan kompozisyon, ışık, renk, tipografi ve sembolik göstergeler, oyunun anlatı yapısını ve karakterlerin psikolojik çatışmalarını tek bir görsel yüzey üzerinden aktaran bütüncül bir iletişim sistemi oluşturmaktadır. Bu yönüyle afiş, korku türünün sinematik anlatım tekniklerini grafik tasarım ilkeleriyle bütünleştiren başarılı örneklerden biri olarak değerlendirilebilir (Wolf, 2012).

Kompozisyon açısından incelendiğinde afişin merkezinde James Sunderland karakterinin yer aldığı görülmektedir. Karakter, izleyiciye doğrudan yönelmek yerine düşünceli ve içe dönük bir beden diliyle sunulmaktadır. Bu

tercih, karakterin fiziksel mücadelesinden çok psikolojik çatışmalarını ön plana çıkarmaktadır. Bordwell, Thompson ve Smith (2020), karakterlerin kadrage içerisindeki duruş biçimlerinin izleyicinin anlatıyı yorumlama sürecini doğrudan etkilediğini belirtmektedir. Silent Hill 2 Remake afişinde de James'in yüz ifadesi, omuzlarının düşük konumu ve çevreyle kurduğu mesafe; suçluluk, pişmanlık ve kayıp duygularını görselleştiren temel anlatım araçları olarak kullanılmaktadır (Bordwell vd., 2020).

Kompozisyonun ikinci dikkat çekici unsuru ise sis kullanımının afişin tamamına hâkim olmasıdır. Sis, Silent Hill serisinin görsel kimliğini oluşturan en güçlü göstergelerden biridir. Ancak bu unsur yalnızca atmosfer oluşturmak amacıyla kullanılmamaktadır. Barthes'a (1977) göre görsellerde kullanılan her unsur, kültürel ve anlatısal anlam katmanları üreten bir gösterge niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda sis, görünmeyeni gizleyen fiziksel bir doğa olayı olmanın ötesinde; karakterin bastırıldığı travmaları, bilinçaltını ve belirsizlik duygusunu temsil eden metaforik bir anlatım aracına dönüşmektedir. Böylece afiş, oyunun psikolojik korku temasını daha ilk bakışta izleyiciye aktarmaktadır.

Korku oyunlarında görsel unsurların birlikte kullanılması, oyuncuda yalnızca korku değil; belirsizlik, kaygı ve psikolojik gerilim gibi daha karmaşık duygusal tepkilerin oluşmasını da sağlayabilmektedir. Si ve Lee (2024), korku oyunlarındaki görsel unsurların duygusal tasarım açısından değerlendirilmesi gerektiğini ve renk, karakter, çevre ve görsel atmosfer gibi bileşenlerin korku deneyiminin oluşturulmasında birlikte rol oynadığını belirtmektedir. Bu bağlamda Silent Hill 2 Remake afişindeki sis, düşük doygunluklu renkler, sınırlı ışık ve karakterin çevre içerisindeki yalnızlığı, tek tek görsel unsurlar olmaktan ziyade bütüncül bir duygusal tasarım sisteminin parçaları olarak değerlendirilebilir (Si & Lee, 2024).

Grafik tasarım açısından değerlendirildiğinde negatif alan kullanımı afişin dramatik etkisini artıran önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Karakter çevresindeki boş alanlar ve yoğun sis dokusu, görsel hiyerarşiyi güçlendirirken aynı zamanda izleyicinin dikkatini doğrudan James Sunderland üzerine yönlendirmektedir. Arnheim (1974), görsel kompozisyonda boşlukların nesneler kadar anlam taşıdığını ve izleyicinin psikolojik algısını şekillendirdiğini ifade etmektedir. Silent Hill 2 Remake afişinde de negatif alan, yalnızlık ve bilinmezlik hissini güçlendiren aktif bir tasarım elemanı olarak kullanılmaktadır.

Renk kullanımı incelendiğinde afişte gri, beyaz, siyah ve düşük doygunluklu kahverengi tonlarının hâkim olduğu görülmektedir. Bu sınırlı renk paleti, psikolojik korku anlatılarında sıkça kullanılan kasvetli atmosferi desteklemek-

tedir. Ambrose ve Harris'e (2011) göre düşük doygunluklu renkler, duygusal yoğunluğu artırırken aynı zamanda gerçeklik algısını belirsizleştiren görsel bir etki oluşturmaktadır. Silent Hill 2 Remake afişinde kullanılan monokromatik renk yaklaşımı da oyuncunun dikkatini aksiyondan çok karakterin ruh hâline yönlendirmektedir.

Işık kullanımı da afişin sinematik yapısını destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Afişte yüksek kontrastlı aydınlatma yerine dağınık ve yumuşak ışık tercih edilmiştir. Sis tabakası içerisinden süzülen düşük yoğunluklu ışık, karakterin çevresini tam olarak görünür kılmamakta ve bilinmezlik hissini güçlendirmektedir. Bordwell ve arkadaşları (2020), korku sinemasında ışığın yalnızca görünürlüğü sağlamak amacıyla değil, görünmeyeni daha etkili kılmak amacıyla kullanıldığını ifade etmektedir. Bu yaklaşım, Silent Hill 2 Remake afişinde de açık biçimde görülmektedir.

Mekânsal organizasyon açısından değerlendirildiğinde karakter ile çevresi arasında kurulan ilişki psikolojik korku anlatısını desteklemektedir. James Sunderland'in arkasında beliren silik kent dokusu, fiziksel mekânın ötesinde karakterin zihinsel dünyasını temsil etmektedir. Chandler (2017), mekânların kültürel bağlama göre sembolik anlamlar taşıyan göstergelere dönüşebileceğini belirtmektedir. Bu doğrultuda Silent Hill kasabası yalnızca oyunun geçtiği yer değil; suçluluk, yas ve bastırılmış travmaların somutlaştığı psikolojik bir mekân olarak okunabilir.

Tipografi açısından değerlendirildiğinde oyunun logosu, serinin klasik kimliğini koruyan sade ve dengeli bir tasarım anlayışına sahiptir. Beyaz renkli serif karakterlerden oluşan logo, sisli arka plan üzerinde yüksek okunabilirlik sağlarken aynı zamanda oyunun melankolik atmosferini desteklemektedir. Lupton (2014), tipografinin görsel kimliğin ayrılmaz bir parçası olduğunu ve yazı karakterlerinin tasarımın duygusal tonunu doğrudan etkilediğini belirtmektedir. Silent Hill 2 Remake logosunda kullanılan sade tipografi, oyunun gösterişli bir aksiyon deneyimi yerine psikolojik gerilim üzerine kurulu yapısını görsel olarak yansıtmaktadır.

Göstergebilim açısından incelendiğinde afişte kullanılan tüm görsel kodlar birlikte anlam üretmektedir. James Sunderland'in yalnız duruşu, sis, boş sokaklar ve sınırlı ışık kullanımı; kayıp, pişmanlık, suçluluk ve yüzleşme kavramlarını temsil eden göstergeler olarak okunabilir. Barthes'in (1977) düz anlam (denotation) ve yan anlam (connotation) ayrımı dikkate alındığında, afişte görülen fiziksel çevre yalnızca terk edilmiş bir kasabayı göstermemekte; aynı zamanda karakterin zihinsel çözülmesini ve travmatik geçmişini sembolik olarak görü-

nür kılmaktadır.

Görsel iletişim tasarımı açısından değerlendirildiğinde afişte bilgi yoğunluğunun bilinçli olarak düşük tutulduğu görülmektedir. Tasarımda karakter, logo ve atmosfer dışında dikkat dağıtıcı herhangi bir unsur bulunmamaktadır. Bu yaklaşım, korku türünde merak duygusunu artıran önemli tasarım stratejilerinden biridir. İzleyiciye doğrudan açıklama yapmak yerine eksik bilgi sunulması, oyunun gizemini korurken oyuncunun bilişsel katılımını da artırmaktadır (Lupton, 2014).

Afiş aynı zamanda sinema estetiğiyle güçlü benzerlikler taşımaktadır. Karakterin merkezi konumu, düşük anahtar ışık kullanımı, sisin derinlik oluşturacak biçimde katmanlandırılması ve sınırlı renk paleti, psikolojik korku sinemasında sıklıkla kullanılan görsel anlatım tekniklerini çağrıştırmaktadır. Bu durum, dijital oyun tanıtım afişlerinin günümüzde yalnızca pazarlama materyali olarak değil, sinematografik anlatının uzantısı olarak tasarlandığını göstermektedir (Bordwell vd., 2020).

Sonuç olarak Silent Hill 2 Remake tanıtım afişi; kompozisyon, atmosfer, negatif alan, ışık, renk dramaturjisi, tipografi ve göstergebilimsel anlatım unsurlarını başarılı biçimde bütünleştiren güçlü bir görsel iletişim tasarımı örneğidir. Tasarım, oyunun psikolojik korku anlatısını tek bir görsel kompozisyon aracılığıyla aktarabilmekte; izleyicide merak, belirsizlik ve duygusal gerilim oluşturarak oyunun anlatısal evrenine ilişkin ilk deneyimi daha oyun başlamadan önce sunmaktadır. Bu yönüyle afiş, çağdaş dijital oyun tanıtım tasarımlarında sinematik estetiğin grafik tasarım ilkeleriyle bütünleştiği en başarılı örneklerden biri olarak değerlendirilebilir (Ambrose & Harris, 2011).

SONUÇ

Araştırmanın temel amacı, dijital oyun tanıtım afişlerinde kullanılan sinematik tasarım yaklaşımlarını görsel iletişim tasarımı perspektifinden incelemek ve bu yaklaşımların oyuncuya aktarılan anlam üretim süreçlerine olan katkısını değerlendirmektir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen inceleme sonucunda, oyun afişlerinin yalnızca oyunun karakterlerini veya mekânlarını tanıtan reklam materyalleri olmadığı; aksine oyunun anlatısal evrenini, dramatik yapısını, duygusal atmosferini ve ideolojik arka planını tek bir görsel kompozisyon içerisinde aktarabilen çok katmanlı iletişim ürünleri olduğu görülmüştür. Özellikle sinema sanatından ödünç alınan kompozisyon, ışık, renk dramaturjisi, kamera bakış açısını çağrıştıran kadraj düzenlemeleri ve tipografik kimlik tasarımı gibi

unsurlar, oyun afişlerinin anlatı gücünü önemli ölçüde artırmaktadır (Lupton, 2014).

Araştırma kapsamında analiz edilen afişler arasında farklı estetik yaklaşımlar benimsenmiş olsa da ortak birtakım tasarım stratejilerinin bulunduğu belirlenmiştir. Bunların başında güçlü görsel hiyerarşi oluşturulması gelmektedir. İncelenen tüm afişlerde izleyicinin dikkatini ilk anda belirli odak noktalarına yönlendiren kompozisyon kurguları tercih edilmiş; karakter yerleşimi, negatif alan kullanımı ve ışık düzenlemeleri bu doğrultuda planlanmıştır. Böylece afişler, izleyicinin görsel algısını kontrollü biçimde yönlendirebilen ve mesajın kısa sürede okunmasını sağlayan etkili iletişim araçlarına dönüşmektedir. Arnheim'in (1974) görsel algı kuramında vurguladığı gibi kompozisyon yalnızca estetik düzenleme değil, anlam üretimini belirleyen temel tasarım mekanizmalarından biridir. Bu araştırmanın bulguları da dijital oyun afişlerinde kompozisyonun anlatsal işlev üstlendiğini doğrulamaktadır.

Araştırmanın önemli bulgularından biri de renk kullanımının yalnızca estetik bir tercih olmadığıdır. İncelenen afişlerde renk, atmosfer oluşturma ve oyunun türünü, duygusal tonunu ve anlatı yapısını önceden aktaran psikolojik bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. *The Last of Us Part II* ve *Silent Hill 2 Remake* gibi yapımlarda düşük doygunluklu ve monokromatik renk paletleri melankoli, yalnızlık ve travma duygularını desteklerken; *Cyberpunk 2077* afişinde kullanılan yüksek kontrastlı neon renkler teknolojik distopyayı ve siberpunk estetiğini görünür kılmaktadır. Benzer biçimde *Death Stranding* afişindeki gri ve mavi tonlar yalnızlık ile belirsizlik hissini güçlendirirken, *Alan Wake II* afişindeki siyah ve kırmızı dengesi psikolojik gerilim atmosferini pekiştirmektedir. Dolayısıyla renk, oyun afişlerinde yalnızca görsel çekiciliği artıran bir unsur değil; anlatının temel taşıyıcılarından biri olarak değerlendirilmektedir (Ambrose & Harris, 2011).

Çalışmada sinematik ışık kullanımının da dijital oyun afişlerinin anlatım gücünü belirleyen temel unsurlardan biri olduğu görülmüştür. Özellikle düşük anahtar aydınlatma (low-key lighting), dramatik kontrastlar, atmosferik sis kullanımı ve karakter odaklı ışık düzenlemeleri, korku ve dramatik anlatılarda sinema estetiğinin doğrudan grafik tasarım yüzeyine aktarıldığını göstermektedir. Sinemada dramatik anlatının kurulmasında önemli rol oynayan ışık tasarımı, oyun afişlerinde de izleyicinin duygusal algısını yönlendiren temel araçlardan biri hâline gelmiştir. Böylece afişler, yalnızca bilgi veren statik görseller olmaktan çıkıp sinematografik anlatının ilk sahnesi niteliğini kazanmaktadır (Bordwell vd., 2020).

Tipografinin de araştırma kapsamında incelenen tüm afişlerde marka kimliği oluşturmaın ötesinde anlatıyı destekleyen görsel bir unsur olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Death Stranding logosunda görülen aşağı doğru uzanan çizgiler oyunun “bağ” temasını temsil ederken, Cyberpunk 2077 logosundaki dijital bozulma etkileri teknolojik dünyanın estetik kimliğini yansıtmaktadır. Benzer şekilde Silent Hill 2 Remake ve Alan Wake II logolarında tercih edilen sade tipografik anlayış, psikolojik korku atmosferiyle uyumlu bir görsel kimlik oluşturmaktadır. Bu bulgu, Lupton’un (2014) tipografinin yalnızca okunabilir metin üretmediği; aynı zamanda anlam ve kimlik inşa ettiği yönündeki görüşünü desteklemektedir.

Göstergebilimsel çözümleme sonucunda ise afişlerde kullanılan karakterler, mekânlar, nesneler, renkler ve ışık düzenlemelerinin yalnızca fiziksel varlıklar olarak değil; oyunun anlatısını destekleyen çok katmanlı göstergeler sistemi içerisinde anlam kazandığı belirlenmiştir. Özellikle yalnız karakter figürleri, sis, boş mekânlar, yıkılmış kent dokuları, neon ışıklar, negatif alanlar ve sembolik nesneler, oyunların temel temalarını önceden görünür kılan anlatısal kodlar olarak işlev görmektedir. Barthes’ın (1977) göstergebilim yaklaşımı doğrultusunda değerlendirildiğinde bu göstergeler, yalnızca görünen anlamları değil; kültürel, psikolojik ve ideolojik çağrışımları da izleyiciye aktarmaktadır. Dolayısıyla oyun afişleri, yalnızca görsel kompozisyonlar değil; çok katmanlı anlam üretim sistemleri olarak değerlendirilmelidir.

Araştırma bulguları, dijital oyun tanıtım afişlerinin sinema estetiğinden giderek daha fazla yararlandığını ve grafik tasarım disiplininin yalnızca biçimsel ilkeleriyle sınırlı kalmadığını göstermektedir. Günümüzde dijital oyun sektörü, sinema, grafik tasarım, fotoğraf, dijital sanat ve görsel iletişim tasarımını bütüncül biçimde bir araya getiren disiplinlerarası bir üretim alanına dönüşmüştür. Bu durum, afiş tasarımlarının da yalnızca reklam odaklı çalışmalar değil; görsel hikâye anlatıcılığının önemli araçları hâline gelmesini sağlamaktadır. Özellikle dijital mağazalar, sosyal medya platformları ve çevrim içi pazarlama kanallarında afişlerin ilk temas noktası olması, bu görsellerin iletişim gücünü daha da önemli hâle getirmektedir.

Bu çalışma, dijital oyun tanıtım afişlerini sinematografik tasarım yaklaşımları ve görsel iletişim tasarımı perspektifinden birlikte ele alması bakımından literatüre katkı sağlamaktadır. Türkiye’de dijital oyun afişlerine yönelik akademik çalışmaların sınırlı olduğu dikkate alındığında, araştırmanın grafik tasarım, görsel iletişim, oyun çalışmaları ve dijital medya alanlarında gerçekleştirilecek yeni araştırmalar için kuramsal bir çerçeve sunacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte çalışma, yalnızca belirli türlerdeki yüksek bütçeli oyunlarla sınırlandı-

rılmıştır. Gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalarda bağımsız oyunlar, mobil oyunlar, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamalarına yönelik tanıtım tasarımları ya da yapay zekâ destekli afiş üretim süreçleri de benzer yöntemlerle incelenebilir. Ayrıca kullanıcı algısını ölçmeye yönelik deneysel çalışmalar ve göz izleme (eye-tracking) teknikleriyle desteklenen araştırmalar, oyun afişlerinin görsel iletişim başarısının daha nesnel biçimde değerlendirilmesine katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak dijital oyun tanıtım afişleri, çağdaş görsel iletişim tasarımının en kapsamlı uygulama alanlarından biri hâline gelmiştir. Sinematografik anlatım teknikleriyle desteklenen kompozisyon, renk, ışık, tipografi ve göstergebilimsel tasarım stratejileri sayesinde bu afişler, yalnızca bir oyunun pazarlanmasını sağlayan reklam materyalleri olmaktan çıkmakta; oyunun atmosferini, anlatısını ve kimliğini tek bir görsel yüzey üzerinden aktarabilen bağımsız iletişim ürünlerine dönüşmektedir. Bu doğrultuda dijital oyun afişleri, grafik tasarım ile sinema estetiğinin kesişim noktasında yer alan disiplinlerarası bir tasarım pratiği olarak değerlendirilmeli ve gelecekte görsel iletişim tasarımı araştırmalarında daha kapsamlı biçimde ele alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *The fundamentals of graphic design*. Bloomsbury Publishing.
- Arnheim, R. (1974). *Art and visual perception: A psychology of the creative eye*. University of California Press.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Fontana Press. (S. Heath, Trans.; Orijinal versiyon 1964 yayımlanmıştır).
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2020). *Film art: An introduction* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Cavallaro, D. (2000). *Cyberpunk and cyberculture: Science fiction and the work of William Gibson*. Athlone Press.
- Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics*. Routledge.
- Consalvo, M. (2016). *Atari to Zelda: Japan's videogames in global contexts*. The MIT Press.
- Dudek, B. (2021). "A sense of fear and anxiety in digital games: An analysis of cognitive stimuli in *Slender*, *The Eight Pages*." *Game Studies*, 21(2).
- Ersan, S. (2023). *Korku yaratmak: Korku oyunlarında kullanılan tasarım unsurları üze-*

- rine bir inceleme [Yüksek Lisans tezi]. TOBB University of Economics and Technology, Institute of Social Sciences.
- Froehlich, C. J. (2023). *Playing with cinema: The development of audio-visual style in video games*. University of Chicago.
- Girina, I. (2015). *Cinematic games: The aesthetic influence of cinema on video games*. University of Warwick.
- Jenkins, H. (2004). "Game design as narrative architecture." In N. Wardrip-Fruin & P. Harrigan (Eds.), *First person: New media as story, performance, and game* (ss. 118-130). The MIT Press.
- Kirkpatrick, G. (2011). *Aesthetic theory and the video game*. Manchester University Press.
- Lupton, E. (2014). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students*. Princeton Architectural Press.
- Newman, J. (2013). *Videogames* (2. baskı). Routledge.
- Pupáková, K. (2025). "Transformations in the visual presentation of Czech games: The evolution of game box art from 1989 to 2010." *Acta Ludologica*, 8(1), 118–136. doi:10.34135/actaludologica.2025-8-1.118-136.
- Si, X., & Lee, J. (2024). "Research on the emotional design of visual elements in horror games: Taking Chinese horror game Fireworks as an example." *The Korean Journal of Animation*, 20(2), 174-193. doi:10.51467/ASKO.2024.06.20.2.174.
- Şimşek, O. H. (2025). "Semiotic Analysis of Fallout Video Games Posters." *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 35, 1-24. doi:10.18603/sanatvetasarim.1506110.
- Valentowitsch, J. (2024). "Does sex sell? Gender representation, sexualization, and violence on video game covers and their impact on sales." *Journal of Business Strategies*, 41(1), 27-42. doi:10.54155/jbs.41.1.27-42.
- Vollans, E. (2025). "From movie-style marketing to business as usual: The use of cinema(tic) in games promotion 1990-1999." *Convergence*. doi:10.1177/13548565251404973.
- Wolf, M. J. P. (Ed.). (2012). *Encyclopedia of video games: The culture, technology, and art of gaming*. Greenwood.
- Wright, E. (2017). "Marketing authenticity: Rockstar Games and the use of cinema in video game promotion." *Kinephanos*, 7(1), 131–164.

10. BÖLÜM

DİJİTAL OYUNLARDA TARİHSEL TEMSİLİN MEKÂNSAL VE KÜLTÜREL ANALİZİ: ASSASSIN’S CREED: REVELATIONS ÖRNEĞİNDE 16. YÜZYIL İSTANBUL’U

Öğr. Gör. Soner SAN

Topkapı Üniversitesi,

Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

sonersan@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5553-477X>

Doç. Dr. Selin SÜAR

İstanbul Aydın Üniversitesi

Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

selin.suar@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7928-8948>

GİRİŞ

16. yüzyıl İstanbulu, Osmanlı İmparatorluğu’nun siyasi, askerî ve kültürel hegemonyasının zirvesine ulaştığı “Klasik Çağ”ın mekânsal izdüşümüdür. Bu dönemde şehir, sadece bir payitaht (başkent) değil, aynı zamanda İslam dünyasının liderliğini temsil eden sembolik bir merkez olarak yeniden kurgulanmıştır. Mimari faaliyetler, bu sembolik inşanın en somut aracı haline gelmiş; bilhassa Mimar Sinan ve Hassa Mimarlar Ocağı’nın dehasıyla İstanbul’un silueti kalıcı bir dönüşüm geçirmiştir (Necipoğlu, 2007). Şehrin çok katmanlı morfolojisi, birbirini ardına eklenen anıtsal yapılarla Bizans ve Osmanlı medeniyetlerinin fiziki diyalogunu yansıtmaktadır.

Günümüzde, bu görkemli tarihsel dönemin mekânsal rekonstrüksiyonu, modern kitle iletişim araçlarının en etkililerinden biri olan video oyunları aracılığıyla yapılmaktadır. Ubisoft tarafından 2011 yılında piyasaya sürülen *Assassin's Creed: Revelations*, 1511-1512 yılları İstanbul'unu dijital bir formda yeniden inşa ederek milyonlarca oyuncuya interaktif bir tarihsel deneyim sunmuştur (Ritman, 2011). Dijital oyun endüstrisinin bu tür tarihsel rekonstrüksiyonları, akademik literatürde “sanal alanda mimarlık tarihi” veya medya arkeolojisi bağlamında incelenmeye başlanmıştır (Buluç, 2022). Ancak söz konusu oyun ortamlarının, geçmişi ne ölçüde aslına uygun modellediği ve hangi kurgusal zorunluluklarla tarihi manipüle ettiği kritik bir tartışma konusudur.

Yüzyıl başlarındaki İstanbul, aynı zamanda 1509 yılında meydana gelen ve “Küçük Kıyamet” (*Kıyamet-i Suğra*) olarak adlandırılan yıkıcı depremin izlerini taşımaktadır (Ambraseys & Finkel, 1990). Şehrin savunma, din ve iktidar odakları olan Galata Kulesi, Ayasofya ve Topkapı Sarayı gibi anıtsal yapılar hem bu sismik felaketten etkilenmiş hem de tarihsel süreçte çeşitli morfolojik değişikliklere uğramıştır. Bu araştırmanın temel problemi, *Assassin's Creed: Revelations* oyununda sunulan 16. yüzyıl İstanbul mimarisinin ve kentsel dokusunun, tarihsel gerçekliklerle ne oranda örtüştüğünü saptamaktır. Çalışmanın hipotezi; oyunun mekânsal tasarımı yüksek bir görsel kalite sunmasına karşın, küresel oyuncu kitlesinin hafızasındaki «ikonik Doğu» beklentisini karşılamak ve oynanabilirliği (*gameplay*) artırmak maksadıyla bilinçli anakronizmlere¹, topografik manipülasyonlara ve Oryantalist filtrelelere başvurduğu yönündedir.

1. YÖNTEM

1.1. Örneklem

Bu araştırmanın örneklemine, *Assassin's Creed: Revelations* (2011) adlı video oyununda kurgulanan 16. yüzyıl başı (1511-1512) İstanbul dijital haritası ve bu harita içerisinde yer alan Ayasofya, Galata Kulesi ile çevresel kentsel doku (Pera/Galata bölgesi) oluşturmaktadır.

¹ **Anakronizm:** kişi, nesne, olay veya düşüncelerin ait oldukları tarihsel dönemin dışına çıkarılarak, kronolojik olarak yanlış bir zaman dilimine yerleştirilmesidir. (Kaynak: TDK, 2026)

1.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama araçları olarak iki ana kaynak grubu kullanılmıştır. Birinci grup, dijital oyunun kendisinden alınan mekânsal veriler, ekran görüntüleri ve geliştirici (Ubisoft) röportajlarıdır. İkinci grup ise, 16. yüzyıl İstanbulu'nun tarihsel gerçekliğini yansıtan birincil ve ikincil kaynaklardır. Bu bağlamda, Matrakçı Nasuh'un *Beyân-ı Menâzil-i Sefer-i Irâkeyn* adlı eserindeki İstanbul ve Galata minyatürleri (Selvi & Keskin, 2017) ile sismik tarih verileri (Ambraseys & Finkel, 1990) ve dönemin mimari evrimini açıklayan akademik yayınlar referans noktası (ground truth) olarak kullanılmıştır.

1.3. İşlem

Araştırma, nitel bir karşılaştırmalı görsel ve mekânsal analiz (visual forensic analysis) desenine dayanmaktadır. Çalışmada herhangi bir kullanıcı deneyi veya anketi uygulanmamıştır. Veri analizi aşamasında, ilk olarak oyun içerisinde kurgulanan Ayasofya ve Galata Kulesi'nin mimari detayları, minare sayıları, topografik konumlandırmaları ve çevresel dokuları tespit edilmiştir. Daha sonra bu bulgular, dönemin mimari kayıtları, 1509 depreminin yapısal hasar raporları ve 16. yüzyıl minyatürlerindeki topografik izdüşümler ile sistematik olarak karşılaştırılarak sapmalar sınıflandırılmıştır.

2. BULGULAR

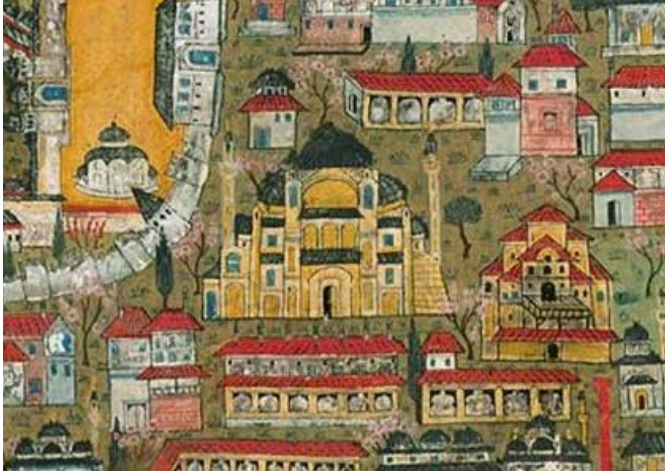
Oyun ortamı ile tarihsel kaynakların karşılaştırmalı analizi sonucunda, mimari, topografik ve estetik/kültürel boyutlarda üç ana bulgu grubuna ulaşılmıştır.

İlk olarak, Ayasofya'nın oyundaki temsili incelendiğinde, yapının 1511 yılında dört minareli olarak tasarlandığı görülmüştür (Ritman, 2011). Ancak tarihsel verilere göre, Ayasofya fetihten sonra Fatih Sultan Mehmed döneminde inşa edilen tek bir ahşap minareye sahipti ve bu minare 1509 "Küçük Kıyamet" depreminde ağır hasar görerek yıkılmıştı (Ambraseys & Finkel, 1990). Yapının bugünkü dört minareli haline kavuşması, II. Selim ve III. Murad dönemlerinde Mimar Sinan'ın müdahaleleriyle (bkz. Tablo 1), yani oyunun geçtiği tarihten on yıllar sonra gerçekleşmiştir. Geliştiriciler, Ayasofya'nın dört minareli halinin dünya çapında daha tanınabilir (ikonik) olduğunu ifade ederek tarihi kasıtlı olarak birkaç on yıl esnettiklerini belirtmişlerdir (Ritman, 2011).

Tablo 1



Görsel 1. Ubisoft'un kendi resmi web sitesinde yayınladığı oyundan sahneler içeren tanıtım sayfasından alınan 16.yy Ayasofya tasviri (modellemesi).



Görsel 2. Matrakçı Nasuh (1509 “Küçük Kıyamet” depremi sonrası, 16.yy) Ayasofya’yı iki minareli olarak resmetmiştir.

İkinci olarak, Galata Kulesi ve çevresinin topografik analizi yapılmıştır. Oyunda kule, dikey tırmanma (*verticality*) açısından doğru ölçeklendirilmiş ve 16. yüzyıldaki sivri konik çatısıyla (külâh) resmedilmiştir. Ancak Galata bölgesinin gerçekte sahip olduğu engebeli ve dik yokuşlu topografik yapısı, oyunda oyun içi navigasyonu kolaylaştırmak amacıyla büyük ölçüde düzleştirilmiştir. Ayrıca, oyun mekaniklerini zenginleştirmek için Galata Kulesi'nin altına ger-

çekte var olmayan geniş mağara ve yeraltı nehirleri eklenmiştir. Tarihsel adlandırma bağlamında ise kulenin o dönemki asıl adının “Kutsal Haç Kulesi” (*Turris Sancte Crucis*) olduğu (Sağlam, 2020), ancak Batı ve dijital kültürde genellikle “İsa Kulesi” (*Christea Turris*) gibi bir adlandırma karmaşası yaratıldığı tarihsel kayıtlardan saptanmıştır. Diğer bir fark ise, yerleşim alanı ve kentleşme üzerinde görülüyor. Oyunda Galata bölgesini (şehir) kırsaldan ayıran surların resmedilmiş olmasına rağmen, kent mimarisinin surlar dışında da devam ettiği gözlemlenmektedir (bkz. Tablo 2).

Tablo 2.



Görsel 3. *Assassin's Creed: Revelations* oyunu içinden bir ekran görüntüsü.



Görsel 4. Matrakçı Nasuh 16.yy Galata bölgesi betimlemesi.

Üçüncü olarak, şehrin genel çevresel dokusunda ve estetik sunumunda ciddi renk paleti ve flora manipülasyonları tespit edilmiştir. İstanbul, bitki örtüsü ve ışığı bakımından yeşil ve mavinin hâkim olduğu ılıman bir iklime sahipken; oyunda kahverengi ve sarı tonların (sepya) hâkim olduğu, sokaklarında hurma (palmiye) ağaçlarının ve yer yer kum fırtınalarının görüldüğü bir çöl/Ortadoğu şehri atmosferi kullanılmıştır (Ahmed, 2022). Karakterler ve kentsel figürlerin (NPC) tasarımlarında da Osmanlı kimliğinden ziyade jenerik bir «Doğu» kıyafeti tarzı uygulanmıştır. Ayrıca oyunda saray dışındaki halk tasvirlerinin sıklıkla hilat² (kaftan) giydiği gözlemlenmektedir. Halbuki dönemin kaynaklarına göre hilat yalnızca vezir (başbakan), paşa (üst düzey bürokrat), ağa (saray çalışanı) vb. gibi yüksek statüye sahip soylular tarafından giyilen nadir ve kıymetli bir kıyafetti (bkz. Tablo 3). Buna ek olarak tasvir edilen şehir hayatı içinde kızıl haç sembolü kıyafetleri ile tanınan (haçlı ordusuna mensup) tapınak şövalyelerinin gezindiği de görünmekte. Bu yine dönemin kaynakları ile kesin bir zıtlık içeriyor.

Tablo 3.



Görsel 5. *Assassin's Creed: Revelations* oyunu içinden bir ekran görüntüsü.

2 **Hilat:** Osmanlı ve diğer Türk-İslam devletlerinde padişah veya yüksek dereceli devlet adamlarının, onurlandırmak, ödüllendirmek ya da meşruiyeti simgelemek amacıyla bir kişiye hediye edip giydirdiği değerli, süslü ve genellikle kürklü kaftandır (Kaynak: TDK, 2026).



Görsel 6. Giovanni ou Jean Brindesi'nin, Padişah ve Vezirlerine ait temsili görsel çizimi.

3. TARTIŞMA

Bu araştırmadan elde edilen bulgular, dijital oyun ortamlarında kurgulanan tarihsel mekânların, akademik ve tarihsel doğruluktan (authenticity) ziyade “ikonik tanınabilirlik” ve “oynanabilirlik” (*gameplay*) kaygıları etrafında şekillendiğini açıkça ortaya koymaktadır. Dijital oyun endüstrisinin tarihsel mekânları yeniden üretirken başvurduğu bu kurgusal esneklik, *Assassin's Creed: Revelations* örneğinde mimari, topografik ve kültürel boyutlarda belirgin sapmalara yol açmıştır.

Mimari temsildeki en bariz anakronizm Ayasofya örneğinde görülmektedir. Oyunun geçtiği 1511 yılında Ayasofya'nın yalnızca bir veya iki minaresi varken (ve 1509 depreminin yıkıcı etkileri sürerken), yapının oyunda bugünkü dört minareli hâliyle sunulması, dünya çapındaki “ikonik” imajı oyuncuya sunma gayretinin bir sonucudur. Geliştiricilerin tarihsel kronolojiyi birkaç on yıl esneterek Mimar Sinan'ın sonraki dönem eklemelerini oyuna dâhil etmeleri, tarihsel bir hatadan ziyade, açık dünya tasarımlarında oyuncunun yön bulmasını (navigasyon) kolaylaştıracak dikey referans noktaları yaratma amacı taşımaktadır.

Topografik manipülasyonlar ve isimlendirme hataları ise Pera (Galata) bölgesi ve Galata Kulesi üzerinden okunabilmektedir. Oyunda Galata Kulesi'nin

vertikalitesi (dikey tırmanma mekaniği) ve 16. yüzyıl külah mimarisi görsel olarak tatmin edici olsa da, kulenin oturduğu topografya oyun içi serbest koşu (parkour) mekaniklerini aksatmamak adına büyük ölçüde düzleştirilmiştir. Tarihsel kaynaklarda Galata bölgesinin son derece dik ve engebeli bir yapıya sahip olduğu bilinmektedir. Ayrıca, literatürdeki yaygın hataların dijital ortama taşınması bağlamında, Ceneviz döneminde asıl adı “Kutsal Haç Kulesi” (Turris Sancte Crucis) olan yapının, Batı historiografyasındaki yanlışlarla “İsa Kulesi” (Christea Turris) olarak popülerleşmesi, oyunun tarihsel arka planında da sorgulanmadan yeniden üretilen bir başka bilgi sorunudur (Sağlam, 2020).

Çalışmanın en dikkat çekici bulgularından biri, kentin estetik sunumunda benimsenen ve tarihsel gerçeklikten tamamen kopuk olan «Oryantalist» yaklaşımıdır. İstanbul, Akdeniz/Marmara iklimine sahip, bitki örtüsü açısından yeşil ve mavinin hâkim olduğu bir kent olmasına rağmen, oyun dünyası sarı ve sepya filtrelerle kaplı, sokaklarında palmiye/hurma ağaçlarının ve kum fırtınalarının yer aldığı kurgusal bir Orta Doğu-çöl şehri gibi karikatürize edilmiştir (Ahmed, 2022). Kültürel bağlamda ise, İtalyan karakter Ezio'nun İstanbul'a gelip yerel suikastçıların (örneğin Yusuf Tazim) önüne geçerek şehrin ve hatta Osmanlı hanedanının kaderini tayin etmesi, akademik yazında sıklıkla eleştirilen “Beyaz Kurtarıcı” (*White Savior*)³ kompleksinin dijital bir yansımasıdır (Ahmed, 2022). Bu durum, oyun endüstrisinin mekânsal rekonstrüksiyonda teknolojik açıdan çok ileri seviyede olmasına karşın, Doğu'ya dair sosyo-kültürel bağlamda hala kolonyal/oryantalist stereotiplerin esiri olduğunu göstermektedir.

Oyunun sunduğu bu kurgusal “Doğu” imajını bilimsel olarak çürüten en güçlü birincil görsel kanıtlar, Matrakçı Nasuh'un 16. yüzyıl başlarına tarihlenen *Beyân-ı Menâzil-i Sefer-i Irâkeyn* adlı eserindeki İstanbul ve Galata minyatürleridir. Nasuh'un minyatürleri, dönemin mimari formlarını, flora çeşitliliğini ve yerleşim dokusunu topoğrafik bir harita doğruluğunda belgelemektedir (Selvi & Keskin, 2017). Matrakçı Nasuh, İstanbul'un yeşil bitki örtüsünü (serviler, meyve ağaçları) ve yapıların birbirlerine göre topolojik hiyerarşisini büyük bir titizlikle resmederek adeta dönemin görsel bir belgeselini ortaya koymuştur (Polat, 2025). Oyundaki sarı filtreli çölleştirilmiş İstanbul ile Matrakçı'nın yeşil ve topoğrafik olarak eğimli İstanbul tasvirlerinin karşılaştırılması, popüler kurgu ile tarihsel gerçeklik (*ground truth*) arasındaki ontolojik farkı net bir şekilde kanıtlamaktadır.

3 **Beyaz kurtarıcı:** (veya beyaz kurtarıcı kompleksi), genellikle Batı veya Küresel Kuzey kökenli beyaz bireylerin, beyaz olmayan toplulukları veya yardıma muhtaç kişileri dışarıdan bir müdahale ile “kurtaran” kahraman rolünü üstlendiği sosyokültürel bir kavramdır. (Kaynak: TDK, 2026)

SONUÇ

Günümüzde video oyunları, modern mimarlık tarihinin sanal alanda yeniden deneyimlendiği güçlü birer medya arkeolojisi aracı olarak karşımıza çıkmaktadır (Buluç, 2022). *Assassin's Creed: Revelations*, 16. yüzyıl İstanbul'unun mimari atmosferini ve kentsel dokusunu milyonlarca kullanıcıya ulaştırmada çok etkili bir "buluşsal araç" (*heuristic tool*) işlevi görmüş; oyunculara tarihsel bir metropolde üç boyutlu bir deneyim sunmuştur. Ancak bu çalışmanın bulguları, söz konusu dijital rekonstrüksiyonun tarihsel bir belge niteliği taşımadığını; aksine, Batı merkezli tasarım kaygıları ve oyun mekanikleri uğruna tarihsel gerçekliğin ciddi şekilde manipüle edildiğini göstermektedir.

Ayasofya'daki minare anakronizmi, Galata topografyasının oyun içi hareketlilik adına düzleştirilmesi, kültür ve statü göstergesi kıyafetlerin hatalı kullanımı ve belki de en önemlisi şehrin Oryantalist bir bakış açısıyla sepya tonlarına, palmyelere ve "çölleşmiş" bir atmosfere büründürülmesi, dijital oyunlarda mekânın aslına uygunluğunu tartışmalı hâle getirmektedir. İtalyan bir karakterin yerel figürleri arka planda bırakarak olayların merkezine yerleşmesi ise, mimari çarpıtmaların sosyo-kültürel düzlemdeki ideolojik karşılığı olarak "Beyaz Kurtarıcı" anlatısını pekiştirmektedir.

Bütün bu tarihsel sapmaların tespiti, ancak Matrakçı Nasuh'un minyatürleri gibi dönemin ruhunu, gerçek coğrafyasını ve belgesel niteliğini yansıtan birincil kaynakların sürece dâhil edilmesiyle mümkün olabilmektedir. Çalışma, dijital oyunların geçmişi kurgularken akademik gerçekleri modern tüketim alışkanlıklarına feda edebileceği sonucuna varmaktadır. Gelecekte yapılacak olan dijital beşeri bilimler (*digital humanities*) araştırmaları, bu tür popüler oyun kurguları yerine; kanıta dayalı, arkeolojik verilerle spekülasyon verileri ayıran, şehrin kültür ve yaşam tarzını daha objektif yansıtan, tarafsız bir derinliğe sahip 3D modelleme teknikleriyle 16. yüzyıl İstanbul'unun kentsel morfolojisini daha bilimsel bir zeminde yeniden inşa etmeye odaklanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ahmed, S. (2022). A white savior almost lost in the inviting scenery. *Unwinnable*. <https://unwinnable.com/2022/08/22/a-white-savior-almost-lost-in-the-inviting-scenery/>
- Ambraseys, N. N., & Finkel, C. F. (1990). The Marmara Sea earthquake of 1509. *Terra Nova*, 2(2), 167-174.

- Buluç, C. (2022). *Architectural history in virtual space: A look into modern video games* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Necipoğlu, G. (2007). *15. ve 16. yüzyılda Topkapı Sarayı: Mimari, tören ve iktidar* (R. Sezer, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Ritman, A. (2011). Assassin's Creed: Revelations is historically impressive. *The National*. <https://www.thenationalnews.com/arts/assassin-s-creed-revelations-is-historically-impressive-1.444681>
- Sağlam, H. S. (2020). Galata Kulesi'nin Ceneviz dönemine yönelik bir yeniden değerlendirme. *Yıllık: Annual of Istanbul Studies*, 2, 53–80.
- Selvi, H. Z., & Keskin, G. B. (2017). Matrakçı Nasuh'un Galata ve İstanbul minyatürlerinin harita tekniği açısından incelenmesi. *İstem*, 15(29), 25-39.
- Ubisoft. (2011). *Assassin's Creed: Revelations* [Video oyunu]. Ubisoft Montreal.

GÖRSEL KAYNAKÇA

- Görsel 1:** <https://www.ubisoft.com/en-us/game/assassins-creed/revelations>, E.T.01.08.2026
- Görsel 2:** *Tarihte İstanbul Haritaları* (s. 58), B. Özükan, 2020, Boyut Yayınları.
- Görsel 3:** <https://steamcommunity.com/share/files/filedetails/?l=turkish&id=167187823>, E.T.01.08.2026
- Görsel 4:** *Tarihte İstanbul Haritaları* (s. 58), B. Özükan, 2020, Boyut Yayınları.
- Görsel 5:** <https://www.ubisoft.com/en-us/game/assassins-creed/revelations>, E.T.01.08.2026
- Görsel 6:** Giovanni ou Jean Brindesi, “*Elbicei Atika. Les Anciens Costumes*”, 1855