

# **Mobil Oyun İçerisinde Metalaşan Kültür; ‘PUBG Mobile’ zerine Bir alışma**

**Mert Akkaya**

Lisansüstü Eğitim, ğretim ve Araştırma Enstitüsüne İletişim ve Medya alışmaları Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz niversitesi  
şubat 2021  
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

---

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy  
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

---

Prof. Dr. Senih Çavuşoğlu  
İletişim Fakültesi Dekanı

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından İletişim ve Medya Çalışmaları Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

---

Doç. Dr. Aysu Arsoy  
Tez Danışmanı

---

Değerlendirme Komitesi

1. Doç. Dr. Aysu Arsoy

2. Yrd. Doç. Dr. Yetin Arslan

3. Yrd. Doç. Dr. Hakan Karahasan

## ÖZ

Oyun kavramının tarihine bakıldığında yazılı olarak bilinen insan tarihinden de geriye gittiği görülmektedir. Oyun kültürü, dijital platformlarda boy göstermeye başladığı ilk günden itibaren endüstrinin bir parçası haline gelmeye başladı. Bunun sonucu olarak ise bir kültür endüstrisi ürünü olarak önümüze çıktı.

Bu araştırma, dijital bir oyun olan PUBG Mobile özelinde olacaktır. İlk olarak oyunun iç dinamikleri ve kurguladığı sistem üzerinde durularak oyun içi sistem ve oyunculara/tüketiciye sundukları incelenecektir. Aynı zamanda oyuncuların/tüketicilerin, oyun içerisindeki alışkanlıkları ve farkındalıkları üzerinden inceleme yapmaktadır. Oyuncuların neden bu oyunu oynadığı, oyuncuların oyun içerisindeki tüketim alışkanlıkları ve içeriği nasıl kullandıklarına odaklanılacaktır.

Bu çalışma nitel araştırma yöntemiyle yapılmıştır. Çalışmanın literatür taraması sonrasında sekiz kişiyle yapılan odak grup çalışması ve katılımcı gözlem sonucunda veriler toplanmıştır. Oyun içerisindeki oyuncu/tüketici tavırları ve alışkanlıkları göz önünde bulundurularak, oyun içerisindeki tüketimi ve beklentileri incelenmiştir. Oyuncuların kazanma ve tüketme odaklı oyun oynadıkları gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Oyun, Homo Ludens, PUBG Mobile, Kültür, Etkinlik

## ABSTRACT

Considering the history of gaming concept, it is seen that it goes beyond the known written history of mankind. Game culture has become a part of the industry from the first day it started to appear on digital platforms. As a result, it emerged as a cultural industry product.

This research will be specific to PUBG Mobile, a digital game. First of all, the internal dynamics of the game and the system it has built will be examined and the in-game system and what it offers to players/consumers will be examined. At the same time, it examines the habits and awareness of the players/consumers in the game. The main focus will include why players play this game, their consumption habits and how they use content within the game.

This study done with qualitative research method. After the literature review of the study, the data was collected through focus group study with eight participants and participant observation results. Based on the attitudes and habits of the players/consumers within the game, their consumption and expectations were examined. It has been observed that the players play games focused on winning and consuming.

**Keywords:** Game, Homo Ludens, PUBG Mobile, Culture, Event

*Her zaman yanımda olan Anneme, Babama ve Kardeşime*

## TEŞEKKÜR

Hayatım boyunca koşulsuz sevgileri ve destekleri için tüm sevgili aileme teşekkür ederim. Sevgilerini koşulsuz, sorgusuz ve sualsiz verdikleri için onlara minnettarım. Onlar olmadan ben kendim olamazdım.

Ayrıca bir başka teşekkürüm danışmanım ve akıl hocam Doç. Dr. Aysu Arsoy'a; Onun desteği ve yardımı olmasaydı bu tezi yazamazdım.

Son olarak ise hem iyi hem de kötü günde yanımda olan tüm arkadaşlarıma teşekkür etmek istiyorum. Onların desteği ödenemez.

# İÇİNDEKİLER

ÖZ .....	iii
ABSTRACT .....	iv
İTHAF .....	v
TEŞEKKÜR .....	vi
TABLO LİSTESİ .....	ix
ŞEKİL LİSTESİ .....	x
1 GİRİŞ .....	1
1.1 Araştırmanın Arka Planı .....	2
1.2 Araştırmanın Önemi .....	4
1.3 Araştırmanın Amacı .....	4
1.4 Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi .....	4
1.5 Araştırma Soruları .....	5
1.6 Araştırma Yöntemi .....	5
1.7 Araştırmanın Sınırlılıkları .....	6
2 KURAMSAL ÇERÇEVE .....	8
2.1 Oyunun Kısa Tarihi .....	8
2.2 Oyunun Tanımı .....	10
2.3 Oyun ve İnsan İlişkisi .....	12
2.4 Dijitalleşen Oyun .....	18
2.4.1 Bir Oyun Türü Olarak Battle Royale'in Doğuşu .....	20
2.4.2 Playerunknown's Battlegrounds Mobile .....	23
2.4.2.1 Etkinlik Sistemi .....	28
2.4.2.2 PUBG Mobile Oyunundaki Haritalar .....	31

2.4.2.3 Kozmetik Ürünler ve Oyun İçi Satın Alımlar .....	37
2.5 Kültür'ün Metalaşması Temelinde PUBG Mobile.....	43
2.6 Tüketim Toplumu Temelinde PUBG Mobile .....	48
3 ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	53
3.1 Araştırmanın Metodu .....	53
3.2 Araştırmanın Modeli .....	53
3.3 Araştırmanın Evreni .....	55
3.4 Veri Toplama Yöntemi.....	56
3.5 Toplanan Verilerin Temalarının Belirlenmesi .....	57
4 ANALİZ VE BULGULAR.....	59
4.1 Oyuncunun Çevresindekilerin Oyunu Oynamasının Etkisi .....	60
4.2 PUBG Mobile Oyununda Oyuncuların Etkinlik Beklentileri .....	63
4.3 PUBG Mobile Oyununda Kozmetik Ürünlerin Tüketimi .....	67
4.4 PUBG Mobile Oyununda Oyuncuların Lobideki Zamanı .....	70
4.5 PUBG Mobile Oyununda Harita Tüketimi .....	75
4.6 PUBG Mobile Oyununda Oyuncunun Gözünden Oyun Popülasyonu .....	78
5 SONUÇ .....	80
5.1 Çalışmanın Özeti .....	80
5.2 Çalışmadan Alınan Sonuçlar .....	81
5.3 Daha Fazla Araştırma İçin Öneriler .....	87
KAYNAKLAR .....	88
EKLER.....	100
Ek A: Araştırma Soruları ve Cevapları .....	101
Ek B: Etik Onay Formu.....	125



## TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Haziran 2020 itibarıyla dünya genelinde seçili mobil nişancı oyunlarının ilk yıl indirmeleri (milyon olarak).....	25
Tablo 2. PUBG Mobile'ın Nisan-Ekim 2020 arasında dünya genelinde izlediği canlı saat sayısı (milyon olarak) .....	26
Tablo 3. 2020'de dünya çapında en yüksek hasılat yapan mobil oyunlar (milyon ABD doları cinsinden).....	40
Tablo 4. Oyuncu Nisan 2018'den Ağustos 2020'ye kadar tüm dünyada PUBG mobile harcaması (milyon ABD doları cinsinden) .....	41
Tablo 5. Şubat 2019 itibarıyla ABD'deki PUBG Mobile kullanıcılarının cinsiyete göre dağılımı .....	42

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. PUBG.....	24
Şekil 2. PUBG Mobile .....	24
Şekil 3. Cumhuriyet Bayramı Etkinliği .....	28
Şekil 4. Ramazan Etkinliği .....	28
Şekil 5. Blackpink Etkinliği .....	29
Şekil 6. Metro Exodus Etkinliği .....	29
Şekil 7. Metacritic'in Metro Kitap Serisinin Oyunlarına Verdiği Puanlar .....	30
Şekil 8. Erangel Haritası .....	32
Şekil 9. Miramar Haritası .....	34
Şekil 10. Sanhok Haritası .....	34
Şekil 11. Battle Royale İçin Esinlenen Ada .....	35
Şekil 12. Vikendi Haritası .....	36
Şekil 13. Livik Haritası .....	36
Şekil 14. PUBG Mobile, Market İçerisinden Görüntüler .....	38
Şekil 15. PUBG Mobile, Market Üzerinden Alınabilecek Kozmetikler .....	39
Şekil 16. Türk Oyunculara Özel Nazarlık Etkinliği .....	44
Şekil 17. Call of Duty Mobile Lobi Görüntüsü .....	71
Şekil 18. PUBG Mobile Lobi Görüntüsü .....	71

# Bölüm 1

## GİRİŞ

Oyun ve oyun türleri insanları mutlu etmek, kafalarını dağıtmak, eğlence amaçlı olduğu gibi eğitim amaçlı olarak karşımıza çıkabilir. Ancak herhangi bir anda mobil telefondan ulaşılabilen bir oyun seni kendine çekip belli bir süre fark etmeden oynamana sebep olabiliyordur.

Oyuna odaklı akademik çalışmalar günümüzde bilgisayar, mobil ve konsol oyunları ekseninde yapılıyor olsa bile bu çalışmaların ilk olarak başlaması Hollandalı Tarihçi Johan Huizinga (2006) tarafından başlamıştır. Onun başlattığı bu yolun devamında Roger Caillois (2001) ve Bernard Suits (2005) gibi ve birçok değerli insanın akademik çalışmaları bugünkü oyun araştırmalarının ilk adımının atılmasında öncü olmuştur (Huizinga, 2006; Caillois, 2001; Suits, 2005).

Oyun çalışmaları içerisinde iki farklı görüş vardır. Birisi Naratoloji (Anlatı Bilimi) olarak bilinen oyunların bir hikâye çevresinde kurgulanması ve oluşturulmasını savunanlardır. Diğer tarafta ise Ludoloji (Oyun Bilimi) düşüncesinde olup oyunun sadece bir oyun olduğunu düşünerek ona sanatsal birtakım eklemelerin yapılmaması gerektiğini düşünenler olarak ayrılmış durumdadır (Karadeniz, 2017).

PUBG mobil oyunu uygulaması diğer bilgisayar ve konsol ile aynı olarak her oynanan oyun kendi içerisinde sadece oynayana göre şekillenen bir hikayesi vardır. Bu hikâye ise yazılı olmayan kendinden gelişen bir durumun sonucudur. PUBG Corporation'un 2017 yılında yapmış olduğu *Playerunknown's Battlegrounds* isimli oyunun 2018 yılında çıkan mobile yani taşınabilir cihazlardaki uygulaması ile

araştırma sınırlı olacaktır (PUBG Mobile, 2020). Oyunun türü player versus player shooter game (oyuncuya karşı oyuncu silahlı oyun) ve Battle Royale türü içerisinden yer almaktadır. Pvp Shooter için Counter Strike, Call of Duty, DayZ vb. oyunlar bu oyun türüne örnek verilebilir. Battle Royale için Playerunknown's Battlegrounds, Call of Duty Warzone, Apex Legends vb. oyunlar örnek gösterilebilir. Battle Royale oyun formatına sahip bu oyunun ana mantığını anlamak için öncelikle kendisini anlatmak gerekmektedir. Belirlenen bir hayalet şehire düşen yaklaşık yüz kişilik bir grup içerisinde hayatta kalarak son kişi veya son grup olmaya çalışarak oyunu kazanmaya çalışmaktır (Carter, 2017). Bu oyun türünün belli başlı sorunlarından bahsetmek gerekir. Oyun içerisinde haritaya indikten sonra vurduğunuz anda oyun sona eriyor ve baştan başlamanız gerekiyor. Bu durum zaman içerisinde sizin oyunu uzun bir süre içerisinde kavramanıza ve kaliteli bir vakit geçirmenizin önüne geçerek daha çok mücadeleci ve hayatta kalma sürenizi ne kadar arttırırsanız o kadar uzun oynayarak deneyim ve öğrenim kazanabileceğiniz bir yapı sunuyor.

Bunun haricinde oyun içerisinde herhangi bir anlatı veya hikâye olmaması ise bir kurguya bağlı olmamayı ve oyuncunun sadece kişisel beceri hazzı üzerinden oyuna bağlanması üzerine kuruludur. Bu durum bakıldığında oyun çalışmaları içerisindeki en büyük tartışmalardan birisi olmakla beraber, PUBG yukarıda bahsedilen Ludoloji ve Narratoloji arasındaki karşıt görüşlerden Ludolojiye daha yakındır (Bogost, 2010; Galloway, 2006).

## **1.1 Araştırmanın Arka Planı**

Battle Royale kavramı 1999 yılında kitabın da ismi olmakla beraber Japon yazar Koushun Takami'nin yazdığı kurgu roman ile ortaya çıkmıştır (Takami, 1999). Bu fikir hemen sonrasında 2000 yılında beyaz perde de yer bularak Kinji Fukasaku'nun yönetmenliğinde aynı adla 'Battle Royale (Batoru Rowaiaru)', filmi

çekilmiştir (McCarthy, 2017). Battle Royale bakıldığında bir grubun veya tek bir kişinin silahsız ve korumasız olarak hayalet bir şehre inmesinin sonunda hayatta kalınmasının simülasyonudur. Oyunun yapımcısı ve fikir sahibi Brendan Greene yaptığı bir röportaj içerisinde Battle Royale filminden etkilendiğini doğrular ve bunun üzerinde DayZ ve Arma2 gibi oyunlar içerisinde bir mod olarak bu oyunun ufak bir denemesini geliştirmeye çalışır. Ancak beklediği desteği uzun bir süre boyunca bulamaz. Bu süre zarfında Suzanne Collins (2008)'in kurgu romanı The Hunger Games (Açlık Oyunları) tarafından da etkilenerek Battle Royale ve The Hunger Games üzerinden bir düşünceyle yola çıkarak şu an oynanan oyunun temellerini atar (McCarthy, 2017).

Bu çalışmada PUBG oyununun seçilme sebeplerinden birisi ise en çok satan oyunlar listesinde ilk beş oyundan birisi olmasıdır (Kerr, 2020). Bu listenin içinde 1984 yapımı *Tetris* oyununun olduğunu düşünülürse 3 yıl içerisinde gelinen nokta inanılmaz bir başarı öyküsüne sahne olduğunu söylenebilir. Bu çalışmada PUBG uygulaması mobil üzerinden kullanılan versiyonuyla kısıtlı olacaktır. Mobil uygulaması çıktığı günden itibaren kendi piyasasını oluşturmuştur (PUBG Mobile, 2020). Oyuncuların büyük ilgiyle takip ettiği bir oyun olmasının yanı sıra cinsiyet göz ardı etmeksizin herkese hitap etmeye çalıştığı gözlenmektedir (App Ape., 2019). Bunun yanı sıra sürekli yeni etkinlikler ve görevlerle devamlılığı elinden bırakmama adına belli bir yol izlediği gözlenmektedir. Bu sebeptendir ki bu oyun içerisindeki kültür üzerinden kurulan oyun içi tüketim sistemine bakılacaktır. Ayrıca cinsiyet ayırt etmeden herkese nasıl hitap etmeyi başardıkları üzerine tartışılacaktır. Araştırmanın kuramsal çerçevesini ise çok oyunculu bir mobil oyun içerisinde popüler kültür ve tüketim toplumunun nasıl işlendiği üzerinde durarak Adorno (2011), Horkheimer

(1995) ve Baudrillard (2008) gibi isimlerden yararlanılarak açıklanmaya çalışılacaktır (Adorno, 2011; Horkheimer, 1995; Baudrillard, 2008).

## **1.2 Araştırmanın Önemi**

Büyük bir kitleye hitap eden popüler kültür ürünü PUBG oyunu (Kerr, 2020), önemli ilk öne çıkan kısmı cinsiyet faktörünü (App Ape., 2019) ortadan kaldırarak herkese ulaşması ve bunu çok oyunculu, silahlı bir oyun üzerinden yapıyor olmasıdır.

Aynı zamanda bu çalışma içerisindeki bir başka önemli nokta ise bu oyuna daha önce kimse metalaştırılan ve tüketilen bir yapı gözüyle bakmamasından kaynaklanan bir açıktır. Genel anlamda eksik görülen bu kısım için literatürü doldurması amacıyla yukarıda bahsedilen yapıları incelemesi önem kazandıran bir başka unsur olmuştur.

## **1.3 Araştırmanın Amacı**

Kültür'ün metalaşması, dijital oyunlar aracılığı ile sanal alemde kendini tekrar üretmesiyle oluşmaktadır. PUBG Mobile ise bunun bir örneği durumundadır. Kültür'ün dijital oyunlarda özellikle örneklem olan PUBG içerisinde nasıl dönüştüğünü inceleyerek bunu belli bir oyun deneyimine sahip olan oyuncularla yapılacak olan odak grup çalışması sonucu ortaya koymaya çalışılacaktır.

Bu çalışma oyuncuların oyun içerisinde maruz kaldıkları oyun içi satın alımlar ve tüketme temelli kurulan bir sistemin farkında olup olmadıkları ve oyun içerisinde edindikleri deneyimler çerçevesinde ele alınacaktır.

## **1.4 Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi**

Jean Baudrillard(2008)'ın ortaya koyduğu Tüketim Toplumu Kuramı üzerinden kurmaya başlansa da Adorno(2011) ve Horkheimer(1995)'in Kültür Endüstrisi düşüncesini bu konuya katmadan çok yetersiz kalacağı düşünülmektedir. Bu sebepten genel anlamda bu iki kuram çerçevesinde ele alınacaktır. Tüketim

Toplumu Kuramını kısaca anlatmak gerekirse, üretilen mallar çevresinde bu ürünün ilgi odağı oluşu ve hızla tüketilmesinin ardından aslında etkisi devam ederken benzer başka bir ürüne sadece daha yeni olduğundan dolayı gösterilen ilgi ve bir öncekinin bir anda piyasadan silinmesi gibi düşünebiliriz (Baudrillard, 2008). Tabi bu eylem bir kişinin değil tüm bir toplumun ya da topluluğun göstermiş olduğu bir tepki olduğundan dolayı kuramsallaşarak incelenmiştir. Bunu destekleyen bir başka kuram ise Kültür Endüstrisi kuramıdır. Bu kuram içinde kısa bir açıklama yapmak gerekirse, Frankfurt Okulunun üyelerinden Adorno ve Horkheimer'in ortaya koyduğu bu kuram kültürün kendisinin bir endüstri ve kültür ürünlerinin ise bir tür meta haline geldiğini düşünürler ve bu kuramın ana fikri bu şekilde ortaya çıkmış olur (Slater, 1998).

## **1.5 Araştırma Soruları**

Bu çalışmanın içerisinde gerçekleştirilecek araştırma için belli başlı sorular ortaya konmuştur. Sorulan bu dört soru üzerinden araştırma yapılacaktır.

1. Kullanıcı/tüketici neden (PUBG) Mobil oyunları tercih etmektedir?
2. PUBG Mobile içerisinde "Kültür" kavramının yeri nedir?
3. Kültürün metalaşması PUBG Mobile oyunu içerisinde oyuncuya nasıl yansır?
4. PUBG Mobile yapmış olduğu etkinlikler üzerinden özel günleri ve bayramları nasıl üretir?

## **1.6 Araştırma Yöntemi**

Araştırmanın örneklemi olan PUBG Mobile oyunu üzerinden yapılacaktır. İncelenen oyun aynı zamanda bize bir medya metni sunduğundan dolayı betimleyici metin analizi yöntemi ile daha çok kültür temelli olan bölüm üzerinde kullanılacaktır. Mobil oyunun neden oyuncular arasında tercih sebebi olduğu ve PUBG Mobile içerisindeki oyun pratikleri ile ilgili kısım ise oluşturulacak olan 8 kişilik bir odak grup çalışması sonucunda görüşme metodu ile bulunmaya çalışılacaktır. Ayrıca katılımcı

gözlem kullanılacaktır. Oyun topluluğu içerisinde 16 Ocak 2019 – 16 Ocak 2021 arası aktif katılımcı gözlem gerçekleştirilmiştir. Oyun içerisinde odak grup sonucunda çıkan veriler ise metin analizi yapılarak incelenecektir. Oyun içerisindeki etkinlikler, haritalar, kıyafetler vb. veriler analiz edilmeye çalışılacaktır.

## **1.7 Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırmanın birincil sınırlılığı seçilen örneklemin telefon ve tabletler üzerinden oynayan oyuncular üzerinden yapılmasına karar verildiğinden dolayı, PUBG Mobile emülatör sayesinde bilgisayar üzerinden kullanan oyuncular bu çalışmanın dışında bırakılmışlardır. Aynı zamanda görüşme yapılan kişilerin oyun içerisindeki seviyeleri incelenmiş ve ona göre seçilmişlerdir. Ayrıca bu çalışmanın görüşmelerinin yapılmış olduğu 24.01.2021 tarih sonrası gelen oyun içi güncellemeler ve değişiklikler sınırlılıkların dışında kalmaktadır. Çalışmada belirlenen mobil oyun ile benzer türlerinin etkileri tartışılacaktır. Bu nedenle çalışma sonucunda varılan yargılar bu tür oyunlar için geçerli olmaktadır, bu noktadan hareketle bütün dijital oyunlar için genelleştirici bir yargıdan kaçınılmıştır. Ayrıca sunucu içerisindeki en yüksek seviye 2020 yılında 91 olarak görülmüştür (PUBG Mobile, 2020). Top100 içindeki oyuncuların ise 70-80 seviye bandında oldukları gözlemlenmiştir.. Top100 ise oyunun bulunduğu sunucu içerisindeki en iyi 100 oyuncunun sıralamasıdır. Bu liste aktif olarak değişiklik göstermektedir (PUBG Mobile, 2020).

Yaklaşık olarak 2 yıldır düzenli olarak PUBG mobil uygulamasında oyuncu olarak bulunmaktayım. Haftada ortalama 2-3 saat PUBG oynuyorum. . Bu şartlar ancak 40. seviyeye ulaştım. Bu sebepten, odak grubundaki katılımcıların 35 seviye ve üzerinde olmaları, katılımcıların deneyimi ve sürekliliği açısından önemli bir sınırlılıktır. Ayrıca Top100 olanların hemen hemen hepsi ya YouTube yayıncısı ya da Twitch yayıncısı oldukları gözlemlenmiştir. Bunun anlamı ise bu oyunu bir noktada bir



kısım insan oyun oynamayı ve bunu diğer insanlarla paylaşmayı bir iş kolu haline getirmiştir. Düzenli olarak gün içerisinde mesai harcayarak bu oyunu oynayarak belirtilen platformlar üzerinden yayın yapmaktadır. Haliyle normal, sıradan bir oyuncu ile yayıncı arasında seviye farkı olması ise normal karşılanmaktadır.

## Bölüm 2

### KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu çalışmanın ikinci bölümünde genel anlamda oyun üzerine odaklanacaktır. Oyun hakkında kısa bir tarihi bilgi ve devamında ise oyunun geçmişten günümüze nasıl ve hangi şartlardan geçerek geldiğine dayanan bir bölüm bulunmaktadır. PUBG Mobile örnekleme üzerine detaylı bir analiz sonrasında oyunun metalaşması ve kültür endüstrisi içerisindeki yerine bakılacak bir bölüm olacaktır.

#### 2.1 Oyunun Kısa Tarihi

Oyun kavramının yazılı olarak ilk ne zaman ve nerede ortaya çıktığına dair kesin bir bilgi bulunmamaktadır. Ancak oyunun varlığı hakkındaki düşünce muhtemeldir ki insanın varlığı kadar eski olduğu şeklinde kabul görmektedir (And, 2012). Kendisini sürekli yenileyen ve yeniden üreten oyun kavramı için geçmişten günümüze kadar çok fazla tanımlamalar yapılmıştır. Bunlardan bir tanesi ise Jean Paul Sartre, oyun kavramını insanın ilk sanatı olarak nitelemektedir (Eren'den Aktaran Bilben, 2019). Aristo'ya göre ise oyun, çocuklar için hayatın bir provası şeklindedir. Bu prova sayesinde çocuklar kendilerini gerçek hayata hazırlarlar ve çocuğun gelişimi açısından bu durum olmazsa olmaz bir durumdur (Sezgin, 2016). Huizinga(2006) ise yazdığı Homo Ludens'in girişindeki ilk cümlesi "Oyun kültürden daha eskidir" şeklindedir (Huizinga, 2006).

Mısır'ın çocuk kralı olarak bilinen Kral Tutankamon'un mezarından örneğin masa oyununa ait olduğu düşünülen ufak bir parça gözüken tahta parçası çıktı (And, 2012). Oyunlar hakkında ilk aynı zamanda en eski bilgilere ulaşmak istediğimizi

düşündüğümüzde arkeologlara ve paleontologlara gitmemiz gerekmektedir. Ancak onların da ulaştığı nokta çok kısıtlıdır. Düşünüldüğünde geri gidilip bakılması gereken zaman uzaklığı binlerce yıl değil milyonlarca yıl geri bakmak gerekir. Oyunun insanın icadı olmadığı konusunda fikir birliği oluşturduğu andan itibaren bakılması gereken yerler insanın da var olmadığı dönemlerdir (Crawford, 1982). Bu durumun kendisi bile başlı başına zor olduğu düşünüldüğünde milyon yıl geri gitmek gerçekten büyük sıkıntı yaratacaktır. Arkeologların bulduğu ve çok eski tarihlerde oynandığı varsayılan oyunlardan bir tanesi örneğin *Beş Taş* oyunudur (And, 2012). Bu oyunun M.Ö. 800 de oynandığı tahmin edilir ve British Museum’da pişmiş topraktan iki kız çocuğunun oynadığı bir heykelle canlandırılmıştır (And, 2012).

Oyun tarihinin insanlık tarihiyle aynı yada daha eski olduğunu düşünmekteyiz ancak bunun için elimizde belge ve kanıt bulunmamaktadır. En geriye uzanan bulunabilmiş kaynak M.Ö. 3000’li yıllara kadar uzanmaktadır (Sezgin, 2016). Bunlara örnek verecek olursak kollabismos, oyun tahtası üzerinde zarla oynanan oyunlar, topaç çevirme, günümüzdeki dokuz taş oyununun bir benzeri, tavla benzeri bir oyun resmedilmiştir.

Oyunların kendi içerisindeki kurallarının haricinde oyunlar içinde belli kurallar ve düzenlemeler de gerekli görülüp yasaklamalar yaşanmıştır. Roma İmparatorluğunun içerisinde halkın ve biraz daha fazla muhtemelen durumu olmayan kesimin kumarın yaygınlaşmasının üzerine oynadıkları oyunlarda aylık kazançları ve mal varlıklarının haricinde karısını veya çocuğunu dahi kumar masasında kullanmaya başlaması üzerine alınan kararla bunların önüne geçmek açısından yasa çıkarıldığı bilinmektedir (And, 2012).

Antikçağlara bakıldığında Eski Mısır’da bir duvar resmi iki kız el vuruşma oyunu oynarken betimlemiştir (And, 2012). Örneğin M.Ö. yaklaşık 2600 yıllarında Ur

ve Kalde kentlerinde Sümerlerden kalma oyun tahtaları mezarlıklarda bulundu. Bunun haricinde gene M.Ö. 1400 yılında bir tapınağın damında *Dokuz Taş* olarak bilinen oyunun çizimlerine benzer çizimler bulunmuştur. Meksika, Tula'da M.S. 1000 yılında bir tür top sahasına benzer bir mekânın kalıntılarına ulaşılmıştır (And, 2012). Bunlar göz önünde bulundurulduğunda oyunun tarihi ilk insanlara kadar ulaştığını söylemek mümkündür. Bunun haricinde Huizinga (2006)'nın ileri sürdüğü insanoğlu aslında oyun kavramına bir şey katmamıştır (Huizinga, 2006). Huizinga (2006) göre hayvanlar da kendi arasında içgüdüsel olarak oyun oynar ve benzer şekilde insanlar da aynı şekilde var oldukları andan itibaren bunu yaparlar.

Türk oyunlarının tarihi ise daha çok yazılı olarak takip edilebilmesi Dede Korkut ve Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesi ile ilk anlatılarını görürüz (And, 2012). Dede Korkut içerisinde özellikle *toy, av, hayvan güreşi, ok yayarışı, nişan atma ve duello* gibi oyunlardan bahsedilmektedir (And, 2012). Diğer yazılı kaynak ise Evliya Çelebi'nin gezdiği gördüğü şeyleri anlattı Seyahatnamesidir (And, 2012). Bunların haricinde Anadolu ve Orta Asya civarlarında gezen yabancı gezgin bilginlerin yazmış olduğu belgeler de bulunmaktadır. And(2012), Philipp Borchers isimli Alman gezgin eski Türk oyunlarını Anadolu'yu gezerken kaleme aldığından bahseder (And, 2012).

## **2.2 Oyunun Tanımı**

Oyun, kelimesiyle ne demek istediğimizi ve tüm anlamlarıyla özellikleriyle belirlemeliyiz. Oyunlar, insan varoluşunun temel bir parçasıdır (Crawford, 1982). Oyunların dili, gerçek olmayan olaylar içerisinde dahi kendini göstermek için ortaya çıkar (Crawford, 1982). Tatsız bulduğumuz aktivitelerle vakit geçireceksek bunu oyunlaştırırız. Bunun haricinde oyun oynarken karşımızdaki tanıdığımız sevdiğimiz biri olması gerekmez. Beraber çalıştığımız birisiyle de oyun oynarken,

samimiyetimizin olmadığı biriyle gene aynı oyunu oynayabiliriz. Oyuncunun oyun için istekli ve katılımcı olması yeterlidir (Crawford, 1982).

Oyun kendi evrenini dünya olarak belirlemiş ve insandan öncesine uzanan geçmişle bu yeryüzü içerisindeki her canlı varlık kendini göstermiş bir olgudur (Kılıçbay, 2006). Bakıldığında insanların haricinde hayvanlar içinde bir sürekli yapılan yemek, uyumak gibi gün içerisinde yapılan bir eylemdir. Düşündüğümüzde hangi dönemde olursa olsun oyun bir şekilde kullanıldı gerek binleri eğlendirmek için bir arenanın ortasında gladyatörlerin canı için savaşması, gerek ise geleceğin krallarını eğitirken kullanılan bir satranç oyun olarak sayıldı (And, 2012). Kimi zaman eğitim, kimi zaman ise eğlence, zevk ve spor için bu terim kullanıldı. Aslında bir kumar masasında yapılan eylem için de, dünyanın her yerinde hazırlanan sporcuların yarıştığı olimpiyatlar için de oyun tanımı kullanılmaktadır. Bu tanım hemen hemen her alanda kullanılmakta ve ciddi bunaltıcı bir işi daha kolay ve eğlenceli göstererek yapmak istendiğinde oyunlaştırarak yapalım şeklinde ifade ediliyor (Maloney, 2020). Günün sonunda teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması sonucunda önce doğrudan oyun konsolları sonrasında da bilgisayarların eklendiği bir dizi dijital oyun oynama çığırnlığı dünyayı sarmış durumdadır. Günümüzde artık rekabetçi ve meydan okumaya dayalı oyunların turnuvaları dünya çapında yapılırken bunu yapan oyuncular profesyonel sayılmakta ve burada oluşan iş kolundan para kazanmaktadır (Maloney, 2020). Aslında eski zamanlardaki arenalardaki gladyatörlerin görevini dijital oyunlar altında bu şekilde devam ettirildiği söylemek çok da yanlış sayılmayabilir.

Oyun kelimesi Türkçe’de birçok farklı anlama gelmektedir. *TDK*’nın bize sunmuş olduğu on adet anlam bulunmaktadır (TDK, 2020). Bunların hepsinde oyun isim olarak kullanılmıştır. Oyun en çok kullanılan anlamıyla “yetenek ve zeka geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence” olarak

tanımlanmıştır (TDK, 2020). Bunun yanı sıra tiyatro ve sinema gibi aktivitelerde sanatçının aldığı rolü yorumlama biçimi şeklinde de geçmektedir. Ayrıca, müzik eşliğinde yapılan danslara da oyun denmektedir. Seslendirmek veya sahnede oynanmak amaçlı oluşturulmuş ve hazırlık yapılmış eser de oyun olarak isimlendirilmektedir. Olimpiyatlara hazırlanan sporcuların yapmış olduğu spor aktivitelerine de birer oyun ismi verilmektedir. Genelde sahnede olan ve sihirbazlık gösterilerinin geneline de gene oyun denir. Para ekseni oynanan bilim kumar sayılan herşey gene oyun olarak tanımlanır. Gene bir spor müsabakası olan güreş içerisinde sayı almaya yönelik hareketlere oyun ismi verilir. Tenis ve tavl gibi oyunlar içerisinde belli bir üstünlük sağlanması durumunda buna da oyun almak denir. Son olarak ise düzenbazlık ve hile yapan insanların yapmış oldukları şeye de oyun denir (TDK, 2020).

Birisini kandırıldığında, spor yaptığında, dans ettiğinde, tiyatro ile uğraştığında ortaya çıkardığın şeylerin ismi oyun olarak tanımlanmaktadır. Bunların birbirlerine anlam ve eylem olarak uzaklıkları bir yana ciddi anlamda fazla anlam barındırdığını görmekteyiz.

### **2.3 Oyun ve İnsan İlişkisi**

Bu bölümde araştırmanın genel olarak kavramsal çerçevesini şekillendirecek olan tanımlara yer verirken, oyunu akademik anlamda ele alan ve bunun üzerine çalışan Johan Huizinga (2006)'nın tanımlamış olduğu '*Oyun Oynayan İnsan*' kavramı üzerinde durulacaktır. Aynı zamanda onun arkasından gelen düşünürlerin oyun, kurallar ve insan bağlamındaki düşüncelerine yer verilecektir.

İnsan tanımlanmaya çalışıldığında birçok doktrin ve düşünür tarafından karmaşık bir anlam bütünü olarak ortaya çıkmıştır (Freud, 2019; Baudrillard, 2008; Crawford 1982). İnsan için söylenen söylemlerin çoğu ondan beklenenler üzerine

kurulur. Bu kurulan kavramlar bütününe bakıldığında ise ciddiyet gelmektedir. Çünkü insana doğduğu andan itibaren o veya bu sebepten belli başlı misyonlar yüklemektedir ve misyonun yerine gelebilmesi için ise ciddiyet ön koşul olarak görülmüştür (Kılıçbay, 2006). Bakıldığında ciddiyetin tam karşısında ise oyun durmaktadır. Huizinga (2006) ise insanın temel özelliklerinden birisinin oyun olduğunu savunur ve genel yargıya göre bunun içinde ciddiyete yer yoktur (Huizinga, 2006). Aynı şekilde oyunun bir kültür yaratıcı işlevi olduğunu savunmaktadır. Oyun-ciddiyet zıtlığını reddeder çünkü Huizinga'nın düşüncesinde oyun da gerektiğinde çok ciddi olabilir (Kılıçbay, 2006).

Huizinga (2006)'nın yaptığı şey bakıldığında Darwin'den ve Freud'dan çok da farklı bir şey değildir. Darwin (2017), insan-hayvan ayrımını yapmıştır (Darwin, 2017). Freud (2019) ise us-usdışı ayrımı gibi bir ikilemi bozmuştur (Freud, 2019). Huizinga (2006) ise *Homo Ludens* isimli incelemesiyle bir ikilemin dengesini bozmuştur. *Homo Faber* (yapımcı insan), *Homo Sapiens* (düşünür insan) ikilisinin tam ortasına üçüncü bir insanı eklemiştir; *Homo Ludens* (oyuncu insan) (Huizinga, 2006). Huizinga düşüncesine göre oyun, kültürden öncedir. Bunun sebebi ise çeşitli kültürlerden çıkma ya da rastlantı sonucu değil, tersine çeşitli kültür biçimlerinin doğuşuna etki etmesini örnek gösterir. Oyunu tepki ya da içgüdüyle değil kökenlerinde bulunmasından dolayı bunun bir kültüre doğru dönüşüm gerçekleştirdiğini söylemektedir (And, 2012).

Oyun, bakıldığında, tasvir edilmeye çalışıldığında zorlanılan hem fikir olunamayan bir durumu vardır. Genel anlamda oyunun zevk verdiği üzerinde durulur (Kılıçbay, 2006). Buna karşı soru ise peki oyunun zevkli yanı nedir? Oyuncunun neden hırs tan gözü döner, izleyici neden bir karşılaşma izlerken heyecanlanır. Bu durum klasik bir spor müsabakası izlemenin de ötesinde izlenen bir e-sports mücadelesi

içinde gerçekleşen bir durumdur veya evde kendi başına oynadığı bir oyun içerisinde seni izleyen bir arkadaşının yaşadığı heyecan da olabilir. Oyunun yoğunluğu ve hissettirdikleri hiçbir biyolojik çözümleme tarafından açıklanabilir değildir (Huizinga, 2006). Bunun ise tamamen oyunun özünü temsil ettiğini ve kökeninde aşırı tahrik etme gücü bulunan bir şey olduğu görülür. Gene aslında bakıldığında bir tasvirden ziyade içerisinde barındırmış olduğu belli özelliklerden bahsetmenin ilerisine geçilememiştir.

Huizinga (2006)'nın oyunu kavramsallaştırdığında bunu üç temel madde altında toplar. Bu kavramlardan birincisi oyun her şeyden önce isteğe bağlıdır. Herhangi bir zorlama ile olacak bir durumu yoktur. Yani oyunun ilk temel ögesi özgürlüğünün olduğudur. Özgürlüğü bulunmayan ve zorla savaşmak zorunda bırakılan gladyatörlerin isyanı sonucu bugün böyle bir oyundan bahsetmek mümkün değildir. Bu özgürlük durumu ikinci maddeye de etki eder. İkinci kavram ise oyun gerçek yaşam içinde geçmese bile oyuncu kendini oyun içerisinde farklı bir yerde olduğunu düşünebilir. Oyuncu bilir ki oyun içerisinde yaratılmış bir yerdedir ancak hali hazırda oyunla yaratılan dünyanın gerçek dünya ile arasındaki kesiştiği o ince çizginin farkındalığını kaybetmez. Bir diğer kavram ise oyun içerisindeki zaman ve yer kavramı gerçekle yaşamla aynı değildir. Oyuncu oyunun bir başlama bir de bitme noktası olduğunu bilir. Oyunlar genellikle bir sonuca yöneliktir. Sadece süre bakımından değil yer ve konum bakımından da oyuncuyu sınırlayan duvarlar koyar. Bu duvarların içerisinde ise bir dizi hem oyunu hem oyuncuyu koruyan kurallar bulunmaktadır. Kurallara uyulmadığı durumlarda ceza faktörü devreye girmektedir. Oyuncunun ise bunun farkında olması ve buna göre davranması beklenmektedir. Bu durumdan daha kötüsü ise bir oyunu bozan kişi oyunbozan olarak görülür oyunun kendi içerisindeki cezalarla karşı karşıya kalır (And, 2012). Huizinga'nın düşünceleri üzerinden oyun tanımının açıklanmasının sebebi oyun üzerine yapmış olduğu



çalışmalara bakıldığında birincil kaynak olarak ele alınmaktadır (Kılıçbay, 2006). Günüümüzde hala daha oyun tanımı ve oyun çalışmalarının merkezindeki ana aktör Huizinga(2006)'nın yapmış olduğu tanımlamalardır ve gözükene öyle olmaya da devam edecektir. Bu araştırma yapılırken aranan her kaynak içinde mutlaka Huizinga için bir atıf bulmak mümkündür.

1978 yılında Bernard Suits, *the Grasshoper: Game, Life and Utopia* isimli kitabını çıkardığında farklı ve daha geniş kapsamlı görüşlerde bulundu (Suits, 2005). Bernard Suits (2005)'e göre oyun oynamak önüne çıkan çeşitli engellere rağmen hala daha vazgeçmeden içten gelen bir şekilde oyun için çabalamaktır (Suits, 2005). Bunun yanı sıra Suits (2005), oyun kavramını dört kavram üzerine kurar. Birinci kavram amaçtır. Bu “amaç” kendi içerisinde her oyunun bir amacı olduğunu söyler ve spesifik herhangi bir oyun belirtmez bunu söylerken oynanan ve daha oynanmamış tüm oyunları kapsar (Suits, 2005). İkinci kavram ise kurallar olduğunu söyler. Kurallar belirli bir oyunun oynanabilmesi amacıyla belli sınırların içinde kalması gerektiğini savunduğundan ötürü oyun alanını belirleyen kurallardır (Suits, 2005). Üçüncü kavram ise oyun içerisindeki hedefe ulaşmanın yollarıdır. Oyun içerisindeki kurallar dahilinde kullanabileceği bütün öğe, araç ve gereç ile oyunu sonlandırmaya çalışmaktır (Suits, 2005). Son olarak ise lusorik tavır gelmektedir. Ancak bundan önce lusorik tavır nedir kısaca ondan bahsetmem gerekmektedir. Sebep o ki Suits (2005), ‘*Lusory Attitude*’ kavramını çok kullanmaktadır. Lusory bakıldığında Latince “oyun” (Suits, 2005, s. 49) anlamına gelen ludus kelimesinden türetilmektedir. Lusorik tavır kısmına geri dönecek olursak eğer aslında göreceğiz ki Suits'in aklındaki oyun tanımıdır. Kurallar çerçevesinde gönüllü olarak her şartta oyunu oynama hali olarak bahsedilmektedir (Suits, 2005).

Fransız düşünür Roger Caillois (2001)'in oyun hakkında kaleme aldığı kitabında ise oyuna kendi bakış açısıyla yaklaşır. Oyunu kendi penceresinden altı farklı madde altında şu şekilde ayırır:

- Oyunun herhangi bir baskı ve zorunluluk taşımadığı bir ortamın olması yani oyuncunun özgür kalmasını savunur.
- Uzay ve zaman sınırları içinde gerçek hayattan ayrı bir sınırlılığa sahiptir.
- Ne seyri belirlenemeyen ne de sonucu önceden elde edilen ve yenilikler için oyuncunun inisiyatifine bırakılmış sonucu belirsiz bırakılmıştır.
- Oyun içerisinde herhangi bir ekonomik kazanç sağlama durumunun olmaması, ticaretin maksimum takas yoluyla ilerlemesidir.
- Gerçek hayattaki kuralları kenarda bırakıp girdiği oyun dünyasının kurallarından sorumlu olduğunun bilincine varmaktır.
- Gerçek hayatın içinde olunmadığı farklı bir gerçekliğin içinde gerçek olmayana inandırmadır. (Caillois, 2001, s. 9-10)

Caillois (2001)'in vurguladığı şeyleri gözden geçirildiğinde görülecek ki aslında Huizinga (2006) ile benzer fikirlere sahiptir. Özellikle oyun içerisinde maddi fayda elde edilmesinin oyun zevkini düşüreceği ve oyunun kendine ait saf bir özgürlüğü olduğu konusunda hem fikir durumdadır.

Oyun kuralları üzerine ise Salen ve Zimmerman (2004)'in çalışması ışık tutar. Kuralların oyun içerisindeki konumunu inceler. Gerektiği noktada kuralların bağlayıcı ve cezalandırıcı oluşunun yanı sıra oyun içerisindeki önemlerini altı madde halinde sıralamışlar ve açıklamışlardır. Bunlara bakacak olursak eğer:

- Kurallar oyuncunun eylemini sınırlar.
- Kurallar açık ve nettir.
- Kurallar tüm oyuncular tarafından uyulması gerektir.
- Kurallar üzerinde düzenleme yapılabilir.
- Kurallar bağlayıcıdır.
- Kurallar tekrarlanabilir. (Salen & Zimmerman, 2004, s. 132)

Kurallar sistemini açıklayan Salen ve Zimmerman (2004) için oyunun kurallar çerçevesinden döndüğünü söylemek yanlış olmaz. Oyunu bir kurallar bütünü olarak gördükleri halde gerektiğinde kuralların değişebileceği ve düzenlenebileceği noktasını da es geçmiyorlardır. Oyun için gerekli olan birkaç sistematik birleşen olduğunu ortaya koyarlar. Bunlardan bir tanesi sistemli olarak oyunların karmaşık ilişkilerle

kurulduğudur. Oyuncuların bir belki daha fazla sayıda olup aktif şekilde sistem ile etkileşim halinde olmasının gerekliliğidir. Oyunun gerçek hayat içinde oluyor oluşu yapaylığına yani ya da oyun içerisinde oluşturulan dünyaya zarar vermez, veremez. Bütün oyunların genelinde bir amaç bir kazanma ve bir mücadele vardır. Bu noktada ortaya çıkan çatışma eylemi ise oyunların merkezidir. Yapabileceği ya da yapamayacağı şeyleri ise gene oyunun yasaları yani kurallarıdır. Bunca şeyin ardından ise oyunun sonucu yani kazananı ya da kaybedeninin ortaya konabilmesi üzerine tasarlanmıştır (Salen & Zimmerman, 2004).

Salen ve Zimmerman (2004)'ın oyunun gerçek hayat içerisinde oluşturulduğu yapaylık aslında bakıldığında bir simülasyon göndermesidir (Salen & Zimmerman, 2004). Oyunlar üzerine yapılan çalışmalar zaman geçtikçe ve teknolojinin ilerlemesi devam ettikçe bize gösteriyor ki simülasyon hayatımıza girmeye başlar. Dijital oyunların gelişmesi ve endüstri içerisinde aldığı konum ile alakalı olarak simülasyonun oyuna ait özellikler içerisinde tanımlanması kaçınılmaz bir duruma gelmiş oldu.

Dünya'da ve yerel olarak bakıldığında medya içerisinde oyunları inceleme şekilleri, eğitim içerisindeki konumu ya da oyun bağımlılığı gibi genel olarak negatif bir görüş ve düşünce olduğu gözükmemektedir (Hazar & Hazar, 2017). Dijital oyunlar bakıldığında sadece bağımlılık, şiddet ve benzeri sadece kötü özelliklerle bağdaştırılmasının yanı sıra akademik açıdan yaklaşıldığında ise şiddet temsillerine ve dijital bağımlılık adı altında ele alınarak işlenmektedir (Hazar & Hazar, 2017). Oyun ve şiddet, oyun ve bağımlılık gibi konular üzerinden incelemek yerine bu gibi konuların örnek vakalar olarak ele alınması, somut örnekler üzerinden ilerlenmesi gerekmektedir. Bu araştırmaların hiçbirinde oyun biçimine dair derinlikli analizler yapılmamakta veya pencerenin karşı tarafından izlenmemektedir (Demirbaş, 2020).

Sanatın Şu postmodern d6nemini yaşadığı g6nlerde dijital oyunların birer ticari meta olarak pazarda, ayrıca g6ndelik yaşam içerisinde serbest zaman içerisinde vakit doldurmasında yerini aldığı g6nler içerisindeyiz. Bu g6nlerde sanat, yapıt, mek6n ve sanat tarihi gibi belirleyici duvarlar sağlamlığını kaybetmeye başlamıştır (Sayılđan, 2019).

6zetleyecek olursak insanlık tarihinden daha eski olduğu d6Ő6n6len oyun kavramını ve bu kavrama geçmişten g6n6m6ze kadar gelen pek çok tanımını ve bu tanımların altında yatan d6Ő6nceleri derlemeye çalışıldı. Bunun yanı sıra Huizinga (2006)'nın oyun kavramını ile ilgili uđraŐının g6n6n sonunda birçok değerli araŐtırmacının nasıl dikkatini çektiğini ve onun d6Ő6nceleri 6zerinden ortaya çıkmış çalışmaları da inceleme fırsatını bulunmuştur. Bunun devamında ise konuyu daha kuramsal bir boyuta taŐıyarak ilerleyen b6l6mlerde tekrar oyun konusuna PUBG Mobile incelenmesiyle geri d6n6lecektir.

## **2.4 Dijitalleşen Oyun**

Çalışmanın bu b6l6m6nde dijital oyuna değinilecektir. 6nceki b6l6mlerde bahsedilen oyun ile ilgili arka plan bilgisinin 6zerine çalışmanın asıl konusu olan PUBG Mobile'in dijital oyun olması sebebiyle kısa bir dijital oyun tanımlaması ve oyunun geçirdiği değişime değinilecektir.

Oyun alıŐmaları içerisinde oyun tanımını yaparken edindiği iletişimsel 6zellikleri ve etkileşimli yapısı sayesinde tanımın boyutu deđiŐmekteydi. Bunu teknolojik geliŐmelerin de desteklemesi sonucu oyunun sahip olduğu 6zellikler kendiliğinden dijitalleŐerek bir evrime sebebiyet vermiŐtir (G6regen, 2020).

Oyun alıŐmaları Ludoloji ve Narratoloji olarak bilinen iki farklı d6Ő6nce topluluğunun g6n6m6ze kadar devam etmiş olan bir alan m6cadelesidir. Bu çekiŐmeleri daha da s6recek gibi g6z6kmektedir. Ancak bunun 6ncesinde oyun

çalışmaları disiplinler arası akademik bir uğraş sonucu kendini kanıtlamayı başarmış ve devamlılığı olan bir akademik çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Karadeniz, 2017).

Dijital oyun denen şey aslında tanımsal olarak bir oyuncunun bir ekran karşısında elektronik bir mekanizmayla gerek bilgisayar gerekse bir oyun konsolu aracılığı ile yapmış olduğu eyleme verilen isimdir. Ancak dijital oyun ismini alma aşaması o kadar kısa süren bir süreç değildir. Bahsedildiği gibi birçok farklı araç ile oyun oynanabildiğinden dolayı onların isimleriyle adlandırılmıştır ya da benzer isimler kullanılmıştır. Örneğin; video oyunu veya bilgisayar oyunu, atari vb. şeklinde bu liste gidebilir. Steve Russell ve arkadaşları, 1962 yılında *Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT)* içerisinde *Spacewar! (Uzay Savaşı)* adını verdikleri ilk dijital oyun olarak kabul edilen oyunun yapımcıları olurlar (Bilben, 2019). Bu oyunun yapılışı ‘oyun’ terimi için bir milat taşı olmasının yanı sıra dijital oyunun ilk örneği olması da özeldir.

Espen Aarseth’in baş editörü olduğu *Game Studies* dergisinin ilk sayısına yazdığı giriş yazısında 2001 yılını ‘bilgisayar oyunu çalışmalarının birinci yılı’ olarak göstermektedir (Aarseth, 2001). Bunun sebebi Steve Russell’ın yapmış olduğu *Spacewar!* oyunu kırk yaşına girmiştir ve benzer şekilde ekonomik kazanç güdülerek yapılan diğer dijital oyunlar yaklaşık otuz yıldır yapılmaktadır. Ancak 2001 yılında ancak daha bu durumu ciddiye alarak akademinin bu konuyu gündemine getirmesinden ötürü bu yılı özel ve birinci yaşı olarak gördüğünü söylemiştir (Aarseth, 2001).

Russell’ın yapmış olduğu oyun günün sonunda uzay araştırmalarında kullanılmak üzere kuruma bağışlanmıştır (Karadeniz, 2017). Aslında ilk dijital oyun olup bir öncü olduğunun farkında bile değildi. Russell’ın geliştirmiş olduğu oyun bugün baktığımızda dijital oyun çeşitliliğinin de ilk adımını oluşturmaktadır. Bunun

gelişimini takip etmek istersek günümüze kadar gelen süreç içerisinde Atari salonları, İnternet kafeler ve devamında açılan Play Station kafeler gibi birçok dijital oyun salonu nesiller arasında değişerek ve gelişerek devam etmektedir (Karadeniz, 2017). Bunun sonucunda kişisel bilgisayar sahibi olma ve kişisel konsolların alınması bu oyunların evlere girerek insanın sosyal hayatının bir parçası olmuştur (Akbulut, 2009).

Dijital oyunların doğması sonucu kendi terimlerini de doğurmuş oldu. Oyunun yapısal, maddi, zihinsel ve iletişimsel katmanlarının ortak çalışmasının bir ürünü olan bir sistemsel olgudur. Oyun ile oyuncunun arasında bağı kuran arabirim ile sağlanırken, oyun teknolojileri bu noktada devreye girmektedir. Oyuncu oyuna ait görseli olarak oyun dünyasında ve dolayısıyla grafik arabirimi aracılığıyla görmektedir. Bu enformasyonların doğru şekilde toplanması sonucu ise dijital oyunu oluşmuş olur (Demirbaş, 2019).

PUBG Mobile gibi oyunlar, hayatta kalma oyunları denen büyük bir başlığın altındadır. Oyun karakterinin zorlu koşullar içerisinde, az kaynak ile oyun sonundaki başarıya giden yolu konu alan bir tema içerisinde hareket eden bir oyun türüdür (Demirbaş, 2019).

#### **2.4.1 Bir Oyun Türü Olarak Battle Royale'in Doğuşu**

Çalışmanın bu bölümünde bir oyun türü olarak karşımıza çıkan Battle Royale'in arka planı incelenecektir. Bu oyun türünün temel aldığı düşünce ve nasıl doğduğu üzerinde durulacaktır. Devamında ise oyunlardaki kuralları ve düzeni üzerinde durulacaktır.

Her şeyi başlatan kişi Japon yazar Koushun Takami'dir. 1996'da yazmayı bitirdiği *Battle Royale* isimli distopik romanla başlar. 1997 yılında romanını bir yazı yarışmasına gönderir ve kazanamaz. 1999'da ise güçlüklerle yayınlar ancak bu sefer

de devletten fazlaca şiddet ve korku ögesi bulunduğu gerekçesiyle uyarı alır (Greszes, 2019).

Kitabın yayınlanmasından sadece bir sene sonra Kinji Fukasaku yönetmenliğinde filmi çekilir. Film olarak çıkan *Battle Royale* ulusal boyutu aşmıştır. Birçok açıdan başarılı olmasının yanı sıra distopik bir evrende kurulan yaratıcılık ve daha da bunu destekleyen değerli güzel öge film içerisinde yansıtılmasından ötürü beğenilmiştir. Bunlara örnek vermek gerekirse, 2009 tarihinde Hollywood film yapımcısı ve yönetmeni olan Quentin Tarantino *Battle Royale* filmi için son yirmi yıl içerisinde izlediği en güzel film yakıştırmasını yapar ve en favori filmleri arasında olduğunu söyler (Greszes, 2019).

Filmin uyandırdığı yankının ardından Suzanne Collins'in yazmış olduğu *The Hunger Games (Açlık Oyunları)* kitap serisi ve filmlerinin Koushun Takami'nin romanından çalıntı olduğu ortaya atılmıştır. Bu konuda hala daha süren spekülasyonlar vardır. Hollywood açısından bakıldığında ise orijinal olmayan bir hikâyenin filmi yapıp yayınlamak çok da sorun olmamaktadır. Bakıldığında yine bir Japon yapımı olan animasyon serisi '*Kimba, the White Lion*' serisini rahatlıkla kopyalayarak yaratılan 1995 yılında Disney's tarafından yapılan '*The Lion King*' örneğinde olduğu gibi görebiliriz (Fujita, 2012).

Oyunlara *Battle Royale*'in aktarılışı ise belli başlı bir oyun türü şeklinde oldu. Bu oyun türü ise gerek başka oyunların içerisinde bir mod olarak veya başlı başına sadece *Battle Royale* oyunu olarak ortaya çıktı. *Battle Royale* bulunan oyunlardan popüler birkaçını saymak gerekirse; *PlayerUnknown's Battlegrounds*, *Fortnite*, *Call of Duty: Warzone*, *Apex Legends*, *Hyper Scape*, *Spellbreak*, *Ring of Elysium* gibi oyunlardan bahsetmek mümkündür. Oyundan oyuna farklılık gösterse bile hepsi neredeyse aynı oyun mekanizmasıyla hareket etti. Bu oyunlar birinci şahıs nişancı

(FPS – First Person Shooter) olarak veya üçüncü şahıs nişancı (TPS – Third Person Shooter) şeklinde sınıflandırılan oyunlar arasında kendine yer bulmuştur (bkz. Şekil 1 ve Şekil 2'deki gibi). FPS-TPS'nin arasındaki fark ise sadece görsel bir durumdur. TPS için konuşacak olursak oyuncunun yönettiği karakteri tam boy olarak görebilme şansı verir, sanki üçüncü bir göz senin yönettiğin karakteri takip ediyormuş hissiyatı verir (Staff, 2015). FPS türü oyunlarda ise sadece ellerini ve eğildiğinde ise ayaklarını görebilir, sanki oyuncu yönettiği karakteri aslında kendi perspektifinden, bir insanın kendini aynasız en fazla ne kadar görebilirse o kadar görmesine izin verir (Garmon, 2005).

Kitap ve filmlerdeki Battle Royale ile oyunlardaki kurgusal benzerliklere bakalım. Öncelikle Battle Royale bir hayatta kalma oyunu, aynı kitapta ve filmde olduğu gibi oyunu son kalan kişi veya grup kazanmaktadır. Bu kazanmayı sürekli birilerini öldürerek de yapabilirken, saklanarak ve gizlenerek en az silah kullanımı ile de yapabilir. Bir başka ortak nokta ise seçilen bölgeler haritalar her oyunda farklı olmakla beraber her oyunda farklı iklim şartları ve koşulları da sunmaktadır. Ancak haritaların ortak özelliği terkedilmiş ve hayali yerler olmalarıdır. Bazı oyunlarda gerçek bölgelerden esinlenmeler olsa bile bunu tüm oyunlar için söyleyemeyiz ve hala daha hayali yerlerdir. Kitap ve filmde gösterilen süreli olarak değişen tehlikeli alan mantığı ve oyunun belli bir süresi olduğu yani sonsuza kadar sürmeyeceği aynı şekilde oyunlara getirilmiştir. Bunun sebebi ise sadece saklanarak hayatta kalarak oyunun süresini uzatabilirsin ancak bu bir oyun ve bir kazananın belirlenmesi gerektiğinden ötürü iki tarafta da kurallar konulmuştur. Kitap ve film için bu süre en fazla üç günle sınırlıyken, oyunlarda kırk beş dakika ile bir saat arasında değişen bir oyun süresi vardır. Kitapta karakterler yaralandığında bandaj ve ilaç ile kısa sürede kendine gelebiliyordu. Bunun oyuna yansması çok daha hızlı olarak bandaj ve ilk yardım



çantasının kullanımıyla on saniye gibi bir süre de neredeyse iyileşir. Hiçbir zaman oyunda yaralandıktan sonra tedavi uygulandığında tam cana ulaşılmaya da iyi bir can yüzdeliğinde bırakır.

#### **2.4.2 Playerunknown's Battlegrounds Mobile**

Çalışmanın bu bölümünde Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) ve taşınabilir cihazlar için olan versiyonu PUBG Mobile üzerine olacaktır. Öncelikle altının çizilmesi gereken bir durum var ki oyun kurgusal olarak normal veya mobil versiyonu arasında hiçbir farklılık bulunmamaktadır. Arasındaki fark grafiksel ve mekaniksel olarak ortaya çıkar. Telefon ve tablet hafızalarının kaldırabileceği oranda küçültülmüş bir versiyonu olduğu için grafiksel olarak aynı detayları görememekteyiz. Ayrıca oyunun taşınabilir cihazlarda oynanabilmesi amacıyla belli oyun mekaniklerinden feragat edilerek oyunun mobil versiyonu için oyuncuyu düşünerek daha farklı mekanikler geliştirilmiştir. Telefon ve tablette oynayan insanlar gene aynı şekilde telefon veya tablet üzerinden oynayan insanlarla eşleştirildiklerinden dolayı bu oyuna sadece mobil ismi takılmıştır (bkz. Şekil 1 ve Şekil 2). Bunun yapılmasının bir başka sebebi ise farklı platformlar üzerinden oynandığında yaratılacak olan farkın ortadan kaldırılması amaçlanmıştır. PC veya oyun konsolu (PlayStation ve Xbox gibi) üzerinden erişimi olmayan insanlar için ise ayrıca bir tercih sebebi olması söz konusudur.

Oyunun yapımcısı Brendan Greene, aynı zamanda Playerunknown's Battlegrounds içinde geçen Playerunknown'un bizzat kendisidir. Onun kullanmış olduğu sanal alemdeki ismidir. Greene bu oyun fikrini nereden ve nasıl edindiği hakkında sorulduğunda, *Battle Royale* sadece filmi izlediğini ve bu oyunun yapımında ona asıl ilham kaynağı olan şey olduğunu söylemektedir (McCarthy, 2017).



Şekil 1. PUBG

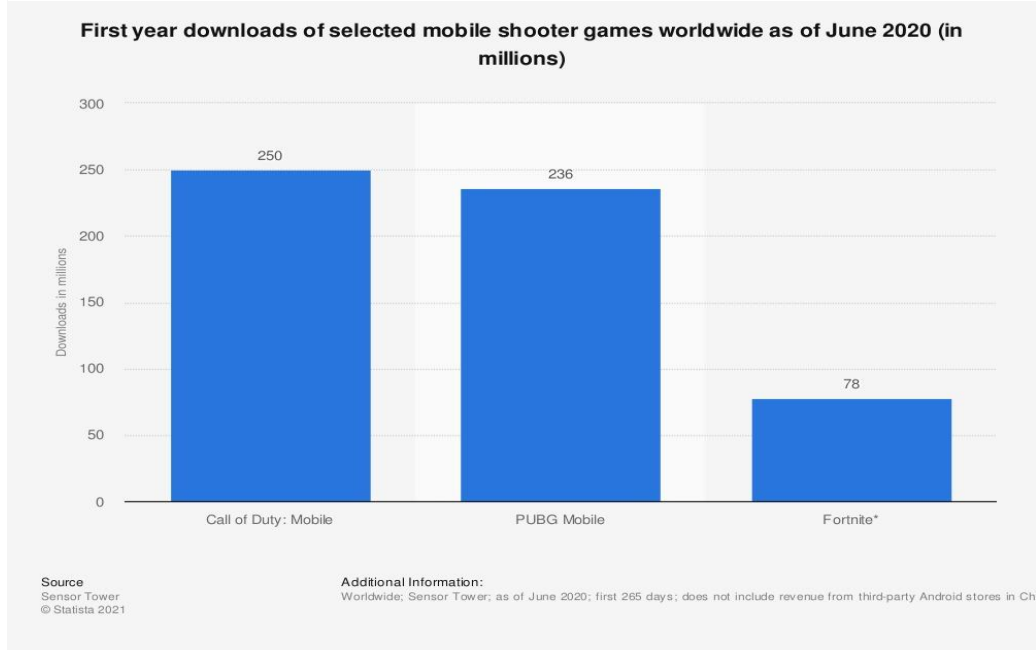


Şekil 2. PUBG Mobile

Greene, filmin etkisiyle benzer bir oyun yapma düşüncesi içerisindeydi (McCarthy, 2017). Ancak DayZ isimli oyunun içerisinde hali hazırda hayatta kalma mekaniklerine dayalı benzer bir mod bulunmaktaydı. Bunu DayZ içerisinde Survivor Gamez adı altında geliştirmişlerdi. Bu işinde büyük bir hayranı olan Greene ise Brian Hicks ve Jordan Tayer'in yapmış olduğu Survivor Gamez'in aynısını yapmak istememekteydi. Survivor Gamez'in açıkları üzerinden yararlanarak daha iyi bir iş çıkarmak için çalışmalara başladı (McCarthy, 2017).

Greene oyun üzerine düşmeden öncesi hayatını dünyayı gezerek internet sayfası dizaynı ile uğraşır bir yandan da fotoğrafçılık yapıyordu (McCarthy, 2017). Survivor Gamez ile tanışmasının ardından filmin düşüncesiyle beraber kurguyu kafasında kurmuştur. H1Z1'in King of the Kill oyun projesi içerisinde liderlik etmesinin yanı sıra Battlegrounds için çevresindekilere asıl ilgi çekici olan şeyin oyunda da filmdeki gibi anlık olarak insanlarla iletişim kurulmasının sonucunda kalıcı bir bağ olmadığı ve her bağın hayatta kalma dürtüsü ile yıkılabileceği üzerinde duruyordu. Greene'in üzerinde durarak söylediği şey ise ArMA ve King of the King gibi bir oyun yapmak değildi, çünkü bunlar yapılmıştı ve Battlegrounds sistemi içerisinde bunların yeri olsa bile daha özgün bir iş olsun istiyordu (McCarthy, 2017).

Tablo 1. Haziran 2020 itibarıyla dünya genelinde seçili mobil nişancı oyunlarının ilk yıl indirmeleri (milyon olarak) (Sensor Tower, 2020)

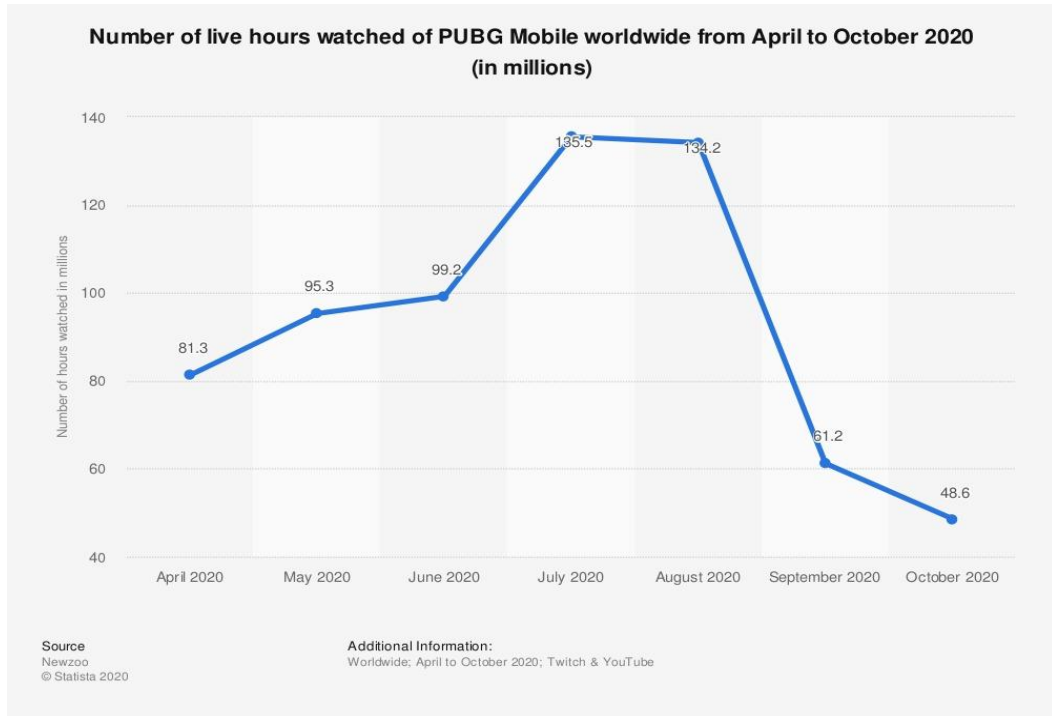


PUBG doğrudan hazır bir oyun olarak piyasaya girmedi erken erişim oyunu olarak duyuruldu. Erken erişim oyunu olmanın yanında getirdiği en büyük dezavantaj tam anlamıyla bitmemiş bir projeyi ortaya koymak anlamına gelmektedir. Avantajlarından biri ise eğer daha yapılmamış bir konseptte sahip ise ilk olma şansını doğurur ancak bunun da haricinden oyuncunun tepkisini ölçme ve oyunun satın alımlarından ekstra gelir edinerek bitmemiş bir işi daha kaliteli bir şekilde bitirme açısından ekonomik olarak rahatlık sağlamaktadır. Erken erişim olan oyunlar ve PUBG özelinde sürekli bir düzenleme, yenilenme ve bunun getirdiği bir değişkenlik söz konusu olduğundan dolayı oyun uzunca bir süre stabil olmayı başaramamıştır.

Tablo 1 içerisinde de görüldüğü üzere ilk yıl içerisinde PUBG Mobile oyun piyasasında ciddi bir başarı kazanmıştır. PUBG Mobile çıktığı yıl içerisinde toplam indirilme sayısı olarak en yüksek sayıya sahip oyun olmasıyla birlikte Call of Duty: Mobile çıkana kadar bu şekilde devam etti (Sensor Tower, 2020). Call of Duty: Mobile ve neden PUBG Mobile'ı geçtiği konusunda söylenebilecek bir şey var ise o da genel

anlamda oyun piyasası içerisindeki en eski şirketlerden birinin en eski oyunlarından bir tanesinin mobil versiyonu olmasıdır (Hürriyet, 2019). Activision ilk Call of Duty oyununu oyun piyasasına sunduğunda yıl daha 2003 olduğu düşünülürse ve bunun üzerine çıkan 17 oyun eklendiğinde ortaya çıkan oyuncu kitlesinin sayısı küçümsenmeyecek kadar az olsa gerekmektedir (Hürriyet, 2019). Bu sebepten bakıldığında yeni ortaya çıkmış bir oyunun böylesine köklü bir oyunun mobil versiyonu ile baş edememesi normal karşılanmaktadır. PUBG PC ve konsol versiyonlarının 2017 yılında çıkıp bir sene sonrasında çıkan mobil versiyonunun aldığı ilgi ise büyük bir başarıdır.

Tablo 2. PUBG Mobile'ın Nisan-Ekim 2020 arasında dünya genelinde izlediği canlı saat sayısı (milyon olarak) (Newzoo, 2020)



PUBG'nin mobil versiyonu ilk çıktığı dönem içerisinde normal versiyonu ile arasında pek bir farklılık gözükmemekteydi. Benzer şekilde etkinlikler, haritalar, kozmetik ürünler ve aşağı yukarı aynı bir oyun içi satın alım sistemi kurulmuştur.

İlerleyen zamanlar içerisinde mobil versiyonu diğer versiyona göre daha bol etkinlikleri olan daha fazla kıyafet çeşitliliği olan bir türüne dönüşmüş oldu.

Dünyanın her tarafını 2019 sonu başlayan ve 2020 itibari ile sarmış olan Covid-19 virüsü sebebiyle birçok ülkenin tutumu, 2020 Şubat ayından itibaren insanları evde tutmaya yönelik olmuştur. Evde kalmak hayatın durmasına ve birçok işleyen düzenin bozulmasına yol açmış olmasının haricinde bir başka açıdan oyun firmalarının işine yaramıştır. Hastalığın en çok artış gösterdiği 2020'nin Nisan-Mayıs aylarında ise evden çıkmamak insanların talep ettiği bir şey haline gelmeye başlamıştır (Duran, 2020). Evde kalan insanların evde yapabileceği sınırlı şeyler olduğundan kimisi oyun oynadı kimisi ise bir şeyler izledi. Bu bir şeyler izleme artık günümüzde dizi ve filmin haricinde sosyal mecralar içerisinde oyun oynayan insanların izlenmesi üzerinden de gerçekleşmektedir. YouTube ve Twitch gibi siteler üzerinden herhangi bir oyuncunun oynayışını eğer isterse bu siteler üzerinden yayınlatabilmekte ve oynamak istemeyen ancak izlemek isteyen insanlara bu fırsatı sunmaktadır. 2020'nin yaz aylarının sonuna doğru hastalığın azaldığı gibi bir algı ile insanların işlerine dönmesi ile dünya genelinde eve kapanma büyük oranda sona ermiştir (NTV, 2020). Bu süre içerisinde pandemi şartlarının da getirmiş olduğu evde kalma olayından dolayı ise bu oyun izlenmeleri ve oyun oynamanın ciddi bir artış gösterdiğini Tablo 2 üzerinde bunun yansımaları görmekteyiz. 2020 Temmuz ayı içerisinde 135,5 milyon saat Twitch ve YouTube üzerinden izlenme almıştır (Newzoo, 2020). Hayatın normal akışına dönmesinin ardından ise bir anda izlenme saatlerinde ciddi bir düşüşün olduğu görmek mümkündür.

Günümüzde oluşan seyirci kavramı ise oyun piyasasında önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle son yıllarda sayısı sürekli artan dijital oyunların yayıncıları ile çevrimiçi oyunlar oynayan oyuncuların etkileşimli paylaşımı, oyun alanında

izleyicinin etkisi, talepleri ve bununla beraber gelişen oyun içi duygunun arttığı gözlenmektedir (Yarar, 2019).

#### 2.4.2.1 Etkinlik Sistemi

PUBG Mobile içerisinde etkinlik sistemi ikiye bölünmüş şekildedir. Etkinliklerin bir kısmı yerel etkinlikler olarak bulunurken diğer kısım genel etkinlik alanlarıdır. Yerel etkinlikler konum bazlı olarak bulunulan coğrafyanın etkisiyle o coğrafya içerisindeki ülkenin özel günleri ele alınarak tasarlanan etkinliklerdir. Örneğin Türkiye sunucu bölgesinde bulunan bir oyuncunun önüne çıkan yerel etkinlikler daha çok *Cumhuriyet Bayramı Etkinliği*, *Ramazan Etkinliği*, *Kurban Bayramı Etkinliği* gibi etkinlikler olmaktadır.



Şekil 3.Cumhuriyet Bayramı Etkinliği



Şekil 4.Ramazan Etkinliği

Bu etkinlikler bakıldığında yerel olarak bulunduğu toplum içerisindeki kültürel ve özel günleri işlemekte olan etkinliklerdir. Etkinlik hediyeleri de aynı şekilde o düşünce içerisinde verilmektedir. Örneğin oyun içerisinde karakterlerin sesleri ve konuşmaları İngilizce iken Cumhuriyet Bayramı etkinliğini oynayan bir insana hediye olarak Türkçe konuşma özelliği gelmektedir. Bu sayede oyun içerisinde karakterinin

söylemleri yani örnek vermek gerekirse ‘Dikkat’, ‘Buradalar’ gibi uyarıları Türkçe olarak oyundaki diğer insanlara söyleyebilmektedir. Bunun gibi birçok yerel olarak incelenmiş ve oyuncunun kendi kültürünün bir simgesi olan şeyler yerel etkinliklerde barınmaktadır.



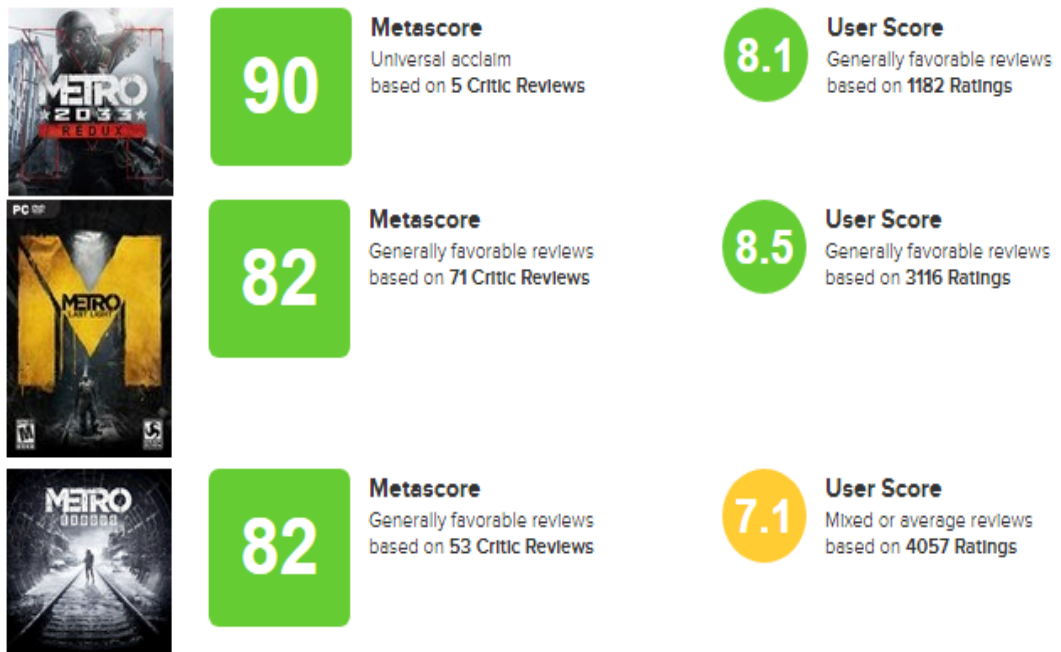
Şekil 5. Blackpink Etkinliği



Şekil 6. Metro Exodus Etkinlikleri

Genel etkinlikler ise tüm dünyadaki sunucular içerisinde herkesin aynı anda ulaştığı ve aynı anda etkilendiği etkinliklerdir. Bu etkinliklerin ortak bir şekilde yayılmasının sebebi ele aldıkları temadan kaynaklanmaktadır. Genel anlamda herkese ulaşabilen dil, din ve ırk ayırt etmeden genel geçer şekilde herkesin kabul ettiği birer bilinen üzerinden kurulmuştur. Örneğin bir mevsimin gelişinin kutlanması, sevilen bir oyunun eklentisi ya da popüler kültür içerisinde kendine yer bulmuş bir filmin, dizinin veya müzik grubunun üzerinden etkinlikler geliştirilebiliyor. Örneğin *METRO: Exodus*, *Cadılar Bayramı*, *Blackpink*, *Yeni Yıl Kış Festivali* gibi birbirinden farklı türlerde aynı zamanda bir şekilde herkese ulaşabileceği düşünülen etkinliklerdir. Ayrıca Metro kitap uyarlaması olan korku gerilim ağırlıklı apokaliptik bir zamanda geçen kurgusal bir romandır. Ancak oyun versiyonu PUBG Mobile içinde etkinlik olarak getirilmiştir.

Metro oyunu özelinde bakıldığında aslında *Dmitry Glukhovsky*'nin yazdığı apokaliptik bir dönemde geçen bilim kurgu romanından uyarlanan bir oyundur. Bu oyun serisi çıktığı günden itibaren hem kitap okurlarını hem de oyuncuları ciddi şekilde tatmin etmiş ve kritiklerden iyi oranlar almıştır (Şekil 7). PUBG Mobile içerisinde ise Metro oyununa özel etkinlik süresince devam edecek bir harita ve oyun içi kozmetikleri satışa koymuştur.



Şekil 7. Metacritic'in Metro Kitap Serisinin Oyunlarına Verdiği Puanlar

Cadılar Bayramı ve Yeni Yıl kutlaması ise tüm ülkeler de kutlanan özel günler olarak görülmektedir. Bu sebepten dolayı her sene bu dönemler içerisinde cadılar bayramı özelinde temalı kostümler, balkabağı gibi görsel öğeler ile oyundaki belli haritalar üzerinde görsel değişiklikler yapılmaktadır. Yeni yıl etkinliklerinde ise haritaları karlarla kaplayarak ona uygun kıyafetleri oyunculara sunmaktadır.

Sonuç olarak bakıldığında aslında etkinliklerin ikiye ayrıldığını görüyoruz. Bu etkinliklerden bir kısmı yerel olarak bulunduğu toplumun kültür ve özel günleri incelenerek ona göre birtakım etkinlikler düzenlenmektedir. Diğer etkinlikler ise



evrensel olarak herkese aynı anda gelen daha çok popüler kültür üzerinden tasarlanmış daha çok oyuncuların dikkatini cezbetmeyi amaçlayan etkinliklerdir.

#### **2.4.2.2 PUBG Mobile Oyunundaki Haritalar**

PUBG oyunu içerisinde aktif olarak bulunan harita miktarı beş tanedir. Bu beş haritanın birbirinden ayrılan yerleri olduğu gibi birbirine benzeyen yerleri de vardır. Haritaların ilk olarak ortak özelliklerinden bahsedecek olursak bu haritaların ilk göze çarpan kısmı Battle Royale filminde de olduğu gibi terkedilmiş hayalet şehirlerdir. Yapılara ve araçlara bakıldığında hali hazırda gerçekten bir hayatın var olduğunu düşündürecek şekilde tasarlanmıştır. İkinci olarak hayalet şehirler içerisinde birçok gerçek yaşamda kullanılan yerler mevcuttur. Örneğin şehirlerin içinde büyük binalar, hastane, okul, banka gibi sosyal hayatın içinde görülen farklı yapılar mevcuttur. Sağda solda atıl bir şekilde bekleyen araçlar bulmak mümkündür. Şehir dışına doğru çıkıldığında ise fabrika, tarla, yan yana dizili bir iki evden oluşmuş küçük kasaba ve köyler bulmak da mümkündür. Hava durumu dinamiktir. Oyun içerisinde hava güneşli iken kapanabilir. Hava durumu seçenekleri bulutlu, bulutsuz, yağmurlu, sisli ve karlı gibi seçenekler mevcuttur. Karlı hava durumu daha çok Vikendi haritası için geçerlidir. Bunlar genel anlamda harita üzerinde bulunan ortak sayabileceğimiz özelliklerdir.

Tek tek incelemek gerekirse oyunun ilk haritası olan Erangel üzerinden başlamak gerekmektedir. Erangel bakıldığında yukarıda saydığım tüm özellikleri içinde barındıran bir haritadır. Oyunun kara büyüklüğü olarak en büyük ikinci haritasıdır. Bu haritanın total büyüklüğü 64km<sup>2</sup> olarak görünüyorsa da toprak alan büyüklüğü sadece %51,47 olarak belirlenmiştir (WebDestroya, 2018).

Oyunun yapımcısı Greene (2017), Erangel haritası için kopuk yorgan benzetmesi yapmaktadır. Her bir alan içerisinde birbirinden bağımsız terk ettiği

bölgeye hiç benzemeyen bir bambaşka bir bölgeyi anımsattığı söylemektedir (McCarthy, 2017). Gerçekten de bakıldığında Erangel haritası içerisinde askeri bir üstten oluşan bir ada bulunmakta ve içerilere doğru gidildiğinde ise daha geniş boş araziler içine kurulmuş minik kasaba ve köylerin bulunduğu evlerin birbirine benzemesinin yanında çok büyük bir benzerlik olmayan bir bölgedir.



Şekil 8. Erangel Haritası

Greene, haritalarla ilgili olarak tasarımcılarından ve ekibinden memnundur (McCarthy, 2017). Bu haritayı tasarlayan ekip içerisinde ise bu tarz bir oyun üzerine çalışan bir kişi dahi yoktur. Bakıldığında bu haritanın yapılmasında emek harcayan herkes daha önce fantastik oyunların yapımında çalışmaktaydı. Gerçek bir dünyanın en azından benzeri üzerine çalışan kimse bulunmamaktaydı. Oyun bu şekilde çıktığında Erangel haritası için oyun dergilerinden ve yazarlarından ciddi eleştiriler

gelmiştir (Lahti, 2018). Bunlardan bir tanesi PC Gamer üzerinden gelmiştir ve yorumları büyük bir paintball alanı olarak tasarlanmış olduğu yönündeydi (McCarthy, 2017). Ancak oyuncular öyle düşünmedi ve oyuncular bu haritayı gerçekten sevdiğini gören Greene, Erangel üzerinde çok fazla değişikliğe gitmedi (McCarthy, 2017).

McCarthy (2017)'ye göre, Erangel ile ilgili Greene'in düşünceleri bir noktada burasını daha fazla Rusya ve Kırım arasında kalmış bir savaş bölgesi haline getirme düşüncesi hakimdir (McCarthy, 2017). Erangel 2.0 güncellemesi içerisinde ise Greene bu dediklerini yerine getirmiştir. Erangel daha kasvetli çok sık güneşli olmayan daha çok kapalı havaya sahip bir harita özelliğine kavuşmuştur. Haritanın içerisinde hangi savaştan kaldığı belli olmayan büyük top bataryaları bulunmaktadır. Bunlar kullanılabilir durumda olmamakla beraber görsel olarak oyuna bir atmosfer katmaktadır.

Oyunundaki bir başka büyük harita olan Miramar ile devam etmek gerekir çünkü duyurulan haritalar içerisinde de Erangel'den sonra o yayınlanmıştır (Sportskeeda, 2021). Erangel tema olarak Rusya ve Kırım bölgesinde geçtiği için o tema içinde bir yerleştirme yapılmıştır. Aynı şekilde Miramar da daha çok Latin Amerika örnek alınarak tasarlanmıştır. Şehirlere verilen isimler bölgenin çoraklığı gibi faktörleri göz önünde bulunduracak olursak Meksika'nın ücra bir köşesi olarak hayal edilen Miramar da Erangel gibi bir hayalet şehirdir.

Miramar, Erangel gibi 64 km<sup>2</sup> büyüklüğünde bir haritadır. Ancak kullanılabilen yani su olmayan yüzey alanının yüzdeliği %80,59 oranında olduğundan dolayı bu onu oyunun en büyük haritası yapmaktadır (WebDestroya, 2018). Bu haritanın özellikleri Meksika üzerine çalışan bir grup tarafından tasarlandığı için ciddi benzerlikler bulmak mümkündür. Örneğin büyük çöller görmek mümkündür. Aynı zamanda büyük apartmanların olduğu şehirler yerine daha ufak binaların bulunduğu ve şehirden ziyade

kasaba ağırlıklı yerleşkeler bulunmaktadır. Büyük bölgelerin dışında ise ciddi bir boşluğun haricinde ise gözle görülür bir fazlalıkta tepeler ve dağlar mevcuttur.



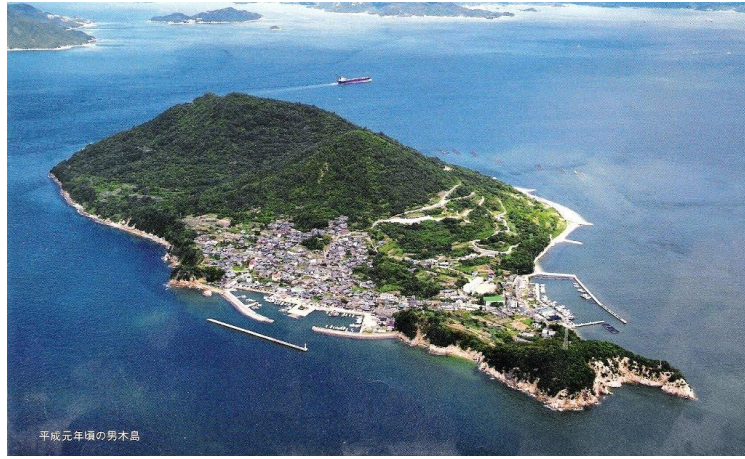
Şekil 9. Miramar Haritası



Şekil 10. Sanhok Haritası

Miramar sonrasında ise oyuna çıkan diğer bir harita ise Sanhok haritasıdır (Sportskeeda, 2021). Sanhok bakıldığında yukardaki temel özelliklerin hepsini taşıyan bir harita olmakla beraber  $\text{km}^2$  olarak diğer haritalardan biraz daha ufak bir haritadır. Bu haritanın büyüklüğü  $16 \text{ km}^2$  olmakla beraber kullanılabilir toprak yüzeyin büyüklüğü %49,26 olarak belirlenmiştir (WebDestroya, 2018). Bu durumda Livik haritası gelene kadar en küçük ve ondan sonra ise oyunun en küçük ikinci haritası olmuştur. Bu harita diğer haritalarda olduğu gerçek bir bölgeden esinlenilmiştir. Daha çok Asya coğrafyasında görmeye alışık olduğumuz bir yapısı vardır. Tayland ve Filipinler benzeri bir ortam hayal edildiğini Greene tarafından bize aktarılmıştır. Greene bu harita daha yayınlanmadan önce verdiği bir demeçte şu şekilde konuşmuştur; “Kore’deki önemli bir artist şu an gerçeklik üzerine çalışıyor ve bölgedeki ağaç ve yapılarla ilgili kitaplar okuyarak kendini geliştiriyor. Sıradaki haritamız gerçekçilik konusunda en iyisi olmalı (McCarthy, 2017)” şeklindeki düşünceleri sonucunda Sanhok’un meydana çıktığını düşünebilir.

Sanhok'un bir başka dikkat çekici yanı ise oyunun yapımcısının etkilendiği Battle Royale filminin geçtiği bölgeyi de ciddi oranda çağrıştıran bir yapısı var (PUBG Mobile, 2018). Bakıldığında filmde bahsi geçen bölge de Asya'da yeşilliklerle kaplı bir ada ve bu ada bir hayalet şehir şeklindeydi aynı şeyleri bulmak oyun içerisinde de mümkün durumdadır (bkz. Şekil 11).



Şekil 11. Battle Royale İçin Esinlenilen Ada (*Setouchi Explorer*, 2019)

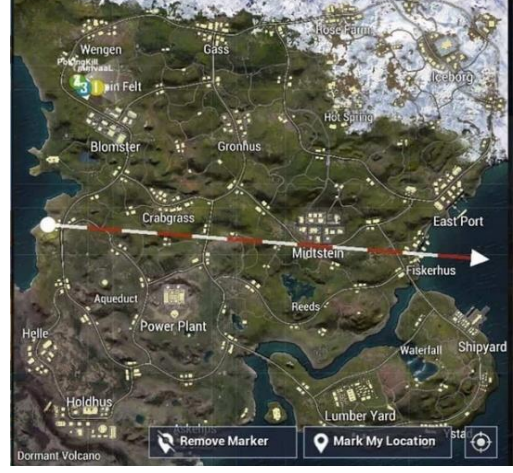
Bir başka açıdan bakmak gerekirse Erangel hem yeşil hem de sarı tonları barındıran bir haritayken yani boş araziler, şehir ve ormanlar iç içeyken bu durum Miramar ve Sanhok da devam etmediğini görmekteyiz. Miramar alabildiğinde boşluk ve çöl üzerine kurulu şehirler varken Sanhok da ise her taraftan ağaçlar ve ormanların içlerine kurulu şehirler görüyoruz.

Sanhok sonrası gelen harita Vikendi olmuştur. Vikendi ise daha çok Avrupa içerisinde geçtiği düşünülen bir bölgeyi konu almaktadır. Adriyatik bölge içerisinde olduğu varsayılan bu bölgede diğerleri gibi bir hayalet şehridir. Aynı zamanda harita karla kaplı olmasının yanında hava durumu içerisinde duruma bağlı olarak oyun içerisinde kar yağması da muhtemeldir. Bu haritanın büyüklüğü ise 36 km<sup>2</sup> büyüklüğündedir. Kullanılabilir kara oranı ise %40,29 olduğu için Erangel ve

Miramar'ın ardından oyundaki en büyük üçüncü harita olmaktadır (WebDestroya, 2018).



Şekil 12. Vikendi Haritası



Şekil 13. Livik Haritası

Harita üzerine konuşmak gerekirse bakıldığında ciddi oranda bir orman yoğunluğu göze çarpmaktadır. Karlı ormanların içerisine yerleştirilmiş ufak kasabaların bulunduğu bu haritada diğer haritalardan farklı olarak araba ve motorların yanı sıra kar üzerinde gidebilecek araçların bu haritada kullanılması oyun içerisindeki atmosferi değiştirmektedir.

Livik ise oyuna en son gelen haritadır (Sayal, 2020). Bu harita içerisinde bakıldığında bundan önce çıkan bütün haritalardan birer parça bulunabilir. Haritanın Kuzeydoğusu Vikendi, Güneybatısı Miramar, Kuzeybatı ve Güneydoğu ise ormanlık bölgelerden oluştuğu için Sanhok'u anımsatmaktadır. Orta kalan bölge ise doğrudan Erangel'in şehir yapısının hatırlatan benzer şehirler ile doludur. Tema olarak ise daha çok kuzey ülkelerini çalıştıkları düşünülmektedir. Hem karlı hem ormanlı hem de yer yer karsız yeşillikler içinde kurulu şehir ve kasabalar ile Norveç – İsveç gibi ülkeler üzerine çalışıldığı düşünülmüştür.

Livik haritasının özelliği ise diğer haritalar gibi 100 kişinin oynadığı değil 50 kişinin oynadığı bir harita olmasıdır. Aynı zamanda büyüklüğu ise diğerlerine oranla ciddi oranda küçüktür. Öyle ki tüm haritanın kapladığı alan 4 km<sup>2</sup> olduğunu düşününce ne kadar küçük olduğu ortaya çıkıyor. Harita özelinde bir başka söylenmesi gereken şey ise bu oyunun yapımcıları bu oyunu duyururken 15 dakika içerisinde bitecek şekilde tasarladıklarını ve “Yeni bir deneyim” başlığı altında duyurmuşlardır (PUBG Mobile, 2020).

### **2.4.2.3 Kozmetik Ürünler ve Oyun İçi Satın Alımlar**

Kozmetik ürünlerle ilgili veri toplanması odak grup çalışması ile yapılacaktır. Ancak ondan önce bu konu hakkında bilgi verilmesi gerekmektedir. Araştırma boyunca kozmetik olarak bahsedilen şey aslında ‘skin’ olarak oyun içerisinde geçmektedir. Ancak Türkçe karşılığı deri, ten, kaplama olarak geçtiği için aslında ima ettiği ise görsel olarak değişimdir. Bu sebepten dolayı tezin geri kalanında kozmetik kelimesinin kullanılması uygun görülmüştür.

PUBG Mobile içerisinde ve hatta oyunun bilgisayar versiyonu içinde geçerli bir durumdur. Bu sebepten ötürü bu noktadan başlamak gerektiğine inanıyorum. Oyun içi kozmetik ürünlerinin oyunun yapısına ve mekaniğine en ufak bir etkisi yoktur. Yani aslında hiçbir şekilde yeni bir ürün satın alındığında karakter ekstra bir güç kazanmamaktadır. Yapılan kıyafet ve silah alımları sadece görsel değişiklikler olarak kalmaktadır. Oyun içerisinde kozmetik ürünlere farklı yollardan ulaşmak mümkündür. Oyun içerisinde iki türlü kozmetik ürün kazanmak mümkündür. Bunlar süreli ve kalıcı olarak ikiye ayrılmaktadır.

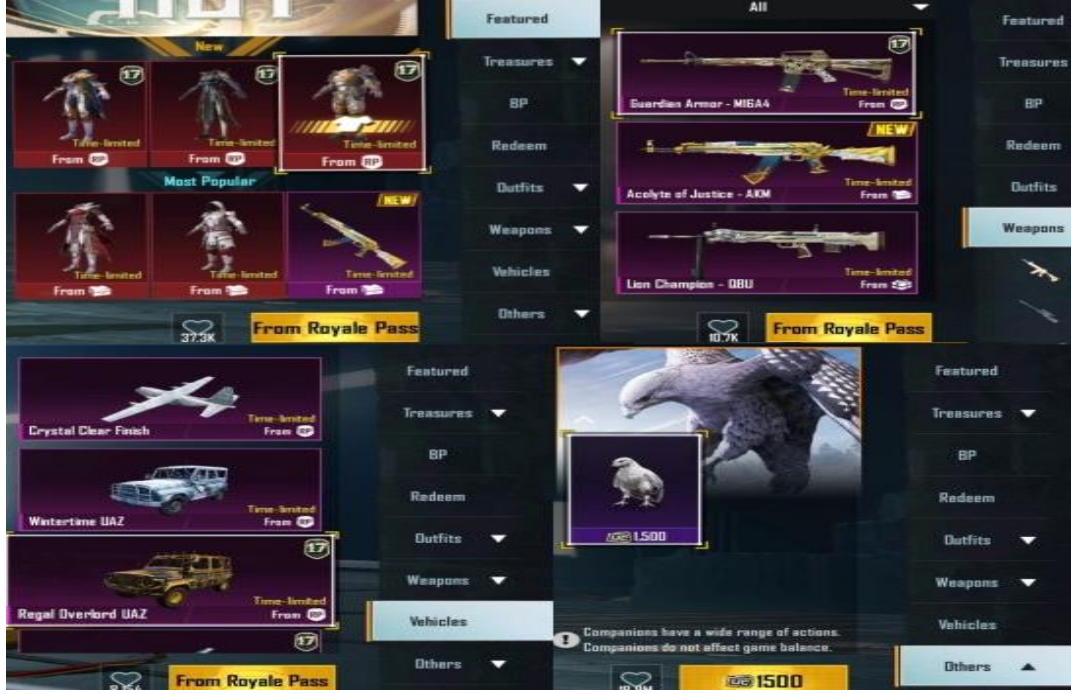


Şekil 14. PUBG Mobile Market İçerisinden Görüntüler

Sürelili ekipmanlar (bkz. Şekil 14) aslında oyun içerisinde var olan ancak oyun parası ile alınabilen ürünler olduğundan ötürü bu ürünleri süreli olarak oyuncuların beğenilerine sunar ve envanterine eklenir ancak deneme süresi belirlenir. Süre dolduktan sonra ürünler envanter üzerinden de silinerek kaybolur ve oyuncu beğenirse bu ürünleri satın alabilir. Bu ürünler genelde küçük etkinlikler aracılığıyla gelmektedir. Bu etkinliklerin genel olarak amacı ise aslında bu ürünleri tanıtmaya yöneliktir.

Bir diğer kozmetik türü ise kalıcı olanlardır. Kalıcı ürünler (bkz. Şekil 14) kazanıldığı takdirde oyuncunun envanterine eklenmektedir. Kalıcı ürünler duruma göre bir etkinlik ile gelebildiği gibi bir görev kuyruğunun sonunda ödül olarak da gelebilmektedir. Bu ürünler kalıcı olduğundan dolayı oyuncunun inisiyatifi doğrultusunda kullanılabilir. Oyuncu eğer isterse bu ürünleri oyun parası karşılığında geri vererek o ürünün karşılığını hesabına oyun parası olarak eklemektedir.



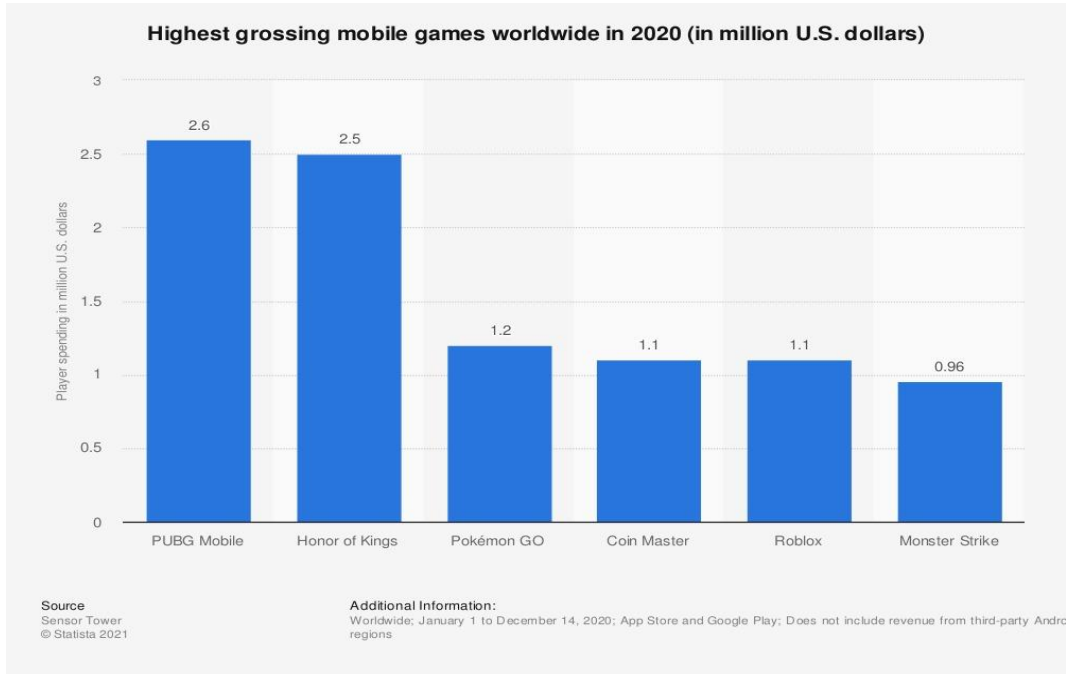


Şekil 15. PUBG Mobile, Market Üzerinden Alınabilecek Kozmetikler

Oyun içi satın alımlar, kozmetik ürünlerin satın alınması, sezonluk oyun üyeliği ve prime üyelik şeklinde bölümlere ayrılmaktadır. Oyun içerisinde günlük görevler karşılığında ve her oyun sonunda alınan başarıya göre kazanılan BP (Battle Points) olarak geçmektedir. BP haricinde farklı satın alım birimleri de mevcuttur. Bir diğeri ise kıyafetleri ve silah parçalarını geri verildiğinde kazanılan Silver Coin olarak geçmektedir. Ayrıca market üzerinden BP ile de Silver Coin satın alınabilmektedir. AC (Ace Gold) ve UC (Unknown Cash) gibi birimler ise belli başarıları açıldığında, oyun kazanıldığında, etkinliklerde, günlük ve haftalık girişlerde aynı zamanda Prime olarak oyuna abone olduğunda sezon boyunca her alınan seviye üzerinden bu para birimlerinden kazanılmaktadır (Clement, 2020). UC özellikle sadece oyun aboneliği ve Prime abonelik gibi durumlar neticesinde kazanılmaktadır.

Şekil 13 üzerinde görüldüğü şekilde üyelik ve diğer ücretlendirmeler gözükmektedir. Oyun içerisindeki kozmetik ürünlere gelecek olur isek ayrı ayrı oyun içerisindeki kullanılan silahtan, kafaya giyilen kaskete, surata takılan maskeye, çantaya ve daha birçok şey üzerine kozmetik ve aksesuar geliştirilmiş ve market üzerinden satışı sağlanmaktadır. Görsellerle anlatmak gerekir ise Şekil 14'ye bakıldığında kıyafetler, silahlar, uçaklar, araçlar ve hatta savaş alanında yanınızda bulunan bir kuş sahibi bile olabilirsiniz ve bunların hepsi tamamen UC ile alınan aslında gerçek para ile karşılığı olan ürünlerdir.

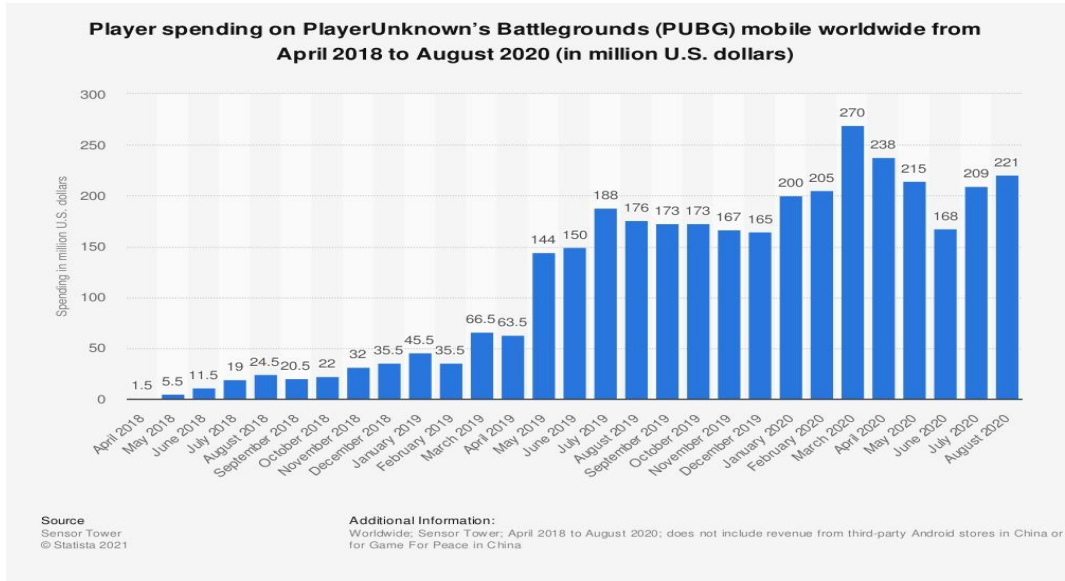
Tablo 3. 2020'de dünya çapında en yüksek hasılat yapan mobil oyunlar (milyon ABD doları cinsinden) (Sensor Tower, 2020)



PUBG Mobile ücretsiz bir oyun olarak Android ve IOS marketi üzerinden ulaşılabilir. Ancak bu ücretsiz oyun çıktığı ilk günden itibaren ciddi şekilde oyun içi satın almalarla mobil oyun piyasasında çok önemli bir konuma gelmiştir.

PUBG Mobile'ın etkinlikleri, kozmetikleri ve aksesuarları oyun içi satın almaları etkisini sayısal olarak göstermek gerekirse 3. ve 4. tablolar içerisinde de görüldüğü üzere sadece oyun içi satışlar ve sezonluk üyelikler üzerinden kazanılan para ortadadır. Ayrıca geçtiğimiz sene içerisinde – 2020 yılı – PUBG Mobile en çok kazanan mobil oyun olarak istatistiklere geçmiştir (Sensor Tower, 2020). Pandemi dönemi içerisinde kendini geliştirmeye ve evlerine kapanmış oyuncuları kendine çekmeyi başardığını söylemek mümkündür.

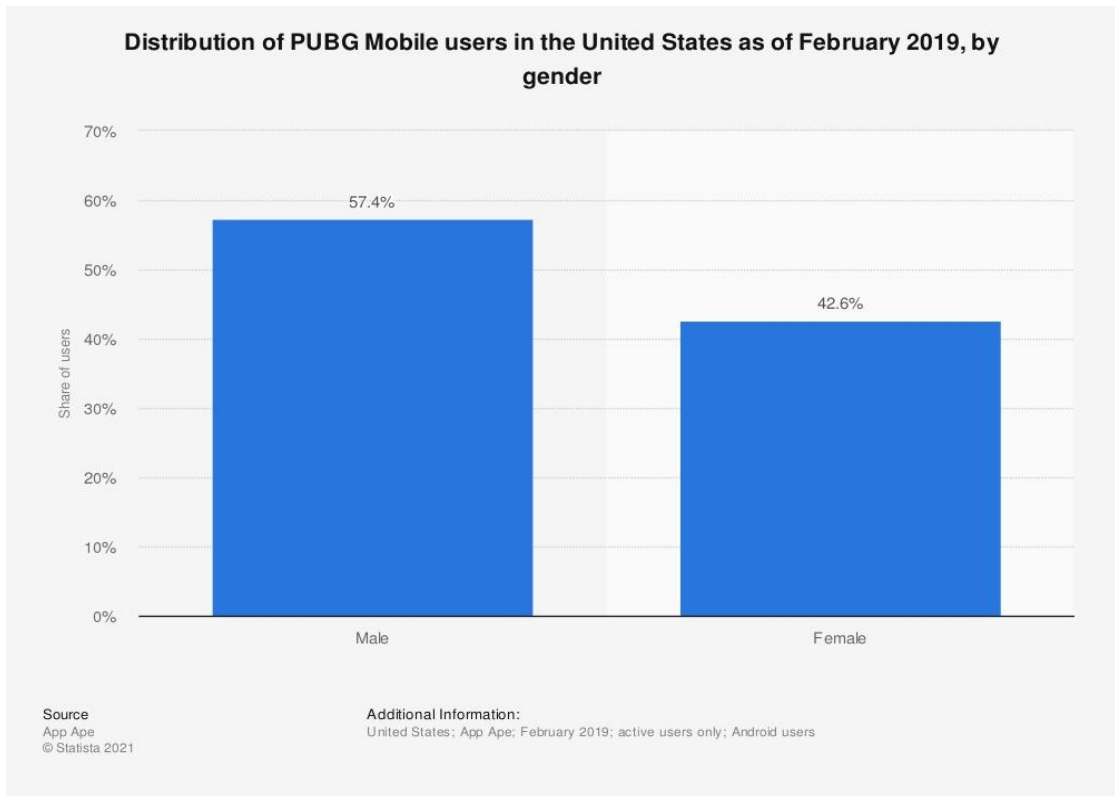
Tablo 4. Oyuncu Nisan 2018'den Ağustos 2020'ye kadar tüm dünyada PUBG mobile harcaması (milyon ABD doları cinsinden) (Sensor Tower, 2020)



Karakter kişiselleştirme amaçlı satılan kozmetiklerin sınırı bu oyun içerisinde yoktur. Oyun içerisinde kadın veya erkek kıyafeti şeklinde bir ayırım bulunmamaktadır. Ayrıca kıyafet kozmetikleri açısından bakıldığında aslında satılan kıyafetlerin neredeyse hepsi kadın karakterin bedenine göre tasarlanmıştır. Kadın karakter ile herhangi seçtiğiniz bir kıyafet üzerine tam otururken, erkek karakter için aynı şeyi söylemek mümkün değildir. Belli kıyafetler kadın karakterler için tasarlandığı için erkek karakter onu giydiğinde üzerinde komik durmaktadır. Oyun

içerisinde kıyafet giyinme konusunda herhangi bir çizgi ya da kural olmadığı için kimi oyuncuların erkek karakter ile isterse etek ve topuklu ayakkabı tercih ettiğini görebiliriz. Kozmetikler üzerinde kıyafetler kısmındaki özgürlüğü görmek mümkündür. Ayrıca kadın oyunculara özel olarak çıkan kıyafetler ise kadın oyuncuların ayrıca ilgisini çekmektedir.

Tablo 5. Şubat 2019 itibarıyla ABD'deki PUBG Mobile kullanıcılarının cinsiyete göre dağılımı (App Ape., 2019)



Kadın oyuncu sayısının bu oyundaki 2019 Şubat ayı içerisindeki dağılımı Tablo 5 (App Ape., 2019) görüldüğü üzere %42,6'lık bir oran ile kadın popülasyonu bulunmaktadır. Kadın popülasyonunun FPS ve TPS oyun içerisinde bu şekilde yoğun olduğu bir başka oyun örneğine bu çalışma yapılırken araştırılsa bile ulaşılamamıştır. Varsayım da bulunmak gerekir ise oyun içerisindeki kozmetik ürünlerin çoğunluğu ve

kadınlara yönelik oluşu olduğu söylenebilir. Bu sorunsalın sebebini ise odak grup çalışması üzerinden bulunmaya çalışılacaktır.

## **2.5 Kültür'ün Metalaşması Temelinde PUBG Mobile**

Kültür kendi başına bakıldığında ciddi anlamda büyük bir tanımdır. Ondan dolayı önce bu kültürü bir tanımlamak gerekir. Bu tanımlamanın en genel hali günlük hayatta hem akademik olarak bakıldığında hem sanat ve sanatsal pratiklerdir. Popüler kültür ve kitle kültürünün haricinde yüksek kültüre ait yaratıcı ve dışavurumcu sanatlar, gündelik dildeki kültürlü olan insan ve kültürlü olmayan insan olarak ayrıştırılmıştır. Kültürel çalışmalar tarafından bakıldığında yüksek kültür elitist bir bakış açısıdır (Chandler & Munday, 2018).

Kültür tanımının tarihinde ilk ortaya çıkışında ifade ettiği aslında, hayvan ve bitki yetiştirilmesinin sonucunda bunlardan belli ürünlerin elde edilmesiydi (Güngör, 2018). İlerleyen zamanla beraber insanın kendini ve yeteneklerini geliştirmesi olarak kullanılmaya başlandı (Güngör, 2018). Ancak bu noktada da kalmayarak zamanla toplu halde yaşayan insanların günlük yaşamları içerisinde yarattıkları ve ürettikleri değerler, gelenekler, görenekler ve bu çerçevede yaşayışlarını, davranışlarını tanımlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmıştır (Güngör, 2018).

Kültür sadece sembolik, ruhsal, zihinsel, üstyapısal, enformasyon merkezli bir fikirler dünyasından ibaret olsaydı, kültürün ifadesi olarak dijital emek kategorisi veri madenciliği ve donanım montajı gibi dijital medya üretimi için gerekli olan somut işleri açıkça dışlardı (Fuchs, 2017).

Modernleşmenin etkisiyle kültüre dair görüş ve düşüncelerde ciddi kutuplaşmalar ortaya çıkmaya başladı. Kültürü düşünsel yetilerle, sanat ve edebiyat ile sınırlı tutan yaklaşımın sonucu kültürü toplumdaki bütün insanlarla, o insanların

yaptıkları her türlü üretimle özdeşleştirilen yaklaşım arasındaki kutuplaşmadır (Güngör, 2018).

PUBG Mobile içerisinde getirilen etkinliklerin yerel olanlarının genel olarak teması kültür üzerinden dönmektedir. Örneğin Cumhuriyet Bayramı temalı kutlamalar gibi ya da oyun nazardan koruması için nazar boncuklu, çanta ve silahlar kozmetikleri getirmektedirler ve oyuncular ise bunları alarak kullanmaktadır. Kapitalizm aracılığıyla şekillenen üretim ilişkileri ortamında yalnızca insanların gün içerisinde kullandığı ürünün haricinde, o insanın duyu, düşünce ve aklına yönelik üretimlerde de bulunur (Güngör, 2018).



Şekil 16. Türk Oyunculara Özel Nazarlık Etkinliği

PUBG Mobile oyunu genelinde etkinlikler, kozmetik ve harita gibi oyun içeriği olarak çok zengindir. Onun gibi olan oyunların da içerik olarak dolu olmasının bir sebebi oyuncuların mutluluğu açısından bakılmamaktadır. Oyunun içini oyuncuların arzularını ve gereksinimlerini karşılamak için değil, kazanç elde etmek amacıyla

asında kapitalist pazarın içerisinde büyüme için üretir ve tüketime sunulmaktadır (Güngör, 2018).

Kültürel öğelerin ciddi şekilde yoğun olduğu PUBG Mobile içerisinde bunun nasıl tüketildiği ve nasıl meta malzemesi olduğunu ilerleyen aşamalarda bahsedilmeye çalışılacaktır. Ancak kültürün oyun içerisinde kapladığı alan, yerel etkinlikler özelinde çok sık gözükmemektedir. Bunların nasıl inceleneceği konusu ise Frankfurt Okulu'nun ve özellikle Adorno'nun üstünde çalıştığı kültür endüstrisi üzerinden incelenmektedir.

Kültür endüstrisi temelinde ise Adorno ve Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorileri ile kültür yeni bir tanım kazanmıştır (Chandler & Munday, 2018). Adorno kültür endüstrisinin ana fikrinde ise sadece sembolik olarak üretilen ürünler ile tüketiciyi etkisi altına alarak oyalama amacı güttüğünü düşünmüştür (Chandler & Munday, 2018). Kültür endüstrisi ifadesi ilk olarak, Horkheimer ve Adorno tarafından 1947 yılında Amsterdam'da yayınlanan *Aydınlanmanın Diyalektiği* isimli kitapta söz edilmiştir (Adorno, 2011).

Kültür endüstrisinin, endüstri kısmını düz anlam olarak anlamamak gerekmektedir. Bu kelime konunun sıradan bir hal almasına ve yaygınlaşma tekniklerinin akla mantığa uygun bir hale gönderme yapmaktadır (Adorno, 2011).

Dijital oyunların, PUBG Mobile özelinde bakıldığında yaratmaya çalıştığı gerçeklik algısı ve hayatta kalma temelli bir oyun oluşu kişiyi konuya kolaylıkla çekmektedir. Bu durum oyun içerisinde oyuncunun kendini uzun süreler boyunca kaybetmesine sebep olabilmektedir. Aynı zamanda kitle iletişim araçlarının etkisine bakıldığında ise sürekli olarak gönderilen kültürle oyalanan insanlar giderek kendi gerçek yaşamlarından uzaklaşmakta, başkalarına, üstelik de gerçekte var olmayan karakterlere benzemeye çalışırken kendilerine yabancılaşmaktadır (Güngör, 2018).

Frankfurt Okulunun karşısında ise bir başka şekilde kültürü açıklayan ve kültür çalışmaları yapan Birmingham Kültürel Çalışmaları içerisinde Stuart Hall ve Raymond Williams bulunmaktadır (Güngör, 2018). Williams (1993) kültürü entelektüel, estetik ve ruhsal boyutlarıyla gelişmeleri sürecine bağlı olan bir yansıma olarak görmektedir (Williams, 1993). Çünkü onun fikrine göre her insanın ruhsal, estetik ve entelektüel gelişim süreci farklıdır. Bu süreç ise o kişinin kültürünü ortaya koymaktadır. Bu sebepten Williams'ın kültür tanımı, kültür tanımlar içerisinde en geniş tanım olarak görülmektedir (Güngör, 2018). Güngör (2018), kültürel çalışmaların özellikleri açısından ele alarak şöyle sıralamıştır;

- Konusu kültürdür. Özellikle de iktidarla ilişkili kültürel pratikler.
- Kültür olgusunu sosyal ilişkiler ve bağlamları içerisinde ele alır.
- Kültürel çalışmalar içerisinde kültür daima iki işleve sahiptir. Çalışmanın nesnesi olarak kültür. Politik eleştiri ve eylemin zeminini oluşturan olgu olarak kültür.
- Kültürel çalışmalar yerel ve evrensel kültürel alan ve söylemler arası ayrışmayı birleştirme ve yeniden anlamlandırma işlevini yüklenmiştir. Bilin ve bilinen, gözlemciye gözlemlenen şey arasında ortak kimlik ve ortak çıkar oluşturma kaygısı.
- Kültürel çalışmalar kendisini modern toplumun ahlaki evrimleşmesine ve politik hareketin radikal bir kulvarının oluşmasına adanmıştır. Ama bu demek değildir ki kültürel çalışmalar geleneği, değer yargısı olmayan araştırmacılarla yapılmaktadır. Eleştirel politik harekete sahip biri de kendisini toplumun yeniden yapılandırmasına adayabilir. Bu nedenle kültürel çalışmalar da endüstriyel kapitalist toplumlardaki egemen yapının anlaşılması ve değiştirilmesi hedefi güder. (Güngör, 2018, ss. 326-327)

Kültürel çalışmalar ağırlıklı olarak dil, ideoloji ve edebiyatın yakınlaşması hatta fazlaca iç içe geçmesi sonucu ortaya çıkan bir araştırma geleneğine dönüşmüştür.

Althusser(2015), Devletin İdeolojik Aygıtları (DİA) fikrini ortaya koymuştur.

Bunun üzerine ise her şeyin ve herkesin bir şekilde kontrol altında kalabilmesi için tasarlanan ve devletin gözetiminde olan DİA'larını sunmuştur;

- Dinsel DİA (Kilisenin oluşturduğu sistem)
- Okul DİA'sı (gerek devlet gerekse özel okulların oluşturduğu sistem)
- Aile DİA'sı
- Hukuki DİA
- Siyasal DİA (değişik partileri de içeren sistem)



- Sendikal DİA
- Haberleşme DİA'sı (basın, radyo-televizyon vb.)
- Kültürel DİA (edebiyat, güzel sanat, spor, vb.) şeklinde uzamaktadır. (Althusser, 2015, s. 51)

Althusser(2015)'in ortaya koyduğu DİA'lar içerisindeki Haberleşme ve Kültürel DİA'lar arasında bir yere yerleşen dijital oyunlar yerini almıştır. Çünkü ulaştığı kitle ve nüfus bakımından incelendiğinde ciddi şekilde etkili olduğu görülmektedir. Bunun ise bir kontrol mekanizması içerisinde olması gerekir (Güngör, 2018).

Kültürün metalaşması ise metanın tanımıyla doğru orantılı olarak alınıp, satılabilen her şeyi bir ürün haline getirmesi üzerine kurulmuştur (Chandler & Munday, 2018). Kültürün ise bu şekilde tüketilişi dijital oyunlar ile açıkça ortaya konmuştur.

21. yüzyılın kültür endüstrisi içerisinde en çok göze çarpan şey ise dijital oyunların yükselişidir. Küresel olarak bakıldığında sıradan tüketici yaşamının önemli bir metası konumundadır. Her yaştan ve her kesimden insanın günlük yaşamlarının büyük bir kısmını oyunlara harcamaktadır. Kültür endüstrisinin birer metası olan dijital oyunlarda sunulan benzersiz seçimler ve serbestlikler aslında pek çok kurum tarafından da dikkatle izlenmektedir. Piyasaya sürülecek oyunlar incelenmektedir. Bu inceleme sonucunda oyunlar kategorize edilmekte, derecelendirilmekte ve belli bir çizginin içinde kalması için olabildiğince çaba sarf edilmektedir. Yani kimin hangi oyunu oynayacağı, oyunun daha çıkmadan çok önce planlanmış bir şekilde piyasaya sürülmektedir (Mısırlı, 2018).

Sonuç olarak bakıldığında kültür ve kültürün kullanılışı açısından dijital oyunlar içerisindeki yeri ve oyunların gelmiş olduğu durum neticesinde çok fazla kültürün meta olarak kullanıldığını görmekteyiz. Bunun sebebi kültürün, kitleleri çok rahat şekilde etkileyebilmesidir. Bu sayede kültürün gerek oyun içerikleri kozmetikler

gibi hem de oyunun sistemi gereği olan bir karaktere hayat vermesi ve o karakterle bağ kurması ve zaman kontrolünü kaybetmesinin bir etkisidir.

## **2.6 Tüketim Toplumu Temelinde PUBG Mobile**

Tüketim toplumu, tüketim kültürü içerisinde yer bulan ve aktif tüketicilerin, özellikle toplumsal kimliğin inşasında, metaları ve reklamları kendi amaçları için etkili şekilde kullanarak belirli bir alana yapılan göndermelerdir (Dal, 2017). Bu şekilde bakıldığında bu konuya biçim de en az içerik kadar önem kazanmaktadır (Dal, 2017). Bir başka açıklaması ise kültürel popülizmin pazarlama ve tüketim ile ilgili akademik çalışmalarla alakalı kültürel bağlamlar, pratikler, kurumlar ve söylemlerdir (Chandler & Munday, 2018).

Toplum içerisinde planlı bir şekilde hem yer hem de zaman kontrolüyle farklı şekillerdeki etkinlikler içerisinde olmak kişinin kendisini beraberinde de sosyal alanı yeniden üretir. Maddesel hayatın günlük üretim faaliyetleri ağı içinde üreten insan aynı zamanda bu hayatı, üretim faaliyetleri ağı içerisinde üreten insan aynı zamanda hayatı, üretimi, üretim ilişkilerini ve sonuçlarını, umut ve beklenti, umutsuzluk ve korku kendisi için ve gene aynı şekilde toplum için açıklayıcı olur (Erdoğan, 2004).

Eğer dikkat edilir ise popüler kültür bir kullanım ve tüketim kültürüdür (Erdoğan, 2004). Kullanım ve tüketim popülerin üretiminin ilk safhasından başlayarak, son kullanıma yani o ürünü atmaya kadar giden aşamasıdır (Erdoğan & Alemdar, 2005). Hatta aslında popüleri ise bir başka popüler olan yapmaktadır. Birbirini desteklemesinin ardından ikisi de bu konu üzerinden aslında kazanç sağlamış olur. PUBG Mobile üzerinden bakacak olursak eğer, oyun içerisinde gelen birçok etkinliğin belli bir teması bulunmaktadır. Özellikle evrensel çapta gelen etkinliklerde popüler olan ‘şeyler’ kullanılmaktadır. Nedir bu ‘şeyler’, müzik grupları, markalar,

farklı oyunların ürünleri, içecek markaları gibi birçok farklı sektörden alınan reklamlarla oyunu oynayan oyuncuların gözünün önünde popüler ürünler ve markalar sürekli bir şekilde maruz bırakılır.

Popüler kültür, kitle izleyiciler için üretilen kültürel medya içerikleridir (Erdoğan, 2004). Kitle medyasının içerikleri biçimsel özellikleri ve yayıncılık kodları açısından yorumlanabilir. Eleştirel teoride bu 'kitle kültürü' olarak da söylenmektedir. Kitleler için üretilen ürünler ise günün sonunda kültür endüstrisinin standartlaştırılmış ticari ürünleri ve medya metinleri olarak üretilen meta kültürü geleneğine halk kültürünün sahiciliğinden veya yüksek kültürün estetik değerlerinden ayrılarak sadece eğlence amacı olarak görüldüğü için reddedilir (Chandler & Munday, 2018).

Popüler sözcüğünün Türkçe kullanımını çok geçmişe dayanmamaktadır. Batıdan gelen popüler kelimesinin anlamı da yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermektedir. Popüler kelimesinin tanım olarak yanlış anlaşılması ve kullanılması ise hayli yaygındır. Ancak asıl halk anlamındadır (Erdoğan & Alemdar, 2005). Birçok kişi tarafından ise sevilen veya seçilen anlamına geldiği düşünülmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2005). Kitle kültürü içinde ticari amaçların gerçekleştiğiyle ilgili olarak üretilen ve popülerleştirilen ve hareketli bir görünüm kazandırılan popüler kültür yaratıldı. Popüler o sebepten kısaca halka ait olan demektir.

Popüler kültür mekanik ve elektronik çoğaltmayla niceliksel fazlalık ve niteliksel eksikliğin kültürüdür. Bu eksiklikten geçerek kapitalist market içerisinde yapısı materyal zenginlik elde eder ve güç kazanır (Erdoğan, 2004). Bakıldığında çünkü popüler kültür bir egemenlik alanıdır. Bu alan içerisinde iki farklı grup vardır. Bir grup bu grup içinde çalışmak için köle olurken, bir grup ise bu egemenliğe karşı mücadele verir (Erdoğan, 2004).

Bugün popüler kültürü analizini ve eleştirilerinin çoğunu 1930’larda kitle kültürü eleştirileri ile 1940’ların özellikle metaların üretimi ve dolaşımı çerçevesinde Marksist popüler kültür eleştirisi izler bunun haricinde şu veya bu şekilde hala bu eleştiriler etkisini göstermektedir. Bu etkinin sebebi ise popüler kültürü düşünülmesi, bu kültürün çoğunlukla da olumsuz olduğu düşünülen işlevlerinin tespitiyle sınırlıdır (Mutlu, 2004).

Dal (2017)’ın aktardığı şekilde Aylak Sınıf Teorisinin sahibi olan Veblen, tüketimin amacının hiçbir zaman sadece biyolojik ihtiyaçların tatmininden öteye gitmediği belirtmiştir. Ayrıca tüketimin toplumun faydası için kullanılmak yerine, israfa yönlendirilmesi ve bu davranışın her kesim tarafından da taklit edilmesinin yanlışlığı üzerinde durarak bu durumu eleştirmiştir (Dal, 2017).

Tüketim toplumunu anlamak, ihtiyaçların manipülasyonu sayesinde medyanın ve reklamcılığın bizi gerçekten ihtiyacımız olmayan şeyleri ihtiyacımız varmış gibi gösterip tüketiciye bunu ikna etme şeklidir (Lodziak, 1995). Bu fikrin sahibi Conrad Lodziak(1995) *‘İhtiyaçların Manipülasyonu’* isimli tezi ile bu konuyu tartışmıştır (Lodziak, 1995). Bir açıdan da aslında kapitalist sistemin yeniden üretimini açıklamak için kullanılabilecek en iyi örneklerdendir (Senemoğlu, 2017). Çünkü kapitalist egemen sınıfın, işçi sınıfı ile arasındaki mesafeyi koruyabilmesi için iktidarını kaybetmemesi ve aynı şekilde devam etmesi gerekmektedir. PUBG Mobile tarafında ise bu sistemin bir boyutu olduğunu görebiliriz. Yapımcı ve oyuncu arasında aslında bir noktada bu bağlamda bir durum yaşanmaktadır.

Sistemin bozulması düşünceye, günlük etik ve ideolojiye ters bir şekilde geçer. İhtiyaçların özgürleşmesi, bireyin, hazzın ve bolluğun serpilip boy atmasını biçiminde harcama, haz ve hesapsızlık temaları tasarruf, çalışma ve mal varlığı temalarının yerine geçer. Burada söz konusu olan yalnızca görünüşte olan bir insani devrimdir. Aslında

olan söz konusu durum, özünde değişmemiş bir sistem çerçevesinde diğer değerler sistemlerinin etkisiz hale gelmiş başka değerler sisteminin yerini almasıdır. Tüketicilerin ihtiyaçlarını ve tatminlerini bugün diğer üretim güçlerinin bir benzeri olarak baskı altına alarak üretimi güçlendirir (Baudrillard, 2008).

Gans (2018), ise kitle kültürünün ya da popüler kültür üzerinden de bakılabileceğini ve yaklaşık olarak iki yüz yıllık süreç içerisinde ortaya çıkan eleştirileri dört ana tema etrafında toplamıştır;

- Popüler kültür yaratmanın olumsuz özelliği. Popüler kültür çok da keyifli değildir. Sebebi ise yüksek kültürün tam olarak zıttı olarak çalışır. Kâr amacı güdülerek sadece para ödeyen tüketiciyi hedef alır.
- Yüksek kültür üzerindeki olumsuz etkiler. Popüler kültür yüksek kültürden alıntılar yapar ve bu şekilde onu değersizleştirir. Ayrıca gelecekte çok başarılı olabilecek yüksek kültür yaratıcısını etkileyerek yetenek kaynaklarını tüketir.
- Popüler kültür izleyicileri üzerindeki olumsuz etkiler. Popüler kültür içerisinde üretilen ürünlerin tüketimi, tüketici üzerinde en fazla sahte mutluluklar yaratmaktadır. Bu durum ise tüketiciye en fazla duygusal olarak zarar verir.
- Toplum üzerindeki olumsuz etkiler. Popüler kültürün yayılması yalnızca toplumun kültürel kalitesini düşürmekle kalmaz, aynı zamanda totaliter rejimlere bile sesini çıkarmayacak, ayakta uyuyan, değişik bir toplumun oluşmasına açık kapı bırakır. (Gans, 2018, s. 43)

İnsanlar sıkıcı ve birbirinin aynısı olan ürünleri genelde çok fazla tercih etmez. Hatta çoğunlukla olabildiğince ayırt edilebilen çevresindekilere benzemeyen mümkünse de daha gösterişli ürünleri tercih etmektedir. Durum böyleyken seri ürünlere yönelik ilgi azalırken daha kişiye özel, sipariş üzerine üretilen haliyle kişiye özel olduğu için daha da kaliteli olan ürünlere yönelik talep artmaktadır (Senemoğlu, 2017).

Popüler kültürü işlevi üzerinden değerlendirmek aslında onun bir içeriğe indirgemekten başka bir şey değildir. Bu indirgemenin yöntem bakımından önemli bir sorunu vardır. İçeriğe indirgeme, küçük ve atılması kaçınılmaz bir adımdan başka bir şey değildir. Sonrasında ise popüler kültürün günümüzde bu içerik için önde gelen

üretim ve dağıtım kurumları sayesinde kanalları olan medyaya indirgenmesine yol açar. Bu durumun sonucunda haliyle eleştiriler bir anda kültür eleştirisi yerine medya eleştirisine dönmektedir (Mutlu, 2004).

Günümüz endüstri toplumu, hayatı nesnelere üzerine kurarak düzenlemektedir. Tüketim toplumu ise tek başına ürünler tüketilmesiyle açıklanamaz. Artık insan ihtiyacına denk düşen bir nesneyi tüketmekten daha farklı olarak tüketimin kendisi bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bundan dolayı tüketim arzusu asla doyuma ulaşan bir niteliğe sahip değildir. Bunu ise Lodziak (1995)'in ihtiyaçların manipülasyonu teziyle tam olarak açıklanamaz. Öyle ki, tüketim toplumunda da bireyler hala rasyonel seçimlerde bulunmaktadır. Ancak rasyonel olarak görülen seçimler süreç içerisinde değişime uğramaktadır. Tüketilen nesne ya da şey tüketiciye ihtiyaç hissi yaratmaktan çok ona yüklenen anlamla ilişkilendirilerek tüketime sunulduğu için, tüketici ihtiyacı olmasa da satın alabilmektedir. Çünkü o bahsedilen nesne ne ise kendi kullanım alanının dışında bireye bir kimlik kazandırmaktadır (Senemoğlu, 2017).

Tüketim kültürünün sirayet etmesi insanlar, şehirler, ülkeler arasında ciddi kültür farklılıklarının ortaya çıkmasıyla kendisiyle beraber getirmektedir. Çünkü tüketim nesnelere evrenselliği söz konusudur. Bu durumda birey tükettiği nesneye yüklenen imajı bir diğerine aktarmanın getirmiş olduğu haz duygusu tarafından ele geçirilmiş durumdadır (Senemoğlu, 2017).

Tüm bunları genel anlamda göz önüne aldığımızda ortaya çıkan tablo içerisinde, dijital oyunların ve mobil oyunların yalnızca boş zaman değerlendirmek amacıyla üretilen araçlar olmadığı ortadadır. Bir bakıma her oyun üzerinde ustalıklarla düşünülüp tasarlanmış bir ideolojik metadır (Mısırlı, 2018).

## Bölüm 3

### ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu bölüm, çalışmanın araştırma yöntemine odaklanmaktadır. Araştırmanın metodu, araştırmanın modeli, hedeflenen popülasyon ve örneklem ile veri toplama yönteminin ayrıntılı açıklamaları bu bölümde yer verildi.

#### 3.1 Araştırmanın Metodu

Bu çalışma oyuncuların oyun içerisinde maruz kaldıkları oyun içi satın alımlar ve tüketme temelli kurulan bir sistemin farkında olup olmadıkları ve oyun içerisinde edindikleri deneyimler çerçevesinde ele alınacaktır. Kültür kavramının Kültür'ün dijital oyunlarda özellikle örneklem olan PUBG içerisinde nasıl dönüştüğünü inceleyerek bunu belli bir oyun deneyimine sahip olan oyuncularla yapılacak olan odak grup çalışması sonucu ortaya koymaya çalışılacaktır.

Örnek olarak seçilen PUBG Mobile bir metin olarak ele alınmış ve ürettiği kültürel mesajlar doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden katılımcı gözlem ve odak grup görüşmesi yapılarak çözümlenmiştir (Kellner, 2014). Oyunun geçirdiği aşamalar ve gerekli görülen ekonomik ve oyuncu dağılımları ile ilgili ikincil istatistik verilerden yararlanılmıştır. Aynı zamanda odak grup çalışması yapılarak oyuncuların fikir, görüş ve oyun oynama pratikleri üzerinden oyuncuların görüşleri analiz edilmiştir.

#### 3.2 Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli, karma model kullanılmıştır. Odak grup görüşmesi ve katılımcı gözlem yapılarak araştırma için gerekli veriler toplanılmaya çalışılmıştır.

Odak grup görüşmeleri erkek ve kadın eşit olacak şekilde toplamda sekiz kişiyle yapılmıştır.

Odak grup görüşmesi, araştırmaya katılan bireylerin belli bir konuda duygu düşünce ve görüşlerini anlatma etkinliği olarak tanımlanmaktadır (Karataş, 2015). Görüşmelerin temel amacı ise bireyin iç dünyasına ulaşmaya çalışarak oyuncunun oyun hakkındaki görüşlerini anlamaya çalışmaktır. Görüşme yoluyla araştırılan konu hakkında oyuncunun deneyimleri, düşünceleri, yorumları ve tepkilerine ulaşmak planlanır (Karataş, 2015).

Odak grup görüşmelerinin belli avantajları ve dezavantajları oldu. Bunlardan bahsetmek gerekirse öncelikle avantajlar ile başlamak daha doğru olacaktır. Görüşmelerin büyük çoğunluğunda katılımcılar soruların sonrasında heyecanlı bir şekilde oyunu o anda yaşamış gibi cevapları aktardıkları için en iyi şekilde sonuç alınmıştır. Odak grubun bir başka avantajı ise seçilen her katılımcı oyun içerisinde benzer seviye gruplarında olmalarının yanı sıra gerçek hayatlarında farklı meslek gruplarından ve farklı yaş aralıklarından oldukları için her birinin görüşü birbirinden farklı olmuştur. Bu ise çalışma içinde bir çeşitlilik yaratmıştır. Dezavantajlardan bahsetmek gerekir ise karşılaşılan tek sıkıntı katılımcıların belli sorulara kısa cevaplar vermiş olmalarıdır. Yönlendirici bir durumda bulunulmaması amacıyla ise kısa cevapların kabul edilmesi gerekmiştir. Ancak şanslı olunan kısım bu durumun çok fazla yaşanmamasıdır.

Katılımcı gözlem, herhangi bir şekilde, durumda ve kurum içerisinde ortaya çıkan şeyleri ayrıntılı olarak incelemek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Eğer araştırmacı, araştırma yapmak istediği konu özelinde kapsamlı ve geniş bir bilgi edinmesi gerekiyorsa katılımcı gözlem yöntemi bütün isteklere cevap verebilmektedir (Şimşek & Yıldırım, 2008).



Katılımcı gözlemin yürütüldüğü işlevler öncelikle oyun içerisindeki diğer oyuncuların izlenmesi üzerinden başladı. Ancak bunun yeterli görülmemesi üzerinde kişisel olarak da yapılan belli denemeler olmuştur. Bunlardan birini kaç tanesini örnek vermek gerekir ise, kıyafetli ve kıyafetsiz olarak oyunlara girerek oyuncuların yarattığı karaktere olan ilgilerini gözlemledim. Bu konudaki gözlemlerim bölüm 4 içerisinde yer anlatmaktadır. Bunun haricinde oyuncuların harita içerisinde hangi bölgelere daha fazla indiklerini de gözlemledim. Ayrıca, oyuncuların her etkinlik içerisindeki birbiriyle olan yarışını gözleme şansını buldum. Bu sayılanların gibi konularda katılımcı gözlemedeneyimlemek ve anlamak, araştırmamın niteliğini genişletme fırsatı verdi.

### **3.3 Araştırmanın Evreni**

Araştırmanın sürecine yön veren nitel araştırma yöntemi, temel olarak saha araştırması ve veri analizi gerektirir. Saha araştırmalarının başlangıcı 1200'lerden beri Avrupalı kaşifler ve araştırmacıları karşılaştıkları tuhaf kültürleri ve halklarını betimlemelerinde çıkardıkları ufak notlarla kullanılmaktadır. Akademik olarak ise saha araştırmaları 1800'lü yıllar içerisinde antropolojiyle birleşmiştir (Neuman, 2014).

Ancak bu çalışmanın verileri, niteliksel araştırma yöntemi ile toplandığından nicel araştırmalardaki gibi evren ve örneklem söz etmek çok olanaklı değildir. Nitel araştırmalar içinden ulaşılan bulgular sonucunda evrensel bir genelleme özelliği yoktur. Bunların farkında olarak bu açıklamalar yapılabilir:

Araştırmanın ve tezin konusu çerçevesinde bakıldığında evrenini PUBG Mobile oynayan oyuncular oluşturmaktadır. Ancak bu evren çok büyük olmasından ötürü örneklem seçme yoluna gidilmiştir. Örneklem dört erkek, dört kadın olmakla beraber sekiz kişi üzerinden bulunmuştur. Oyunun indirilme sayısı 734 milyon olmasının yanı sıra oynayan aktif oyuncu sayısı ise 50 milyon dolaylarında olduğu

düşünülünce örneklem seçilmiştir (Chapple, 2020). Alan araştırması süresince mobil cihazlarla oynayan oyuncularla görüşülmüştür. Oyunun emülatör yardımıyla (emülatör: verinin bilgisayara aktarılarak bilgisayar üzerinde bulunmayan bir dosyanın kullanımını sağlayan yazılım) oynanabilmesinden ötürü emülatör kullanıcıları ile de görüşülmemiştir. Ayrıca amaca yönelik oyuncuların belli birer seviyenin üzerinde tecrübeye sahip olmalarına ayrıca dikkat edilerek görüşülecek kişilerin oyunu belli bir seviyenin üstünde oynayan oyuncular arasından seçilmesine önem gösterilmiştir. Bunu biraz daha açmak gerekir ise seçilen oyuncuların oyun seviyesi olarak 35 seviye ve üzeri olunmasına dikkat edilmiştir. Bunun getirisi ise bu seviyeye ulaşan oyuncu ciddi bir emek sarf etmiş ve oyun deneyimi kazanmıştır. Katılımcının vereceği cevapların büyük çoğunluğu deneyimlerine dayalı olduğundan ötürü oyun içi deneyimin karşılığı olan seviyenin yüksek tutulmasına bu sebepten ayrıca çok dikkat edilmiştir.

### **3.4 Veri Toplama Yöntemi**

Analizin büyük bir kısmını oluşturan literatür taraması ile başlayan, devamında ise katılımcı gözlem ve odak grup çalışması ile devam eden bu çalışmanın yürütülmesi 2020 yılının ikinci yarısında verilen tez önerisi ile başlamıştır. Katılımcı gözleme başlanma tarihi aşağı yukarı tez önerisinin verilmesi ile resmiyet kazanmıştır. Hali hazırda Ocak 2019 tarihinden itibaren içerisinde bulunduğum PUBG Mobile oyunu, benim için oyundan çıkarak bilimsel bir araştırma vakasına dönüşmüştür. Oyunun içerisindeki izlenimleri, görüşleri ve odaklanan bölümleri konu dahilinde işlenmeye çalışılmıştır. Araştırma içerisinde odak gruba 13 adet araştırma sorusu sorulmuştur. Bu soruların ışığında devam edilmiştir. Bu soruların hazırlanma aşamasını ve temalara nasıl bölündüğünü ise bir sonraki bölümde açıklanacaktır.

Odak grup çalışması içerisindeki araştırma verilerinin toplanmasında alan araştırması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmaların hepsi iletişim teknolojilerinin imkân verdiği ölçü içerisinde internet aracılığıyla çevrimiçi programlar üzerinden görüşülerek ve görüşülen kişilerin onayları ve izinleri dahilinde ses kaydı alınarak veriler toplanmıştır.

Odak grup görüşmelerinin süresi 72 dakika 41 saniye uzunluğunda olmuştur. Veri toplama süresince elde edilen görüşmeler ses kayıtlarının düz konuşma metinleri haline dönüştürülmüştür. Görüşmeler boyunca sorulan sorular; oyunu neden tercih ettiği, haritalar hakkında fikirleri, oyunu oynama pratikleri, neye göre oynadıkları, oyun içi kozmetik ürünler, oyun popülasyonu hakkındaki fikirleri olmak üzere altı farklı tema üzerinden oluşmuştur.

Her bir metin içerisinde görüşülen katılımcı yaş, cinsiyet ve meslek olarak üç basamaklı olarak kodlanmıştır. Çözümlemeye metinlerde anlamı genel anlamı bozmayacak şekilde belli ifadeler düzenlenmiştir. Ancak bu düzenleme herhangi bir şekilde görüşülen kişilerin düşünceleri ve bu bağlamda söyledikleri şeylerin bütünselliği değiştirilmemiştir. Ses kayıtlarından oluşan metinler ve oyun hakkındaki katılımcı gözlem çerçevesinde ana başlıklar kuramsal ilişkiler kurularak tasnif edilmiştir (bkz. Ek A.).

### **3.5 Toplanan Verilerin Temalarının Belirlenmesi**

13 soru üzerinden toplanan veriler 6 tema altında incelenmiştir. Bunun sebebi ise soruların belli bir düzen içerisinde belli cevapları almaya odaklı sorulmuş olmalarındandır. Temalar kısaca şu şekilde belirlenmiştir; PUBG Mobile neden tercih sebebi olduğu, etkinlik beklentileri, oyun içi ürünlerin tüketimi, oyun içinde geçirilen zaman, harita tercihleri ve oyun popülasyonunun dağılımına bakılmıştır. Bu çalışma genel olarak bakıldığında oyuncuların oyun içerisinde tüketme temellinde kurulan bir

sistemin farkında olup olmadıkları ve oyun içerisinde edindikleri deneyimler çerçevesinde maruz kaldıkları oyun içi satın alımlar üzerinden ele alınacaktır. Kùltür'ün dijital oyunlarda özellikle örneklem olan PUBG Mobile özelinde nasıl dönüştüğünü inceleyerek, Kùltür kavramının işin içine girmesiyle oluşan değişiklikler ve belli bir oyun deneyimine sahip olan oyuncularla yapılacak olan odak grup çalışması sonucu ortaya koymaya çalışılacaktır.

## Bölüm 4

### ANALİZ VE BULGULAR

Bu çalışmanın dördüncü bölümünde odak grup görüşmeleri sonucunda ortaya çıkan belli veriler değerlendirilecektir. Bu veriler ışığında ortaya çıkan belli birtakım temaların oluştuğu görülmektedir. Bu temalar çerçevesinde yapılacak olan analizler sonucunda belli bulgulara ulaşılması planlanmaktadır. Görüşülen kişilerin bilgileri cinsiyet, yaş ve meslek olarak aşağıdaki tabloda bulunmaktadır. E1, K1 şeklinde kodlanmıştır.

	<b>Cinsiyet</b>	<b>Yaş</b>	<b>Meslek</b>
<b>E1</b>	<b>Erkek</b>	<b>30</b>	<b>İçerik Geliştiricisi</b>
<b>E2</b>	<b>Erkek</b>	<b>30</b>	<b>MCKS Operatörü</b>
<b>E3</b>	<b>Erkek</b>	<b>32</b>	<b>Bilgisayar Mühendisi</b>
<b>E4</b>	<b>Erkek</b>	<b>26</b>	<b>Aşçı</b>
<b>K1</b>	<b>Kadın</b>	<b>28</b>	<b>Garson</b>
<b>K2</b>	<b>Kadın</b>	<b>25</b>	<b>Yüksek Lisans Öğrencisi</b>
<b>K3</b>	<b>Kadın</b>	<b>22</b>	<b>Müşteri Temsilcisi</b>
<b>K4</b>	<b>Kadın</b>	<b>27</b>	<b>Eczacı</b>

## 4.1 Oyuncunun Çevresindekilerin Oyunu Oynamasının Etkisi

Odak grup içerisinde birbirinden en farklı cevapların verildiği ama ufak çaplı bir gruplama yapıldığında aslında birbirinden çok farklı cevapların olmadığını görürüz. Genel itibariyle aslında oyunun daha çok popülerliği sayesinde oyuncular bir şekilde bu düşünceleri çoğunluk tercihine kalmış durumdadır. Görüşmeler üzerinden örneklendirince daha açıklayıcı olacaktır.

*K2: Telefonda oynaması diğerlerine göre daha pratik geliyor. Ara yüz açısından da kolay bir oyun. Ayrıca telefona o kadar güzel aktarılmış ki bilgisayarda oynamaya gerek bırakmıyor. Yeterince tatmin edici bir oyun zevki veriyor. Diğerlerini o kadar sevemedim. Arkadaşlarımın hemen hepsi de PUBG Mobile oynadığı için de bir noktada bu oyunu tercih ediyorum.*

K2 daha çok bilgisayar oyunu yerine mobil oyunları tercih etmesinden ötürü önceliğinin PUBG Mobile olduğunu söylemektedir. Ancak bakıldığında oyunun zevk verme ve göze hoş gelen özellikleri bir yana aslında çevresinin yani arkadaşlarının tercih ettiği oyun olarak PUBG Mobile olması aslında onun bu oyuna ilgisini artıran ve daha çok oynamasına sebebiyet veren durum konumundadır. Diğer oyunları da denediği halde PUBG Mobile'ın artı değerlerini bir noktada daha önemli kılan şey arkadaşlarıyla beraber aynı oyunu oynayabilmenin vermiş olduğu hazdır. Bunun gibi bir başka ve daha derin yorum ise E3 tarafından yapılmıştır. Onun oyuna bakışı ve PUBG Mobile oynama motivasyonu aslında tamam anlamıyla arkadaşları tarafından tercih edilmesi ve popüler olmasıdır.

*E3: Hem bol miktarda insan bularak rahatça beklemeden oynayabiliyorum. Güzel, eğlenceli bir oyun, gayet zevkli mobil olması çok önemli her an her yerde oynayabilirim. Herhangi bir ortamda hadi PUBG dediğin zaman bir anda insanlarla kendini oyunda bulabiliyorsun. PUBG Mobile olmasının birinci sebebi popüler olması ve çevremde herkesin diğer Battle Royale oyunlara kıyasla PUBG Mobile oynuyor olmasıdır. Çevremde belki Call of Duty'nin oynayanları olsaydı belki bende onu oynardım ancak PUBG Mobile daha çok tercih ediliyor. Sebebi sanırım oynanabilirliği daha yüksek, popüleritesinden dolayı olduğunu düşünüyorum.*

E3 belli ki aslında Call of Duty'nin Battle Royale oyununu denemiş ancak çevresinde beklediği kadar oyun popüler olmadığını görmüştür. Bu sebeptendir ki aslında onun yerine popüler olan oyunu oynamaya devam etmiştir. Hatta söylediği çok önemli cümle var ki *“herhangi bir ortamda hadi PUBG dendiğinde kendini oyunda bulabiliyorsun”* aslında sanal bir oyunun sosyal hayata olan etkisini de göstermektedir. Bir başka açıdan baktığımızda oyunun buradaki birleştirici ve kapsayıcı yanını görmekteyiz. Ancak bunların tek bir belirli oyun tarafından gerçekleşiyor. Bunun da en büyük sebebi görülüyor ki popüleritesi ve popüler kültür içerisinde ciddi şekilde yer tutuyor oluşudur. Aynı zamanda daha önce FPS ve TPS oynamamış oyuncuların oynamaya başladığı ilk oyun olması dahası arkadaşlarının buna ön ayak oluyor olması ise durumun ulaştığı boyutu göstermektedir. Çünkü oyun ile sanal bir sosyallik kuruluyor. Ancak bunun içinde bulunmayan bir kişiyi buna dahil edebiliyor olduğunu görmekteyiz.

*K4: PUBG Mobile benim bu alanda oynadığım ilk oyun aslında arkadaş çevremde oynadığı bir oyundu ve onlar sayesinde aslında başlatıldım. Günlük hayatımda ortak arkadaş çevremle beraber oynayabileceğim, birlikte yapabileceğimiz farklı aktiviteler arasında olduğu için PUBG Mobile oynamaya başladım.*

K4 daha önce hiç oynamadığı türdeki bir oyuna arkadaşları sayesinde başlatılıyor. Oyunu oynamaya ikna olma aşaması ise günlük hayatında çevresindeki arkadaşlarının yaptığı aktivitelerden birisi olduğu için ve onlarla bu aktivite içerisinde bulunabilsin diye aslında kabul ederek devam etmiştir. Bakıldığında kendi isteği doğrultusunda başlamayan oyun oynama eylemi çevresinin etkisiyle değişmiştir.

PUBG Mobile özelinde bir oyunun bu şekilde popüler olmasının diğer sebeplerine bakacak olursak eğer birinci sırada gelen özelliği bilgisayar versiyonunun Battle Royale oyun türünün ilki olmasıyla da alakalıdır. Çünkü insanlar bu oyunu ilk olarak bilgisayar üzerinde çıktığını biliyor. Bu yapıda ve bu oyun düşüncesinde ilk

oyun olduğunu daha önce bilgisayar üzerinde oynayan oyuncular biliyordu. Mobil oyun oynayan insanlar ise bir şekilde kulak aşinalığı olduğu veya arkadaş çevresinden bilgilendirilmişlerdir. Bu sebepten ilk olmanın vermiş olduğu saygı ve güven ise bu oyunun tercih edilme sebeplerinden birisi olduğu gözlemlendi.

*E2: Benzerleri arasında en eğlenceli oyun PUBG Mobile olduğu için tercih ediyorum. Eskiden PC’de PUBG oynardım. İlk olarak bu tarzda çıkan bu oyun olduğu için bende yeri ayrıdır. Bu konumda olduğu için bana değerlidir. Mobile versiyonuna ise ilk başlayanlardan değilim arkadaş çevresi ile başladım.*

E2’nin de bahsetmiş olduğu durum bunu en güzel şekilde özetleyenlerden bir tanesidir. E2’nin oyun ile arasındaki bağı ilk bilgisayar versiyonu sayesinde kurulduğunu görüyoruz ve o da aslında arkadaşları sayesinde mobil versiyona başlamıştır. Ancak onun PUBG ve PUBG Mobile için düşüncesi bu oyun türünü ilk ortaya koyan olmasından ötürü ayrı olarak bir bağlılığı ve önemi vardır.

*E4: PUBG Mobile en global oyun ve bu Battle Royale oyunlarının ilki olduğunu düşünüyorum. İlki mi emin değilim benim bildiğim öyle, aynı zamanda görselliği ve oyun performansı olarak çok başarılı buluyorum. Bu sebepten ötürü PUBG Mobile tercihim.*

E4 ile E2’nin aslında birbirinden ayrıldığı nokta, birisi bu oyunu ilk olduğunu bilmekle beraber bu oyunun ilk oynayanlarından ve mobil versiyonuna o şekilde geçiş yapan bir oyuncudur. Ancak E2 bu oyunun popüler olduğunu biliyor. Dünya genelinde en çok oynanan oyun olduğunu biliyor ve bunların üzerinden yaptığı çıkarım “*bu Battle Royale oyunlarının ilki*” şeklinde oluyor. Ancak bakıldığında söylemiş olduğu önermenin doğruluğu konusunda emin değil ama kendi saydığı bilgiler neticesinde bu oyunun kendi türü içerisinde ilk olduğu fikrini uyandırıyor.

Bu oyunu neden oynuyorsunuz sorusu üzerine görüldüğü gibi birçok farklı cevap verilirken aslında hepsi belli bir düşünce üzerinde görüş ayrılığın gibi gözükse de genel anlamda verilen cevapların çoğunluğu aynı noktayı göstermektedir. Kimisi benzer oyunlarla kıyasladığında avatari için daha güzel kıyafetler bulunduğunu ve kıyafet



çeşitliliğinden dolayı bu oyunu tercih ettiğini söylemektedir. Bir başkası ise bu oyunu diğer benzeri oyunlara göre daha gerçekçi bulduğu için bu oyunu tercih ettiğini söylemektedir. Bunları bir kenara koyduğumuzda aslında herkesin çevresindeki insanlar tarafından etkilenecek oynadığı bir gerçek ortaya çıkmaktadır.

*K3: Oynaması kolay, ilgimi çeken kıyafetler var. Aynı zamanda eğlenceli ve erkek arkadaşım ile ortak oynadığımız tek oyun olduğu için tercihimdir.*

Örneğin biraz önce bahsedilen kıyafetleri beğendiği için oyunu oynayan K3 daha sonrasında erkek arkadaşıyla oynayabildiği tek oyunun bu olduğunu söylemiştir. Bu örnek gibi aslında birçok insan oyuna ister kendi isteğiyle ister çevresinin etkisiyle başlasın oyun içerisinde herkes kendisinin sevebileceği bir şeyler bulabilmektedir. Ancak bu oyun içerisinde bulunduğu şeylerin devam edebilmesinin en büyük sebebi ise popüler oluşundan kaynaklı olan çevresinin etkisidir.

## **4.2 PUBG Mobile Oyununda Oyuncuların Etkinlik Beklentileri**

Oyuncuların büyük bir kısmı oyun planını ve oyun içerisinde geçireceği vakit ayarlamasını etkinlikler üzerine kurmaktadır. Etkinlikler tasarlanırken belli görev sırasına göre gider ve bu görevlerin başarıları sonucunda oyunculara BP, Silver Coin ve AC tarzında oyun içi marketten alışveriş yapmaya yarayan çeşitli oyun paraları verir. Etkinliğin sonuna doğru ise kalıcı veya geçici kozmetik ürünler vermektedir. Yapılan görüşmeler neticesinde ortaya çıkan ortaya çıkan durum oyuncuların oyun alışkanlıklarının daha çok etkinliklerdeki hediyeler üzerinden şekillendiği yönündedir.

*K1: Etkinliklere bakıyoruz önce süreleri ne durumda ve verdiği hediyeler güzel ise eğer önce etkinliklerden başlıyoruz. Yok eğer hoşumuza gitmediyse görevlere odaklanıyoruz. Onları bitirince oyuna devam ediyorum.*

*E1: Bunu üçe ayırabilirsiniz. Birinci olarak etkinlik ikinci olarak görevler eğer bu ikisi de yok ise bu ikisini de bitirmiş durumdaysak o zaman kafamıza göre oynuyoruz. Ancak bu çok nadir oluyor. Ağır olarak etkinlik ve görevlere göre oyun oynuyoruz.*

Bir oyuncu grubu da var ki aslında ya oyunu daha çok oyun olarak görür ve vaktini sadece eğlenme odaklı olarak görmektedir. Oyun içerisindeki ödeme ile satın alınan sezon kavramı ve bunun getirisi olan ödülleri toplamak için kişinin kendini zorunlu hissederek bir oyun oynama noktasına gelme söz konusu olabilmektedir.

*E2: Çok uzunca bir süre sadece öylesine girdim. Maksat arkadaşlarla beraber oynamaktı. Sonrasında ise işin rengi değişti. Oyuna paralı üye oldum böyle olunca da verilen görevlere yöneldim. Bazen oyuna girme amacım "Aaa görevleri de yapayım aradan çıksın" gibi düşünüp arkadaşlarımla onları yapmaya çalışıyorum.*

Etkinliklerin geneli açısından söylenebilecek şöyle bir durum söz konusudur ki her etkinliğin zorluğu aynı değildir. Oyun tecrübesi olmayan yeni bir oyuncu için özellikle oyun içerisindeki etkinlikler kazanmak istediği bir kozmetik ürün olduğu durumda bile o etkinliği zorluğundan dolayı oynayamayacağı zor bir duruma düşebilir.

*K4: Bu alanda oynadığım ilk oyun olduğu için çok da gelişmiş değilim dolayısıyla yapabileceğim görevler olduğuna inandığımda o görevler üzerine de oynamışlığım olur.*

Oyuncular ile derinlemesine görüşmeler yapıldığında ortaya çıkan durum oyuncuların özellikle etkinlik üzerinden oyun pratiğini geliştirdiği üzerinedir. Hal böyle olmakla beraber oyunculara akıllarında kalan, severek oynadıkları bir etkinlik sorulduğunda bu sorunun cevabı gelmemektedir. Geldiği durumlarda ise ya güncel olan etkinlik söylenmekte ya da etkinliğin adı hatırlanmamaktadır.

*E3: Sürekli değişen bir şey aslında etkinlikler, şu an olan etkinlik çok güzel açıkçası alevli mermiler, donmuş mermiler, sıkıştığında önüne buzdan duvar çıkarma gibi özellikler var. Muhtemelen etkinlik sonunda bunlar bitecek ve yenide başladığı için oynanışı da değişti. Bundan önceki etkinliklerde oyunu etkileyen bir şey yaşadığımı hatırlamıyorum.*

Bu durum aslında tüketim toplumunun bir getirisidir. Günceli ve en yeniyi takip etme hastalığı sonucu yapılan işin dahi farkında olmayan bireylerin ortaya çıkmasıdır. Bauman(2016)'a göre bu durum tüketim toplumu içerisinde insanların değişen öncelikleri üzerine dikkati çekmektedir (Bauman, 2016). Tüketim toplumu

içerisindeki tüketicilerin herhangi bir zaman içerisindeki başka bir toplumdaki tüketicilerle aynı olmadığını dile getirir (Senemoğlu, 2017).

Etkinliklerin sık sık yenilenmesi ve dinamik bir şekilde değişmesi sonucunda oyuncular etkinlikler arasında görev yapmaya ve günün sonunda etkinlik bitene kadar verdiği tüm hediyeleri toplamaya çalışmaktadır. Bu durumun getirisi ve götürüsü farklı farklı şekillerdedir. Olumlu tarafı oyuncular tüm etkinlikleri takip etmeye çalışarak oyuna bağlı kalıyor. Olumsuz tarafı ise oyun yapımcılarının emekleri ve ortaya koydukları çalışmalar yani oyun içinde sürekli değişim içinde olan etkinlikler oyuncular tarafından tam anlamıyla özümsemeden tüketilmektedir. Bu tüketim hızı hem oyuncu hem de oyun yapımcısı tarafından aslında sıkıntılı bir durumdur.

*K2: İsmi hatırlamıyorum ancak piramitlerin olduğu bir etkinlik vardır. Piramitlerin içinde bulmaca çözmeye çalışıyorduk en son piramit havalanıyordu ve içeride bir bölüm sonu canavarını yenmeye çalışıyorduk. Aklımda kalan şu an tek etkinlik bu diğerleri çok aklımda kalmamış. Bir de bazen bir iki günlük kıyafet etkinlikleri oluyor onları hemen almak için oynuyorum. Kıyafet sonuçta kaçırırım.*

Yukardaki örneğin farklı bir versiyonu olumsuz bir örnek olarak verilebilir. Oyun içerisinde maruz kaldığı etkinlik sayısı ve yoğunluğundan dolayı aklında herhangi bir etkinlik veya başka bir şekilde düşünüldüğünde hiçbir emek kalmamıştır. Ancak etkinliklerin kendisi üzerinde etkisi kalmadığını söyleyen kişi neredeyse bütün etkinlikleri yapan ve tüm ödülleri toplayan kişidir.

*E2: Şu an aklıma gelmedi. Birkaç tane vardı böyle diğerlerinden ayrı olarak sivrilen ama bu kadar az hatırladığıma göre pek fazla etkisi olmamış diyebilirim.*

Etkinliklerin ismini ve etkinlik içerisindeki görevleri hatırlayan iki katılımcıya rastlanmıştır. Birisi hatırlamasının sebebi olarak arkadaşları ile oynaması ve verdiği ödülün etkisi olduğunu görüyoruz. Bir diğeri ise popüler kültür etkisi olarak karşımıza çıkan bir müzik grubunun etkinliği olduğundan dolayı hatırlamaktadır.

*K3: Blackpink etkinliği benim için çok eğlenceliydi.*

*K4: Etkinlikler arasında baştan sona oynayabildiğim tek etkinlik “Ace Challenge” etkinliği oldu. Etkinlik içerisinde bitirdiğim taktirde çok güzel bir set kıyafet veriyordu. Bu yüzden çok güzel bir etkinlikti. Bu kıyafeti kazanmak için etkinliği baştan sona oynadım. Gene arkadaşlarımla beraber oynamıştım.*

Oyuncuların gelecek günlerdeki oyundan beklentisi ise daha fazla etkinlik ve daha fazla kozmetik üründür. Yani aslında farkında olmadan, incelemeden sadece sahip olabilecekleri birtakım öğeleri istemektedir. Kullanılabilecek bir sürü kozmetik ürünü olmasına rağmen neden daha fazlası olmasın düşüncesinde, önüne gelen her şeye sahip olmaya çalışan bilinçsiz tüketiciler olarak yapımcıların verdiği ürünleri istemektedir.

*E4: Tekrardan başlamasını beklediğim herhangi bir etkinlik yok. Daha yeni etkinlikler daha yeni kıyafet ve silah skinleri gelmesi tercihimdir.*

Oyunun yapımcılarının ise aslında etkinliklerden beklentisi aslında bu olduğu gözden kaçmamalıdır. Oyuncunun ilgisini çekebileceği her türlü şeyi metalaştırma üzerine gitmektedir. Bu şekilde oyunun hem oyuncu popülasyonunu yüksek tutarken aynı zamanda marketten alışveriş yapmasını sağlamaktadır.

Oyuncuların bir kısmının ise eski etkinliklerin geri gelmesi konusunda çok istekli olduğu fark edilmiştir. Oyuncuların bu taleplerini incelediğimizde ise ortaya çıkan durum şu şekildedir;

*K2: Kuş dağıtılan bir etkinlik olmuş ve ben bunu kaçırdım. Açıkçası bunu çok kısıkanıyorum herkesin omzunda bir kuş var benim omzumda yok. Keşke tekrar başlasa çok üzüliyorum bende yok diye çünkü neyse o etkinlik gelsin tüm görevleri yapacağım.*

Kaçırılan, yapılamamış ve aslında alınamamış ödülleri geri isteyen insanlarla karşılaşmaktayız. Oyunu belli bir süre oynamış ve emek vermiş olan oyuncular, oyuna ara verdikleri sırada gelen bir etkinliği kaçırdıklarını diğer oyuncuların kozmetik ürünleri üzerinden fark etmektedir. Bunun sonucunda ise o istenen etkinliğin ödülü çok kıymetli olabiliyor. O etkinliğin ne etkinliği olduğu, neler yapıldığı gibi oyuna

dair olan asıl soruların önemsiz kaldığını ve oyunu sadece oyun olarak görülmediği bir noktaya sürüklendiği gözlenmektedir.

Etkinliklerin etkisi görüldüğü üzere verilen ödüller üzerinden veya uygulanan konseptin popülerliğiyle bağlantılı olarak bilinmesi üzerinden belirlenmektedir. Ancak bunun yanında herhangi bir şekilde oyuncuların aklında çok fazla yer etmemektedir. Oyuncuların envanterlerine alabildiği depolaya bildiği kadar ürünü doldurma hırsı asıl söz konusu olandır.

Etkinlikler arasında dikkat çekme ve hatırlanmalara baktığımızda evrensel olan etkinliklerin etkisinin daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Ancak yerel olan etkinlikler oyuncular tarafından tüketilmekle beraber akılda kalmamaktadır. Akılda kalmamasının bir başka şekilde ifadesi ise kültürel öğelerin oyun içerisinde üretilerek metalaşması ve bunun tüketilmesidir. Bu noktada tüketicinin bilinçli olmaması, kazanma ve sahip olma duygusunu ortaya koymaktadır.

### **4.3 PUBG Mobile Oyununda Kozmetik Ürünlerin Tüketimi**

Oyuncuların PUBG Mobile içerisinde oyun alışkanlıkları ulaşılan bilgiler neticesinde çoğunlukla etkinlikler üzerinden olduğu saptanmıştır. Bunun sebebi ise etkinliklerin vermiş olduğu kozmetik ürünleri kazanma arzuydu. Bu bölüm içerisinde ise kozmetik ürünleri oyuncuların oyun motivasyonlarını nasıl geliştirdiği ve bu kozmetik ürünlerin neden bu şekilde tüketildiği üzerinde durulmuştur.

Oyuncular için etkinliklerle, görevlerle veya başarıları sayesinde oyunun vermiş olduğu kozmetik ürünler bulunmaktadır. Oyuncular genellikle envanterlerini kozmetik ürünlerle doldurma yolunu seçmektedir. Bu aslında oyuncular arasında bir yarışa dönmemektedir. Oyuncular yeni çıkan ürünlere rağbet göstermekte ve en yeni kozmetiğe ulaşmaya çalışmaktadır. Kozmetiğin şeklini ve yapısını beğensin

beğenmesin ona sahip olmak istemektedir. Bu sebepten dolayı da yeni çıkan ürünleri sürekli olmasa dahi bir süre kullanmaktadır.

*E2: Aslında yeni kazandığım ya da aldığım bir kıyafeti kullanmayı tercih ederim. Ancak elime daha iyisi veya hoşuma giden başka bir kıyafet geçerse onu kullanırım. Çok fazla kıyafet değişmem aslında ama yeni ve hoşuma giden bir kıyafet gelince onu giyerim.*

Bu durumun sebebi ise diğer oyunculara göstermektir. Başardığını ya da o etkinliği tamamladığını göstermektir. Bir şekilde aslında diğer oyunculara bir boy gösterisidir. Envanterini yeni gelen kozmetiklerle doldurmanın ya da her yeni çıkan ürüne sahip olmanın isteğinin de sebebi bu hissiyattır.

Oyuncuların kıyafet konusundaki tepkileri ise farklılıklar göstermektedir. Bir kısım kozmetiklere baktığında kendisi için önemli değilmiş gibi görse bile aslında bir giyinme şekli olduğu ortaya çıkar. Önemli değil olarak lanse ettiği şey aslında oyun içerisinde kozmetiğin önemsiz olduğunun farkındadır ancak çevresinin kullandığı kozmetiklerin kendinde de olduğunu göstermesi gerektiğini düşünür ve envanteri içerisinde kendi karakterini stilize eder.

*E4: rengarenk ve “cafcıflı” olması göze daha çok hitap ettiği için o tarz kıyafetler kullanmayı tercih ediyorum. Ama benim için çok da fazla önemi olan bir şey değil oyun içerisinde kıyafet.*

Bir başka yaklaşım ise diğer oyuncuların dikkatini çekme odaklıdır. Bu durum iki farklı şekilde en azından kendini gösterir. İlki ücret ödeyerek sadece ücretsiz kozmetik ürünlere bağlı kalmamaktır. Ücret ödeyerek oyuna üye olan oyuncular, üye olmayan oyunculara kıyasla daha fazla kozmetik sahibi olur. Bu durumun getirisi ise ücretsiz olarak oynayan yani etkinlik ve görevler üzerinden kozmetik sahibi olan oyuncuların sahip olamadıkları ürünlere sahip olarak üstünlük gösterme şansı bulmaktır. Aynı zamanda oyuncular ne kadar fazla kıyafet sahibi olurlar ise bu durum onların kıyafet seçimlerini etkilemeye başlayarak bir rol yapma oyununa doğru eviriliyordu. Oyuncular çünkü oyun içerisinde olmayan belli başlı kurgusal fantezi

karakterlerinin kostümlerini deneme yanılma yaparak en yakınını yapmaya çalışmaktadır.

*E3: Yani ben o kıyafetleri kazandıkça kafamda nasıl bir şey oluşturabilirim gibi düşünürüm. Örneğin düşen parçalarla kovboy kıyafeti yaptım. Oyun içerisinde kostüm olarak satılan bir parça değil ayrı ayrı kıyafetleri birleştirerek ben oluşturdum. Oyun içerisindeki kıyafetlerim benim için önemlidir. Premium olarak üye olduğumdan da ötürü zaten bir sürü bana kıyafet parçası ve kostüm zaten geliyor.*

Bir başka faktör ise gerçeklik ve sanal arasında olduğunu hissedilen o çizgidedir. Çünkü oyuncu duygu, düşünce ve özgüven ile alakalı sebeplerden dolayı gerçek hayatında istediği kadar özgür olamayabilir. Aynı zamanda kendini ifade etme şansı bulamamış olmasından dolayı istediği mizahı da gösteremiyor olabilmektedir.

*K2: Komik olması açısından bakıyorum. Esprili ve komik kıyafetler giymeyi de seviyorum. Örneğin çöl haritasında dalgıç kıyafeti giyiyorum. Gerçek hayatta giyemeyeceğim kıyafetleri tercih ediyorum. Tamamen esprili olsun diye kıyafetlerimi değiştiriyorum. Herkes aynı kıyafetlerde kalsa hiç değişmese galiba gene hiç sorun yaşamazdım.*

Oyuna mantıksal olarak yaklaşp gerçekçilik üzerinden oynayan oyuncular ise kıyafet seçimlerini daha çok gidilen harita özelinde yapmaktadır. Ancak bunun yapılabileceği iki harita mevcuttur. Sanhok ormanlık bir bölge olduğu için yeşil ağırlıklıyken, Vikendi karla kaplı olduğu için beyaz hakimdir. Oyuncular ise buna göre ayarlamalarını yapmaktadır.

*K1: Ben genel itibari ile haritaya göre giyinmeye çalışıyorum. Örneğin karlı bir haritada oynadığımızda beyaz kıyafetler tercih ediyorum ya da ormanlık alanda oynadığımızda o ortama uygun kıyafetler giymeye çalışıyorum.*

Bir diğer husus ise oyuncular kozmetiğine harcadıkları emeklerin karşılığını alıyor mu diye düşünüldü ve odak grup ile bunu paylaşıldı alınan cevapların tamamı aynı şekilde oldu. Oyun içerisinde bulunan en yeni kozmetik kullanılıyor. Ancak bunun savaş anında bir fark yaratmaması çok eleştirel bir durum olmaya çok açıktır. Oyunun içindeyken yegâne görev normal olarak hayatta kalmaya çalışmaktır. Bunu ise kendini savunarak geçirdiğin bir an içerisinde karşına çıkan bir düşman yada bir

grup düşmanın kıyafetlerini görmeye harcamak oldukça zor olduğu konusunda oyuncular birleşmiş durumdadır.

*E2: Hiç fark etmedim bugüne kadar yani bu oyun bir hayatta kalma oyunu ve savaşın ortasında kıyafete hiç dikkat etmedim. Bazen çok renkli kıyafet giyen oyuncular oluyor onları görüp vurmak kolay oluyor ama bu şu şekilde değil "aaa adam 5.sezonda verilen kıyafeti giymiş onu bir vurayım".*

Bunun devamında ise şu ortaya çıkıyor. Oyun içerisinde rakibini öldürdükten sonra onun ekipmanlarını kontrol etmeye gidildiğinde ölen kişinin kıyafetinin alınması söz konusu olabiliyor. Ölene kadar fark etmediğin rakip oyuncunun kıyafetini o oyunun sonuna kadar giyerek deneyimleme fırsatına sahip olabiliyorsun.

*K3: Eğer istediğim bir kıyafet ise öldürdüğüm kişiden gidip onu alıp giyiyorum. Savaşırken kıyafetini fark etmiyorum. Savaşıp öldürdükten sonra silahına bakmak için gittiğimde görüyorum. Yoksa rakip herhangi bir kişinin ne giydiğine dikkat edemiyorum.*

Oyuncular açısından kozmetik ürünlerin kullanım şekilleri ve tüketimlerinden bahsedilmeye çalışıldı. Oyuncular ağırlıklı olarak kozmetik ürünler içerisinde yeni gelen ürüne daha çok ilgi göstermektedir. Ancak bu durumun belli bir süresi vardır. Yeni ürün geldiği an oyuncu üzerinde bulunan sevdiği/beğendiği kozmetik ürünleri terk ederek yeniyi talep etmektedir. Bu talebin sebebi ise oyun içerisindeki diğer oyunculara kendini gösterme isteğidir. Yeni gelen ürün nereden ve nasıl geliyor olursa olsun, eğer oyuncu ona sahip olur ise 'ben ona sahibim' demek için sürekli kullandığı ve sevdiği ürünü çıkararak bir süre yeni gelen ürünü kullanır. Yeni gelen ürüne sahip olarak diğer oyunculara bunu göstermek ve üstünlük taslamak tüketim toplumunun insanları getirmiş olduğu durumu göstermektedir (Dal, 2017).

#### **4.4 PUBG Mobile Oyununda Oyuncuların Lobideki Zamanı**

PUBG Mobile, diğer hayatta kalma temalı Battle Royale oyunlarının ilki olmasının yanında diğer benzer oyunlara göre farklılıkları var. Gerek diğer oyunlara göre daha gerçekçi ve simülasyona yakın oyun mekaniği olsun gerekse oyun içi



özellikleri olsun farklılıklar gösterir. Oyun içi en dikkat çeken özelliklerden bir tanesi ise lobi ekranı bulunmamasıdır. Bu tarz oyunlarda normal şartlarda oyunun başlamasını bir lobi ekranında bekledikten sonra oyuna geçiş yapılmaktadır. Ancak PUBG Mobile içerisinde bu durum biraz daha farklıdır. Oyuncular oyuna girdiği anda oyunun yüklenmesi, geri kalan oyuncuların bulunması gibi bir bekleme lobi yerine oyunun içindeki haritanın bir parçası içerisinde geçirmektedir. Bu durum aşağı yukarı otuz saniye ile bir dakika arası değişen bir süredir. Bu sürenin içerisinde oyuncular farklı farklı tutumları olabilir. Bu bölüm de incelenecek olan kısım ise bunun üzerinedir.



Şekil 17. Call of Duty Mobile Lobi Görüntüsü



Şekil 18. PUBG Mobile Lobi Görüntüsü

Katılımcı gözlem yaptığım süre boyunca ilgimi çeken şeyler arasında bu lobi sisteminin olmaması ve bunun sebebini anlamaya çalışmak üzerine geçirdim. Bu süre içerisinde gördüğüm en önemli etki kozmetik ürünler üzerinde olduğunu düşünüyordum. İnsanların tüketimlerini, birbirleriyle aralarındaki ilişkiyi ve dinamikliği sağlayan şeydir. O bir dakikalık süre içerisinde benim karakterimin hiçbir kıyafeti yoktu. Hiçbir zaman bir oyuncu bana gelerek ilgi göstermedi. Ancak o süre içerisinde gördüğüm şey ise yeni kıyafeti olan oyunculara karşı diğer oyuncuların göstermiş olduğu ilgidir. Oyuncunun çevresinde insanların doluşarak kıyafeti

incelediğini ve daha ileriye götürerek üzerindeki kıyafeti istemeye kadar gittiğini gördüm. Diğer bir taraftan bunu yaparken kendi kıyafetinden de vazgeçmekteydi.

Oyuncularla yapılan odak grup çalışmasından çıkan sonuçlar ise çeşitlilik göstermektedir. Birbirinden farklı fikirlerin olduğunu görmekteyiz. Bunların ilki bu bekleme aşamasının boşa zaman kaybı olduğu yönünde çok fazla bir getirisinin olmadığı düşünülmektedirler ve bu süre içerisinde arkadaşları haricinde diğer oyuncularla iletişim kurmamaktadırlar.

*E1: Bu bana çok saçma geliyor açıkçası çünkü, bana hiçbir şey katmıyor. Ancak ekiple oynadığınız zaman oyun içi nereye gidileceğine dair planlama yapma şansımız oluyor. Her seferinde aynı güzergâh üzerinden geçmiyor çünkü uçak onun için bunu konuşabileceğimiz ekstra bir vakit oluyor.*

Süre boyunca diğer oyuncularla interaktif bir ilişki kurmadığından dolayı bu süre oyuncuya sıkıcı ve gereksiz gelmektedir. Bunun tam tersi yorumlarda var. Oyuncuların bir kısmı ise bu zamanı interaktif şekilde geçirmesinden dolayı bu zamanı eğlenceli olarak tanımlamaktadır.

*E2: Aslına bakarsanız daha keyifli geçer süre, mesela o süre içinde al sana elma atayım. Kayaya çıkarım gezerim. Etrafı izlerim. O sürede aslında bazen belli etkinliklerde belli görevler olabiliyor. Onları yapabilirsin. Diğer oyunculara kıyafetlerini gösterebilirsiniz. Yeni aldığımız şeyleri sergileyebildiğiniz bir süre aslında çünkü sizi o süre içinde kimse öldürmeyeceği için serbestsiniz.*

Oyuncuların bir kısmı ise süresini sadece gezinerek, dans ederek ve çevresindeki insanlara saldırarak geçirmektedir. Oyunun bu bölümünde hiçbir oyuncu bir başka oyuncuya zarar vermemektedir. Ancak bu zarar verememe olayı oyuncular arasında bir şekilde birbirlerine vurarak iletişim kurma şekline dönüşmüş durumdadır. Normal zaman içerisinde yapılan bir dans ne kadar zararsız ise oyun içerisindeki bir dans da aynı oranda zararsız olmasının yanında belli bir amaç ve kişinin kendini ifade etme şekliyle aynı insanların birbirine yumruk atması da aynı şekilde dönüşmüştür.

Oyun içerisinde herkes birbirine vurmaktadır ancak zarar vermek yerine bir şekilde iletişim haline gelmiştir.

*K3: Normalde şiddet yanlısı bir kişi olmasam bile lobide oyunun başlamasını beklerken insanları dövüyorum. Arkadaşlarımı dövüyorum. Kafalarına elma atıyorum. Bir şekilde vakit geçirmeye çalışıyorum.*

*K4: Livik'te çoğunlukla oynadığım için orada oyuncuları Waterfall (harita içerisinde bir bölge) kısmında bekletirse eğer orada yüzmeyi seviyorum. Orada bana sağladığı seçenekleri elma atma, yumruklama gibi şekillerde kullanarak değerlendiriyorum.*

Aktif şekilde o zamanı kullananlar açısından süre bazen yetersiz bile kalabilmektedir. Görev yapmak özelinde hatta ciddi şekilde zamanın kısıtlı olduğunu görürüz. Oyun belli başarıları ödüllendirdiğini daha önce de bahsedilmişti. Bunun gibi belli başarılar bu süre içerisinde de yapılabilmektedir. Aynı şekilde etkinlikler içerisinde belli etkinlikler o kısa zaman dilimine de oyuncuların bir şeyler yapabilmesi amacıyla ufak tefek görevler yerleştirmektedir.

*E4: Genelde görevler oluyor. Örneğin 10bin kere oturma görevi var ve orada o görevi yapmaya çalışıyorum. Bu görevlerin sonunda da ödüller olduğu için onları tamamlamaya çalışıyorum.*

*E3: Boş boş ekrana bakıp beklemektense o aradaki yaklaşık bir dakikalık bekleyişi birtakım aktivitelerle, koşarak belki birilerini dürterek, iletişime geçerek ya da etkinlik varsa ki şimdiki etkinlikte var mesela sağda solda eşyalar toplayarak geçirebiliyorum.*

Oyuncuların bir kısmı ise o zamanı yeni aldığı şeyleri görme deneme şeklinde geçirirken, zıt durumda belli bir grup ise o oyuncuların kıyafetlerini talep edebilmektedir. Oyuncular kozmetiklere vermiş oldukları değeri düşününce aslında amaçları diğer oyuncular görsün, beğensin ve ilgi çeksün amaçlıdır. Bunun bir ödüle dönüştüğü durum ise rakip oyuncunun kıyafetini yere atarak karşısındakinin kıyafetini istemesi durumudur. Çoğunlukla oyuncular kıyafetlerini paylaşmayı reddeder.

*E3: Lobide bazen bazıları gelip kıyafetlerimi beğendiğinde kıyafetlerini atarlar değişmek için çok tercih ettiğim bir şey değildir bu durum. Kendi kıyafetim ile oynamayı tercih ederim. Öylesine koşup insanlarla dans etmeyi tercih ederim.*

*K2: Kıyafet değiştirme oluyor bazen insanlar kostümlerini yere atıyor. Değiş-tokuş oluyor. Oyun başlayana kadar döverek kostümlerini çıkartmalarını sağlıyorum. Çıkartmadıkları durumda ise oyun içerisinde onları arayıp bulmaya çalışıyorum ki öldürüp kıyafetlerini alabilmek için uğraşıyorum.*

Yukarıdaki oyuncuların örnek olarak seçilmesinin sebebi ilk oyuncu profil olarak daha çok kıyafetlere önem vermektedir. Oyuna sezon üzerinden ödeme yaparak fazladan kozmetik kazanan bir oyuncudur. Haliyle kozmetik ürünlerinin fazla olması diğer oyuncular tarafından eşyalarının istenmesine sebep olmaktadır. İkinci oyuncu ise o kıyafetleri talep eden ve kendi kozmetiklerinin yeterince olmaması sonucu diğer insanlardan talep eden oyuncu profili olduğu için bu iki örnek seçilmiştir.

Oyuncuların bir başka gözlemi ise oyunun başlamasını beklerken yapmış oldukları gözlemlerdir. Bu gözlemler genellikle varsayımdan öteye geçmemektedir. Belli başlı bir ön yargı kurulmuş durumdadır. Oyuna sezonluk ödeme yapan oyuncunun daha iyi bir oyuncu olduğu düşüncesi diğer oyuncuların kafasında bir ön yargı doğurmuştur. Buna benzer şekilde oyun içinde marketten oyun paraları hariciyle alınan kozmetik kullanan oyuncular içinde oyuncuların kafasında ciddi şekilde oluşan bir algı söz konusudur.

*K4: Kıyafete bakarak oyuncunun nasıl bir oyuncu olduğu üzerinde bir tahminde bulunabiliyorum. Bundan dolayı kıyafete göre oyuncunun iyi mi kötü mü olduğunu tahmin edebiliyorum. Ona göre stratejimi belirliyorum. Bazı kıyafetler belli bir seviyedeiken açılabilir. O seviyede olmadan belli kıyafetleri açmak mümkün değil. Bu yüzden bizden yüksek bir seviyedeysen ona göre hareket ediyoruz daha dikkatli oluyoruz.*

*E4: Şöyle kimlerle oynayacağınızı görebiliyorsunuz. Yani harita üzerinde diğer gerçek oyuncuların nasıl karakterlere sahip olduklarını inceleyebiliyoruz. Şöyle bir analiz yapabiliyorsunuz. Belli başlı kıyafetleri baktığımızda “aa bu insanlar bu oyuna gerçekten para yatırıyor demek ki iyi oynuyor” gibi bir düşünceye girebiliyorsunuz. Bu her zaman için geçerli değil bunun da farkındayım ama ilk olarak insana bir fikir veriyor.*

Oyuncuların bir kısmı durumun farkında bir şekilde aslında karşlarındaki oyuncu eğer ücretli şekilde oyunu oynuyorsa kozmetiğe para harcuyorsa iyi oynuyor

anlamına gelmediğinin farkındadır. Ancak buna rağmen ilk olarak akıllarında oluşan fikir iyi kıyafetin karşılığı o kıyafet değerinde iyi bir oyuncudur.

Sonuç olarak oyuncular lobi yerinde beklemek yerine oyun içerisinde ortalama bir dakikalık zaman boyunca beklemektedir. Bu bekleme süresi içerisinde oyuncuların vakitlerini nasıl geçirdikleri incelendi. Bazı oyuncular bu durumu saçma bulurken çoğu oyuncu bu olayı beğenmiştir. Bu süre içerisinde ise zaman zaman olan etkinlik görevlerini yapanlar olduğu gibi dans eden ve birbirlerini yumruklayan oyuncularda bulunmaktadır. Kozmetik bu süre zarfında gene oyuncular içerisinde belli varsayımlara sebep olmaktadır. Yeni ve ücretli kıyafet kullanan oyuncuların daha iyi oyuncu olduğu algısı hakimdir. Onun haricinde bu yeni kıyafeti olan oyuncuların karşısındaki oyuncular yeni kıyafetleri inceleyip rakibinden isteyebildikleri bir alan oluşturmuş durumdadır. Yapımcıların lobi sistemini değişmesinin arkasında yatan düşünce bir bakıma oyuncuları hepsini bir arada tutarak daha fazla interaktif bir oyun ortamı kurma fırsatı vermektedir.

#### **4.5 PUBG Mobile Oyununda Harita Tüketimi**

Oyun içi haritalar arasında belli özelliklerle ayrıldığı hakkında bilgi daha önce verilmiştir. Haritalar arasında oyuncuların hangi haritayı neden çoğunlukla tercih ettiği ve tercih ettiği harita içerisinde nereye neden gittiği üzerinde durulmuştur. Odak grup çalışması sonucu ortaya çıkan sonuçların analizi ile oyuncuların düşünceleri üzerinde durulmuştur.

Sanal gerçeklik, sibernetik öğelerin fiziksel mekanları içerisinde üst üste ilişkisel olarak denk getirilerek ve bunu oyuncu tarafından mekân içerisinde deneyimlemesine olanak sağlayan bir teknolojidir (Özkazanç & Esentürk, 2020).

McLuhan(1964)'a göre kültürel dönüşüm, teknolojinin bireyin algıları üzerindeki etkisiyle alakalıdır (McLuhan, 1964). Virilio(1999) ise bu duruma biraz

daha farklı hatta eleştirel olarak yaklaşmaktadır (Virilio, 1999). Çağımızın içerisindeki iletişim araçlarının yakın olanı uzak, uzak olanı da yakın kılmak gibi bir özelliği olduğunu ve bunun bir süre sonra gerçek bedenini yerini sanal bir bedene bıraktığını ifade eder. Özkazanç & Esentürk (2020) göre kısacası düşünce şu dur ki teknoloji McLuhan'ın bahsettiğinin aksine teknoloji bedenin eksilmesini ve ihmal edilmesine neden olan bir olgu olarak görülmektedir (Özkazanç & Esentürk, 2020).

Öncelikle bakılan oyuncuların hangi haritayı tercih ettiğidir. Bunun için birkaç farklı görüş olmakla beraber genele bakıldığında oyuncular aslında fikir birliği içerisinde. Öncelikle oyuncuların büyük bir kısmı yeni gelen ve kısa süren Livik'i beğenmiş durumdadır. Bunun belli başlı sebepleri var. Özellikle kısa oluşu ve oyun içerisindeki her yerde rahatlıkla oyun içi malzeme bulabildikleri ganimetlere rahat erişim söz konusudur.

*K1: Haritanın boyutları ve o oranda verdiği lootlar hangi haritada daha çok ise ya da hangi harita daha çabuk bitiyor ise o önceliğimiz olacak şekilde seçimimizi yapıyoruz. Süresi kısa olan oyunlar tercih sebebimiz oluyor.*

*E2: Haritalara çok takılmam ama açıkçası bazı haritalar daha hızlı bittiği için tercihim hızlı biten haritalardır. Büyük haritalar oyun süresi olarak uzun sürdüğü için beni pek çekmiyor. Örneğin Miramar çok büyük bir harita oyun uzun sürüyor hem çöl ortamı benim pek sevdiğim tema değil orada oynamayı pek tercih etmiyorum. Vikendi güzel ama Livik en güzeli bence, bir de o uzak doğu temalı olan Sanhok çok hoşuma gidiyor.*

Oyuncuların harita tercihlerini belirleyen diğer bir önemli unsur aslında görevlerdir. Oyuncuların görevleri tamamlamak açısından oyun oynama tercihini daha çok görevleri bitirmek üzerinden yapmaktadır. Bu durum ise belli zamanlarda belli haritalara fazlaca yığılma anlamına gelmektedir. Aynı zamanda oyunun görevlerle oyuncuyu belli haritalara yönelmesi oyuncu açısından hem iyi hem kötüdür. İyi yanı oyuncu oynamadığı haritalarda oynamak zorunda kalır ve o harita hakkında yeni tecrübeler edinebilir. Kötü yanı ise eğlence amaçlı girilen bir oyun içerisinde oyuncunun tercih hakkını elinden almaktadır. Aslında bir zorlama yoktur oyuncu

istediği taktirde görevi yapmayarak, keyfi bir şekilde kendi istediği haritada oynayabilir. Ancak görevlerin ucundaki ödül bulunması durumu oyuncuları cezbeder ve daha çok istediği haritayı oynamak yerine ödül odaklı görev haritasını tercih eder.

*E1: Burada tabi en büyük etken bizim görevlerden kaynaklı, çünkü hem size hangi haritayı seçmeniz gerektiği ve hangi bölgeye gitmeniz gerektiğini söylüyor. Biz görev ağırlıklı seçmek zorunda kalıyoruz.*

*E3: Gününe ve duruma göre değişir bu tercihler bazen görev odaklı gitmek zorunda kaldığımızda ise başka haritalara gidebiliriz. Örneğin uzaktan adam öldürme görevi geldiğinde Miramar'a gidiyorum. Çünkü büyük bir yer çok büyük bir harita ve uzak mesafede insan görme olasılığın diğer haritalara göre daha fazla olduğunu düşünüyorum. Bir de etkinlik üzerinden artık nerede etkinlik var ise oraya gidiyoruz. Livik yeni olduğu için her yerde fazla loot var bu yüzden onu tercih ediyorum.*

Oyun içerisinde harita seçimi yapıldıktan sonra bir başka tercih ise oyun içinde nerelere gidileceği yönündedir. Haritalar içerisindeki belli bölgeler geri kalanlarına göre daha nadir bulunan eşyalar ile doludur. Bu eşyalara sahip olmak aslında oyuncular açısından önemlidir. Çünkü oyuncuların birçoğu o ekipmanlara ulaşamayacaktır. Ancak o ekipmanlara ulaşmak isteyen oyuncuların sayısı haliyle fazla olacaktır. Bu durum nadir eşya çıkan bölgeleri daha kalabalık hale getirmektedir. Aynı zamanda ise bahsi geçen bölgeler gizli değildir. Yapımcılar her güncelleme sonrası her bölgenin eşya konusundaki niteliklerini ve yoğunluğunu oyuncularla paylaşmaktadır. Bu sayede oyuncular istedikleri oyun şekline göre oyununu organize edebilirler. İsteklerine göre daha sakin bölgelere, istedikleri zaman ise daha çok kişinin indiği fazla ekipman olan yere inebilirler.

*K2: En sevdiğim harita Sanhok açıkçası ormanlık alanda oynayan oyuncu kitlesi sanki hepsi belli profilde insanlar o haritayı seçen insanlarla oynamak çok keyifli. Sanhok da atlanacak 3 tane bölge var ki oranın lootu çok iyi olduğu için oraya atlayan ve hızlıca ölen bir kitle var. Kenar köşelere atlayarak sinsice hayatta kalan bir kitle var. Ben tam ortalarına atlıyorum.*

*K3: Planlı bir şekilde hareket ediyorum. Uçağın güzergâhına göre değişiyor. Nereye daha az insan incek ise ona göre seçiyorum. Eğer tabi bir görevim var ise o görev gereği nereye gitmem gerekiyorsa ona göre gidip ondan sonrasını orada planlıyorum.*

Oyuncular genel olarak uçağın hareket noktasına göre karar vererek planlı bir şekilde gidecekleri yeri tespit ediyorlar. Oyun içerisinde çok fazla rastgele gittikleri bir yer olmuyor. Bunun en büyük sebebi bulacakları ganimetler odağında, ne kadar hayatta kalmayı başarabileceklerini düşünüyorlar ise o yolu izliyorlar. Herkesin oyun oynama şekline göre değişiklik göstermektedir.

Ancak genel resimde görülen oyuncuların kozmetiklerde olduğu gibi haritalar içerisinde de yeni gelen haritalara ilgisi olmaktadır. Görüşülen 8 kişiden 7'si doğrudan Livik ismini vererek bu haritanın yeni gelmesinden dolayı ve hızlı bitmesinde dolayı tercihleri olduğunu söylemişlerdir. Ancak süre anlamında kısa süren bir harita ihtiyacı duymamışlardır. Oyuna geldikten sonra bu haritanın oyuncu sayısının artması ve diğer haritaların azalmasını ise oyun yapımcıları getirdikleri etkinlikler ve görevler üzerinden dengeleme yoluna gitmiştir.

#### **4.6 PUBG Mobile Oyununda Oyuncunun Gözünden Oyun Popülasyonu**

Oyun içerisinde oyuncuların popülasyonu üzerine yapılan benim ulaşabildiğim resmi olarak tek istatistiki araştırma Tablo 5'te gösterilmiştir (bkz. Sayfa 40). Bu çalışma içerisindeyse odak grup katılımcılarına sorulmuştur. Onların gördüğü oyun içerisinde maruz kaldığı kadarıyla oyun içi popülasyonunu nasıl buldukları incelenmiştir. Genel çoğunluk erkek popülasyonunun üstün olduğu fikrindedir. Ancak aynı zamanda kadın oyuncu sayısının ise azımsanmayacak çok olduğu düşüncesindedirler.

*E3: Bugüne kadar hiçbir oyunda görmediğim oranda birbirine yakın hatta bazen kadın çoğunluğu gördüğümde oldu. Yani bir FPS oyunu olarak da bir TPS oyunu olarak da beklenmeyecek seviyede kadın oyuncu var. Normalde böyle oyunları sadece erkekler oynarken şu an çok daha dengeli ve iki tarafında olduğu bir oyun. Bu sebepten şaşırdığım ancak taktir de ettiğim, bunu başarmak önemli bence çünkü daha önce hiç böyle bir şey görmedim. Galiba kadınları çeken şey kıyafetler ve renklerin yoğunluğu oldu.*



*K2: Gerçek hayatta tanıdığım ekipte erkek ağırlığı daha fazla gerçi oyundan tanıdığım insanlarda da erkek ağırlığı daha fazla hissediyorum. Ancak sezon içerisinde yukarı rütbelere çıktıkça daha fazla kadına rastlamak mümkün gibi duruyor. Bana kalırsa kadınların sayısı daha az olmasına rağmen iyi oynayan kadın oyuncusunun sayısı üst seviyelerde erkeklerle eşitleniyor gibime geliyor.*

Bu konu hakkında gözlemci olarak şunu aktarabilirim. Bu araştırmayı yapmak için odak grup çalışması için dört erkek, dört kadın katılımcı aradığım bir süreç geçirdim. Süreç içerisinde belli kriterler üzerinden katılımcıları belirliyordum. Bu katılımcı arama sürecini şöyle tarif edebilirim. Kadın katılımcıları tamamladığımda erkek katılımcıların üç tanesini bulabilmiş durumdaydım. Aynı şekilde istediğim kriterlerde son erkek oyuncuyu bir süre sonra bulabildim.

Burada varılan sonuç ise aslında erkek oyuncuların oyun içerisinde popülasyonlarının fazlalığıdır. Ancak bu niteliğini göstermemektedir. Kadın oyuncuların sayısını oyunun yukarı seviyelerinde erkek oranını yakaladığı odak grup içerisinde hem fikir olunan bir durumdur. Kadın oyuncuların oyun içerisindeki etkileri ise bu tarz oyunların içerisinde bir ilk seviyesindedir. Ayrıca oyuncuların fikirleri, (bkz. *şekil 15*) içindeki istatistik verileri karşılamaktadır.

## Bölüm 5

### SONUÇ

Araştırmanın beşinci bölümü üç aşamadan oluşmaktadır. Birincisi, şimdiye kadar neler yapıldığını açıklayan çalışmanın özetidir. Bunu takiben çalışmadan çıkan sonuçlar üzerinde durulacaktır. Bu bölümde, araştırma sorularının cevapları ile bu çalışma hakkında kısa bir sonuç verilecektir. Son bölüm, daha fazla okuma için öneridir. Yapılan diğer araştırmaların yanı sıra daha ileri çalışmalar için öneriler olacaktır.

#### 5.1 Çalışmanın Özeti

Bu çalışma, oyun ve oyun oynayan insan (*Homo Ludens*) üzerinden başlayarak geçen zaman içerisinde oyunun dönüşümünü ve kültür endüstrisi içerisinde bir meta olarak kullanılmaya başlamasını incelemektedir (Güngör, 2018). Bunu yaparken de oyuncuların, oyun pratikleri ve deneyimleri üzerinden yola çıkarak belli başlı sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır.

Oyunun tarihinin insanlık tarihinden daha eski olduğu ve oyunun bakıldığında insandan önce diğer canlılar tarafından da iç güdü olarak gelen bir ihtiyaç olduğundan bahsedilmiştir (Huizinga, 2006). Bunun ardından ise oyun ve insan arasındaki bağdan bahsederek Huizinga (2006)'nın oyun için söylediği o üç kavramsallaştırmadan bahsedilmiştir (Huizinga, 2006). Nedir bunlar? Birincisi, oyun her şeyden önce isteğe bağlıdır. İkincisi, oyun gerçek mekânda olmasa bile oyuncunun algısı yer ve mekânı hayal edebilir. Üçüncüsü ise oyun kendi kendini ve oyuncuları korur. Oyun içerisinde oyunu sabote eden kişiye oyunbozan denir ve cezalandırılır (Huizinga, 2006).

Playerunknown's Battlegrounds, yapımcısı Brendan Greene'in hareket noktası olan Battle Royale filmi üzerinden oyunu anlatmaya çalışıldı. Battle Royale oyun sisteminin ilk yapımcısı olan PUBG bilgisayar versiyonu çıktıktan çok kısa bir süre sonra mobil versiyonunu çıkardı. Bunun sonrasında ise bu oyun çıktığı yılın en çok kazanan oyunu ve en çok indirilen oyunu olma başarısını gösterdi (Sensor Tower, 2020).

PUBG Mobile'in bu denli bir şekilde popüler oluşunun sebeplerini katılımcı gözlem ile inceledikten sonra odak grup görüşmeleri yaparak oyun hakkında sorular sorarak oyuncuların cevapları üzerinden analiz yapılmıştır. Sorulan sorular 6 ana temadan oluşmakla beraber bunlar şu şekildedir; oyunu neden tercih ettikleri, etkinlik beklentileri, kozmetik ürün tüketimleri, oyun başlamasını beklerken yapılanlar, hangi haritalar ve oyuncu gözünden popülasyon durumu gibi temalara ayrıldı. Bu temalar sonucunda ise araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

## 5.2 Çalışmadan Alınan Sonuçlar

Bu bölüm içerisinde çalışmanın araştırma sorularına cevap verilecektir.

**Soru 1:** Kullanıcı/tüketici neden (PUBG) Mobil oyunları tercih etmektedir?

Kullanıcının bu konu hakkındaki görüşleri birbirinden farklı gözükmektedir. Ancak detaylı incelendiğinde verilen cevaplar birbirini destekleyen büyük bir resmi ortaya koymaktadır. İnsanların bu oyun için ortak olarak söyledikleri yegâne şey oyunun eğlenceli ve grafiksel olarak oyuncuyu tatmin ettiğiidir.

Oyuncuların bir kısmı aslında PUBG Mobile benzeri oyunları merak etmektedir. Ancak bu merakları genellikle arkadaş dahası çevre engeline takılmaktadır. Bu oyunların genellikle önemli bir boyutu çevrimiçi grup oyunu üzerinden oynanmaktadır. Tekli olarak da girip oynanabilir ancak grup olarak oynamanın getirdiği avantajlar genellikle daha fazladır. Ayrıca oyunu arkadaşlarla

paylaşmanın getirdiği ayrı bir haz da mevcuttur. Bu sebepten oyuncuların bir kısmı deneyerek vazgeçip arkadaşlarıyla oynamak için PUBG Mobile'a dönmüştür. Bir başka kısmı ise diğer oyunları duymuş ancak Battle Royale oyun türünün ilkinin PUBG Mobile olduğundan dolayı değişik bir aidiyet ya da sevgi, saygı beslemekte olduğundan dolayı vazgeçememektedir. Bir başka grup insan ise bu tarz oyunlara bu oyun ile başlamaktadır. Bundan dolayı da kolayca bırakıp başka bir oyun deneyimi yaşamak için kendini hazır hissetmiyor.

Tüketim toplumunda bakıldığında herkes yeniden şekillendirilir, insanlık her alanda tüketime uygun bir modellemeye maruz kalmıştır. Bunun bir sebebi olarak da kuramsal çerçevede içerisinde bahsi geçen tüketim toplumunu anlamak, Lodziak'ın (1995) değindiği ihtiyaçların manipülasyonu sayesinde medyanın ve reklamcılığın bizi gerçekten ihtiyacımız olmayan şeyleri ihtiyacımız varmış gibi gösterip tüketiciye bunu ikna etme şeklidir (Lodziak, 1995).

Bu sebeplerin en başında ise oyunun hediye sistemi gelmektedir. Oyuncuların diğer sorularda verdiği cevaplar göz önüne getirildiğinde bunu aslında oyuncular söylemezler ancak eylemleri bunun tam tersini göstermektedir. Sorulan soruların yönlendirmeleri doğrultusunda oyun oynama sıklıklarını görev yapma üzerinden belirleyen oyuncular, bunu yapma nedeni olarak oyunun vermiş olduğu hediye ve ödül mekanizmasının başarısı olarak yorumlanabilir.

Oyuncuları gerçekte var olmayan ödüllerle cezbederek oyunun daha çok oynanmasına teşvik eder. Aynı zamanda başka oyuna gitmeyi düşünen oyuncuları da bir şekilde ikna ederek, görevler ve etkinlikler ile oyuna bağlamış olmasının yanı sıra tüketimin devamlılığını ve sürekliliğini sağlamış olur.

**Soru 2:** PUBG Mobile içerisinde “Kültür” kavramının yeri nedir?

Kültür, tek başına bırakıldığında açıklanması çok zor bir tanımdır. Çalışma içerisinde birçok kültür tanımına yer verilmiştir. Ancak kültürün ciddi şekilde incelenmesi Frankfurt Okulu ve Birmingham Okulu tarafından olmuştur (Güngör, 2018).

Huizinga (2006) insanın temel özelliklerinden birinin oyun oynamak olduğunu savunur. Bu bahsettiği temel duyguların içerisinde ise ön yargıya ve ciddiyete yer yoktur. Ayrıca, Huizinga (2006), oyunun bir kültür yaratıcı işlevi olduğu savunmaktadır.

Oyunun kültür yaratıcı işlevi günümüzde dijital oyunlar üzerinde de ortaya çıkmıştır. Gene Huizinga (2006)'nın ortaya koyduğu fikirler doğrultusunda oyuncunun oyunu bozması oyunbozan olup ceza alacak olmasının, dijital oyunlar üzerinde karşılığı vardır. Örneğin PUBG Mobile içerisinde hile yapan oyuncuların tespitini, gene oyuncular ve yapımcılar beraber yapmaktadır. Hile yapan yani oyunbozanalara ceza olarak oyundan uzaklaştırma verilmektedir. Öyle ki bir oyuncuya verilebilecek en büyük ceza maddi bir cezadansa oyundan uzaklaştırmadır. Yani şöyle ki hile yapan (oyunbozan) arkadaşlarıyla oynamaya devam edemez. Onlardan belli bir süre uzaklaştırılır. Bunun sonucunda o oyuncu bir daha hile yapmaması gerektiğini düşünür çünkü arkadaşlarından uzakta kalmak istemez.

Kapitalist aklın rasyonel olarak bu duruma yaklaşımı genel olarak 'güçlü olan kazanır' şeklindedir (Yarar, 2019). Güçlü olmanın tek yolunun bu olduğu oyun desenlerinin içerisinde kodlanmış bir şekilde oyuncuyu beklemektedir. Oyun için kalmış tek anlam budur. Birey için geriye kalan şey bir simülasyon çevresinde dijital süslerin arasında kendini kaptırmak ve onun bir parçası haline gelmektir.

Dijital oyunun tümü olmasa bile bu tarz oyunların kendi içerisinde yaratmış olduğu değerleri bu tarz oyunların kültürü olarak görebiliriz. Raymond Williams

(1993)'ın kültür tanımını hatırlayacak olursak eğer entelektüel, estetik ve ruhsal boyutlarıyla gelişmeleri sürecine bağlı olan bir yansıma şeklinde görmüştür (Williams, 1993). Oyun içerisinde yaratılan gerçeklik, mekanlar ve karakterlerin hareketleri üzerinden oyuncuların belli bir gelişiminin var olduğunu düşünebilir.

**Soru 3:** Kültürün metalaşması PUBG Mobile oyunu içerisinde oyuncuya nasıl yansır?

Kültürün metalaşmasına oyun içerisinde gözlemlenen en çarpıcı örnek, etkinliklerden kazanılan ürünlerin oyuncu için en önemli ürün oluşudur. Oyuncu önceden zevkine uygun bulup aldığı kozmetik ürünleri, hemen yeni gelen bir etkinlikten verilen ödül ile değişebilmektedir. Bunun birinci sebebi oyun içerisindeki kozmetikler bir itibar ve statü göstergesidir. Oyuncunun ben bunu başardım deme şekli aslında kullandığı kozmetik ürünlerdir. Aynı zamanda kozmetik kıyafetler sadece görev ve etkinlikler sonrası alınabilen ödüller değildir. Kozmetikler oyunun marketinde oyun kendi para birimleri ve gerçek para karşılığı da satılmaktadır. Gene diğer oyunculara bir itibar ve sınıf göstergesidir.

Veblen'in ortaya koyduğu Aylak Sınıf Teorisi üzerinden bakacak olursak ise tüketimin hiçbir zaman ihtiyaçların tatmininden oluşmadığını belirtmektedir. Tüketimin hayatta kalma boyutunda ileriye gitmesine toplumsal bir sorun olarak bakılmıştır. Tüketim toplumunda hâkim olan gösteriş tüketimi israfı arttırmak ve zenginliği gerçek anlamda toplumun faydası için kullanmamaktan kaynaklanmaktadır (Dal, 2017).

Bu konu hakkında ileri sürülen tüketim toplumu eleştirileri arasında en bilineni, alışveriş merkezleri üzerinden verilen örnektir. Alışveriş merkezlerinin ortaya çıkışı sadece tüketmek için yaşayan, değerlerini kaybetmiş, markalara ilgi duyan bireyleri

oluşturması üzerine bu toplumun sömürge olması ve gerçek kimliğini kaybetmeye mahkûm olduğu ileri sürülmektedir. (Dal, 2017).

Bu durumun tam göstergesi olarak ise oyuncular genellikle kıyafetleri yeni ve para karşılığı alınmış oyunculara karşı ciddi şekilde ön yargı geliştirmiş durumdadır. İlk düşünce, ‘bunu kazandığına göre kesin iyi oynuyordur’ veya diğer bir düşünce ise ‘oyuna para veriyorsa oyunu cidden iyi oynuyordur’ şeklinde ön yargılar vardır. Ancak bunların arasında belli farklılıklar vardır ilki emek sonucu bir uğraşın ödülü olarak verilmiş bir hediye iken, aynısını markette para karşılığı kozmetiği satın almış kişi aynı zamanda diğer oyuncuların gözünde de bir korku ve yersiz bir üstünlük satın almıştır.

Halbuki bakıldığında kozmetiğin oyun içerisindeki değeri sadece görsel olarak. Yeni marketten alınmış bir silahın yapacağı hasar ile sıradan aynı silahın yapacağı hasar aynıdır. PUBG Mobile Marketten alınmış yeni çıkan kıyafetin kişiyi koruma oranıyla sıradan kıyafetin de kişiyi koruma gücü aynıdır.

Bir başka örnek ise oyunun başlamasını beklendiği bir dakikalık süre içerisinde oyuncular birbirlerinin kıyafetlerini inceler. Bunun sonunda ise rakibinin kıyafetini beğendiyse ve isterse rakibine bunu dans ederek, kıyafetlerini yere atarak, yumruk atarak vb. bir şekilde oyun içi dilencilik yapar. Odak grup çalışmasında bu iki örnek oyuncu da bulunmaktaydı. Bir tanesi kıyafeti beğenilen (E3) diğeri ise kıyafeti beğenip isteyen oyuncu (K2) ile görüşme fırsatı yakaladım.

**Soru 4:** PUBG Mobile yapmış olduğu etkinlikler üzerinden özel günleri ve bayramları nasıl üretir?

Oyunun oyuncuyu çekebilmesi ve sürekliliği sağlayabilmesi açısından oyun içerisine sürekli olarak kültürel bir etki koymaktadırlar ancak bunu ciddi şekilde incelemek için bakılmadığında fark edilecek şekilde yapmamaktadırlar. Örneğin oyun içerisinde iki farklı etkinlik sistemi bulunmaktadır. Bu sistemler yerel ve evrensel

olarak ayrılır. Yerel olanlar tümüyle kültürel olmakla beraber, evrensel olanlar ise hem popüler kültür ağırlıklı hem de gene evrensel olarak kabul edilmiş belli günler ve dönemler üzerinden insanların ilgisini çekecek şekilde organize edilmiştir.

Yerel etkinlikler, bölgesel olarak sunuculara bağlı ilerlemektedir. Bağlı olunan sunucu içerisinde ne kadar milli ve dini bayram, özel gün var ise PUBG Mobile ekibi bunlar için irili ufaklı bir sürü ve her sene olabildiğince yenileyerek etkinlikler getirmektedir.

Tüketim her zamankinden fazla kafada çözülmesi gereken bir deneyim, beyinsel ve zihinsel bir olgudur. Çünkü tüketim tek başına yalnızca vücudun gereksinimlerini doyuran basit bir süreç olmaktan çıkmıştır. Bu şekilde yabancılaşma ve uzaklaşmanın modern tüketim kalıplarına da girmiş olduğunu ilan eder (Senemoğlu, 2017). Bu düşünce yapısı ile tüketicilerin durmaksızın artan paketlenmiş deneyimler yüzünden birçok etkinlik sırasında bir yaratıcılık ve özerklik duygusu yaşamaktan uzak kalmaktadır. Bu ise günün sonunda tüketimin yerel etkinlikler üzerinden mi yoksa evrensel mi olduğuna bakmasına gerek kalmamaktadır.

Evrensel etkinlikler ise, yeni yıl dönemleri, baharın gelişi, yazın gelişi gibi herkes için aynı şeyi ifade eden etkinliklerin üzerinden incelenmiştir. Bunların yanı sıra aslında cadılar bayramı gibi bir etkinliği de dünyanın çoğu yerinde dini bir bayram olarak kutlanmamasının analizini yaparak bunu da evrensel bir etkinlik olarak oyunculara sunar ve bununla ilgili temalarda hediyeler ve kozmetikler verir.

Odak grup çalışmasından çıkan sonuçlar evrenselleştirilemese bile oyuncuların bu özel günlere ve bayramlara asla dikkat etmemektedir. Görüşmeler boyunca oyuncuların hatırladığı etkinlikler son oynadıkları yani güncel olan etkinlik olmuştur. Bunun haricinde kazandıkları herhangi bir ödülü hangi etkinlikten kazandıklarını dahi hatırlanmamaktadır. Ancak oyuncuların hiçbiri yerel olan kültürel etkinlikleri



hatırlamamıştır. Hatırlamamaları ise tüketim toplumunun getirmiş olduğu sürekli bir tüketime yaratmış olduğu kontrolsüzlük ve farkındasızlıktır.

### **5.3 Daha Fazla Araştırma İçin Öneriler**

Bu araştırma nitel bir çalışma olduğu için daha çok kültürel açıdan ve belli başlı şeylere odaklanılarak yapılmıştır. Genelleme ve evrensel bir sonuç çıkarma şansı yoktur. Bir başka çalışma eğer nicel şekilde yapılacak olur ise çok faydalı olabilir. Popülasyona göre cinsiyet dağılımı hesaplaması en son 2019 Şubat ayında yapıldığı göz önüne alınırsa bunun gibi konular üzerinden başlayarak hem verilerin yenilenmesi hem de yeni çalışmaların bulunması maksadıyla bu konu üzerine çalışılabilir en azından kuvvetli bir başlama noktası olarak görülebilir.

## KAYNAKLAR

Aarseth, E. (2001, Temmuz). *Computer Game Studies, Year One*. the international journal of computer game research: <http://gamestudies.org/0101/editorial.html#top> adresinden alındı

Adorno, T. W. (2011). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. (N. Ülner, M. Tüzel, & E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Akbulut, H. (2009). Gelenekselden Dijitale, Mekândan Uzama Oyun Kültürü. M. Binark, G. Bayraktutan-Sütçü, & I. B. Fidaner (Dü) içinde, *Dijital Oyun Rehberi* (s. 25-81). İstanbul: Kalkedon.

Althusser, L. (2015). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (A. Tümertekin, Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.

And, M. (2012). *Oyun ve Bügü - Türk Kültüründe Oyun Kavramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

App Ape. (2019, Mart 27). *Distribution of PUBG Mobile users in the United States as of February 2019, by gender*. Ocak 12, 2021 tarihinde Statista: [https://www.statista.com/statistics/988128/pubg-mobile-players-us-gender/?fbclid=IwAR0xH5a6k\\_M6pJJhnF\\_cu0dpanBEAUEHG\\_D8tTmbVUXP4gCRxobwtQZpOSvI](https://www.statista.com/statistics/988128/pubg-mobile-players-us-gender/?fbclid=IwAR0xH5a6k_M6pJJhnF_cu0dpanBEAUEHG_D8tTmbVUXP4gCRxobwtQZpOSvI) adresinden alındı

Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu*. (H. Deliceçaylı, & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2016). *Küreselleşme - Toplumsal Sonuçları*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bilben, M. O. (2019). *Bir Strateji Oyunu Olarak Football Manager ve Oyuncu Deneyimi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Kültürel Çalışmalar ve Medya Bilim Dalı.

Bogost, I. (2010). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge: The MIT Press.

Caillois, R. (2001). *Man, Play and Games*. Chicago: University of Illinois Press.

Carter, C. (2017, Haziran 19). *Polygon*. Kasım 16, 2020 tarihinde Polygon: <https://www.polygon.com/playerunknowns-battlegrounds-guide/2017/6/9/15721366/pubg-how-to-play-blue-wall-white-red-circle-map-weapon-vehicle-inventory-air-drop> adresinden alındı

Chandler, D., & Munday, R. (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü*. (B. Taşdemir, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Chapple, C. (2020, Temmuz 2). *PUBG Mobile Doubles Lifetime Revenue to \$3 Billion in Just Seven Months*. Sensor Tower: <https://sensortower.com/blog/pubg-mobile-revenue-three-billion> adresinden alındı

Clement, A. (2020, Eylül 21). *The BP and L-Coin Systems in PUBG Explained*. The Global Gaming: <https://theglobalgaming.com/pubg/bp-and-l-coin-g-coin/> adresinden alındı

Collins, S. (2008). *Hunger Games*. New York: Scholastic Press.

Crawford, C. (1982). *The Art of Computer Game Design*. Washington: Washington State University.

Dal, N. (2017). Tüketim Toplumu ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1-21.

Darwin, C. (2017). *Türlerin Kökeni*. (B. Kılıç, Çev.) İstanbul: Alfa Yayıncılık.

Demirbaş, Y. (2019). Dijital Oyun Araştırmalarında Biçimsel Analiz ve Oyun Türleri: Hayatta Kalma Oyunları Türü. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergi*, 15-32.

Demirbaş, Y. (2020). Dijital Oyunlarda Oynanış ve Anlatı İlişkisi: DayZ Oyunu ve Village Topluluğu. *İleti-ş-im*, 80-107.

Duran, A. E. (2020, Mart 23). *İş hayatının yeni normali: Evden çalışma*. Deutsche Welle Türkçe: <https://www.dw.com/tr/iş-hayatının-yeni-normali-evden-çalışma/a-53219366> adresinden alındı

Erdoğan, İ. (2004). Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine . *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 1-17.

Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ankara: ERK Yayınları.

Freud, S. (2019). *Ego ve İd*. (S. Gülsay, Çev.) İstanbul: Oda Yayınları.

Fuchs, C. (2017). Kültür, İletişim & İdeoloji: İş Biçimleri. S. Çoban, & S. Çoban (Dü.) içinde, *Medya ve Sol* (s. 47-80). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Fujita, A. (2012, Mart 22). 'The Hunger Games,' a Japanese Original? Aralık 22, 2020 tarihinde abc News: <https://abcnews.go.com/blogs/headlines/2012/03/the-hunger-games-a-japanese-original/> adresinden alındı

Galloway, A. (2006). *Gaming: Essays on Algorithmic Culture*. Minnesota: University of Minnesota Press.

Gans, H. J. (2018). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*. (E. Onaran İncirlioğlu, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Garmon, J. (2005, Mayıs 24). *Geek Trivia: First shots fired*. Aralık 23, 2020 tarihinde TechRepublic: <https://www.techrepublic.com/article/geek-trivia-first-shots-fired/> adresinden alındı

Greszes, S. (2019, Mayıs 26). *Hunting down the true origins of the battle royale craze*. Aralık 22, 2020 tarihinde Polygon: <https://www.polygon.com/2019/5/26/18636556/battle-royale-games-movie-book-koushun-takami-inspiration> adresinden alındı

Güngör, N. (2018). *İletişim/Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güregen, E. S. (2020). *Mobil Oyunlarda Hikaye Anlatımının Oyun Deneyimine Etkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı.

Hazar, Z., & Hazar, M. (2017). Çocuklar İçin Dijital Oyun Bağımlılığı Ölçeği. *Journal of Human Sciences*, 203-216.

Horkheimer, M., & Adorno, T. (1995). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (O. Özgül, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Huizinga, J. (2006). *Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. (M. A. Kılıçbay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hürriyet. (2019, Ekim 3). *Call Of Duty: Mobile ilk günden indirilme rekoru kırdı.*

Hürriyet: <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/call-of-duty-mobile-ilk-gunden-indirilme-rekoru-kirdi-41342818> adresinden alındı

Karadeniz, O. Ö. (2017). Oyun İncelemelerinde Ludoloji - Narratoloji Tartışması ve Alternatif Kuramsal Arayışlar. *Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi*, 57-78.

Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 62-80.

Kellner, D. (2014). *Cultural Studies, Multiculturalism, and Media Culture*. UCLA EDU: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/culturalstudiesmulticulturalism.pdf> adresinden alındı

Kerr, C. (2020, Temmuz 14). *Gamasutra*. Kasım 16, 2020 tarihinde Gamasutra: [https://www.gamasutra.com/view/news/366318/PUBG\\_has\\_sold\\_over\\_70\\_million\\_copies\\_worldwide.php](https://www.gamasutra.com/view/news/366318/PUBG_has_sold_over_70_million_copies_worldwide.php) adresinden alındı

Kılıçbay, M. A. (2006). Sunuş. J. Huizinga içinde, *Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme* (M. A. Kılıçbay, Çev., s. 7-9). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Lahti, E. (2018, Ocak 24). *PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS REVIEW*. PC GAMER: <https://www.pcgamer.com/pubg-review/> adresinden alındı

Lodziak, C. (1995). *Kapitalizm ve Kültür / İhtiyaçların Manipülasyonu*. İstanbul: Çitlembik Yayınları.

Maloney, T. (2020, Şubat 12). *How Do Esports Teams Make Money?* Roundhill Investments: <https://www.roundhillinvestments.com/research/esports/how-do-esports-teams-make-money#:~:text=The%20Numbers%20Behind%20Esports&text=By%202022%20the%20global%20video,to%20%241.79%20billion%20by%202022.> adresinden alındı

McCarthy, C. (2017, Ağustos 9). *USgamer*. Kasım 16, 2020 tarihinde USgamer: <https://www.usgamer.net/articles/playerunknowns-battlegrounds-interview-brendan-greene> adresinden alındı

McLuhan, M. (1964). *Understanding media the extensions of man*. London: McGraw Hill.

Mısırlı, G. (2018). *Oyunun Toplumsal ve Kültürel İşlevini Yitirishi: Gelenekselden Dijitale Oyun Kavramının Yapısal Dönüşümü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.



Mutlu, E. (2004). Popüler Kültürü Eleştirmek. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 11- 42.

Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri* (Cilt II). (S. Özge, Çev.)  
Ankara: Yayınodası Yayıncılık.

Newzoo. (2020, Kasım 6). *Number of live hours watched of PUBG Mobile worldwide from April to October 2020 (in millions)*. Ocak 12, 2021 tarihinde Statista:  
<https://www.statista.com/statistics/1188938/pubg-mobile-hours-watched/?fbclid=IwAR1dXaayk93CurN27Fkqwa907cHqBavP8IyflI871Wm78lRIazAHF60Iyw> adresinden alındı

NTV. (2020, Ağustos 13). *Neden bazı insanlar corona virüs tedbirlerine uymuyor? Bilimin yanıtı*. NTV: <https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/neden-bazi-insanlar-corona-virus-tedbirlerine-uyuyor-bilimin-yaniti,W4j2lY2aGEuTATjlyFitpg/GpKQNW79xUS3kKryeSeJdw> adresinden alındı

Nunneley, S. (2018, Ağustos 16). *PUBG Mobile Has Been Downloaded Over 100M Times and has 14M Daily Players*. VG247:  
<https://www.vg247.com/2018/08/16/pubg-mobile-100-million-downloads/> adresinden alındı

Özkazanç, S., & Esentürk, T. (2020). Sanal Gerçeklik Oyunlarındaki Mekân Algısı: PUBG Oyunu Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 308-320.

PUBG Mobile. (2018, Eylül 11). *Welcome to Sanhok! - PUBG MOBILE 080*.

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=nZvobMeGAF0> adresinden alındı

PUBG Mobile. (2020, Kasım 3). PUBG Mobile: <http://www.pubgmobile.com/en-US/index.shtml> adresinden alındı

Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play - Game Design Fundamentals*. Massachusetts: The MIT Press Cambridge.

Sayal, T. (2020, Temmuz 03). *PUBG Mobile: How to play Livik map before the global release?* Sportskeeda: <https://www.sportskeeda.com/esports/news-pubg-mobile-how-play-livik-map-global-release> adresinden alındı

Sayılgan, Ö. (2019). Dijital Sanat Oyununa Anlatıbilimsel Bir Yaklaşım Gece Yolculuğu'nda Lirikizm, Şiir - Oyun ve Yaratıcı Etkileşimlilik. *Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 372-404.

Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *İnsan & İnsan*(12), 66-86.

Sensor Tower. (2020, Aralık 15). *First year downloads of selected mobile shooter games worldwide as of June 2020 (in millions)*. Ocak 12, 2021 tarihinde Statista: <https://www.statista.com/statistics/1179913/highest-grossing-mobile->

games/?fbclid=IwAR1hiUf6ENBPtqNEIXDzA1FXXSZQtdUjRef2t2jwLdM  
b1CCH41u\_ghgOCbc adresinden alındı

Sensor Tower. (2020, Aralık 15). *Highest grossing mobile games worldwide in 2020 (in million U.S. dollars)*. Ocak 12, 2021 tarihinde Statista:  
<https://www.statista.com/statistics/1179913/highest-grossing-mobile-games/?fbclid=IwAR1hiUf6ENBPtqNEIXDzA1FXXSZQtdUjRef2t2jwLdM>  
b1CCH41u\_ghgOCbc adresinden alındı

Sensor Tower. (2020, Eylül 9). *Player spending on PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG) mobile worldwide from April 2018 to August 2020 (in million U.S. dollars)*. Ocak 12, 2021 tarihinde Statista:  
[https://www.statista.com/statistics/1079038/pubg-mobile-spending/?fbclid=IwAR3Ww0zxuujo0jYfuVJ22wNh8hOONGSaDPQsh0m73\\_a9fiTeIBw\\_0yovQhQ](https://www.statista.com/statistics/1079038/pubg-mobile-spending/?fbclid=IwAR3Ww0zxuujo0jYfuVJ22wNh8hOONGSaDPQsh0m73_a9fiTeIBw_0yovQhQ)  
3\_a9fiTeIBw\_0yovQhQ adresinden alındı

Setouchi Explorer. (2019, Mayıs 28). *Batoru Rowaiaru*. Setouchi Explorer:  
<https://www.setouchiexplorer.com/battle-royale-island/> adresinden alındı

Sezgin, S. (2016). İnsan ve Oyun: Oyunların Dünü, Bugünü, Yarını. M. Riedler, E. Yolcu, S. Genç, & M. Eryaman (Dü.), *VIII. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi* içinde (s. 343-354). Çanakkale: Turkish Educational Research Association Press.

Slater, P. (1998). *Frankfurt Okulu: Kökeni ve Önemi*. (A. Özden, Çev.) İstanbul: Kabalca Yayınevi.

Sportskeeda. (2021, Ocak 16). *PUBG Maps*. Sportskeeda: <https://www.sportskeeda.com/esports/pubg-map> adresinden alındı

Staff, X. W. (2015, Ekim 9). *Know Your Genres: Third-Person Shooter*. Aralık 23, 2020 tarihinde Xbox: <https://news.xbox.com/en-us/2015/10/09/games-know-your-genres-third-person-shooters/> adresinden alındı

Suits, B. (2005). *The Grasshopper Games, Life and Utopia*. Toronto: Broadview Press.

Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Takami, K. (Yöneten). (1999). *Battle Royale* [Sinema Filmi].

TDK. (2020, 12 11). *TDK*. TDK: <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı

Virilio, P. (1999). *Politics of the very worst: An interview with Philippe Petit*. New York: Semiotext.

WebDestroya. (2018). *Map Comparision*. Ocak 20, 2021 tarihinde PUBGMap.io: <https://pubgmap.io/compare.html> adresinden alındı

Williams, R. (1993). *Kültür*. (S. Aydın, ev.) Ankara: İmge Kitabevi.

Yarar, H. (2019). *Simülasyon ve Dijital Kitle Ss: Çok Oyunculu evrimii Mobil Oyunlar zerine Bir Analiz (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Elazığ: Fırat

## **EKLER**

## **Ek A: Araştırma Soruları ve Cevapları**

**Soru 1) Oyuna ne sıklıklarla giriyorsunuz?**

**E1:** *Yaklaşık iki günde bir oyuna giriyorum.*

**E2:** *Her gün girmeye çalışırım. Ancak her girdiğim günde oynamam. Günlük ödülleri almak için girerim.*

**E3:** *Her gün giriyorum.*

**E4:** *Hafta en az iki gün giriyorum.*

**K1:** *Oyuna her gün giriyorum.*

**K2:** *Değişen bir durum bu bazen haftada her gün giriyorum ancak yoğunluğuma göre de giremediğim oluyor. Ortalama olarak ama ayda 15-16 gün rahatlıkla giriyorum.*

**K3:** *Her gün giriyorum. Çalışırken de oynama fırsatı buluyorum ortalama günde en az 6 saat oynama fırsatı buluyorum.*

**K4:** *Genellikle her gün girmeye çalışıyorum.*

**Soru 2) Neden PUBG Mobile? Benzeri oyunlar değil?**

**E1:** *PUBG Mobile diğer oyunlara göre gerçekçi. Silahlar ve silahların kullanımları diğer oyunları daha stabil ve gerçekçi olduğu için tercih ediyorum.*

**E2:** *Benzerleri arasında en eğlenceli oyun PUBG Mobile olduğu için tercih ediyorum. Eskiden PC'de PUBG oynardım. İlk olarak bu tarzda çıkan bu oyun olduğu için bende yeri ayrıdır. Bu konumda olduğu için bana değerlidir. Mobile versiyonuna ise ilk başlayanlardan değilim arkadaş çevresi ile başladım.*

**E3:** *Hem bol miktarda insan bularak rahatça beklemeden oynayabiliyorum. Güzel, eğlenceli bir oyun, gayet zevkli mobil olması çok önemli her an her yerde oynayabilirim. Herhangi bir ortamda hade PUBG dediğin zaman bir anda insanlarla kendini oyunda bulabiliyorsun. PUBG Mobile olmasının birinci sebebi popüler olması ve çevremde herkesin diğer Battle Royale oyunlara kıyasla PUBG Mobile oynuyor olmasıdır. Çevremde belki Call of Duty'nin oynayanları olsaydı belki bende onu oynardım ancak PUBG Mobile daha çok tercih ediliyor. Sebebi sanırım oynanabilirliği daha yüksek, popüleritesinden dolayı olduğunu düşünüyorum.*

**E4:** *Çünkü PUBG Mobile en global oyun ve bu Battle Royale oyunlarının ilki olduğunu düşünüyorum. İlk mi emin değilim benim bildiğim öyle, aynı zamanda görselliği ve oyun performansı olarak çok başarılı buluyorum. Bu sebepten ötürü PUBG Mobile tercihim.*

**K1:** *Bana göre daha eğlenceli, daha çok oyuncu var, grafikleri, tasarımları ve verdiği itemler(eşyalar) daha çok hoşuma gittiği için PUBG Mobile oynuyorum.*

**K2:** *Telefonda oynaması diğerlerine göre daha pratik geliyor. Ara yüz açısından da kolay bir oyun. Ayrıca telefona o kadar güzel aktarılmış ki bilgisayarda oynamaya gerek bırakmıyor. Yeterince tatmin edici bir oyun zevki veriyor. Diğerlerini o kadar*



*sevemedim. Arkadaşlarımın hemen hepsi de PUBG Mobile oynadığı için de bir noktada bu oyunu tercih ediyorum.*

**K3:** *Oynaması kolay, ilgimi çeken kıyafetler var. Aynı zamanda eğlenceli ve erkek arkadaşım ile ortak oynadığımız tek oyun olduğu için tercihimdir.*

**K4:** *PUBG Mobile benim bu alanda oynadığım ilk oyun aslında arkadaş çevremi oynadığı bir oyundu ve onlar sayesinde aslında başlatıldım. Günlük hayatımda ortak arkadaş çevremle beraber oynayabileceğim, birlikte yapabileceğimiz farklı aktiviteler arasında olduğu için PUBG Mobile oynamaya başladım.*

**Soru 3) Oyun içerisinde nasıl/neye göre oynamaya çalışıyorsunuz? (etkinlik, görev, duruma vb.)**

**E1:** *Bunu üçe ayırabilirsiniz. Birinci olarak etkinlik ikinci olarak görevler eğer bu ikisi de yok ise bu ikisini de bitirmiş durumdaysak o zaman kafamıza göre oynuyoruz. Ancak bu çok nadir oluyor. Ağırlık olarak etkinlik ve görevlere göre oyun oynuyoruz.*

**E2:** *Çok uzunca bir süre sadece öylesine girdim. Maksat arkadaşlarla beraber oynamaktı. Sonrasında ise işin rengi değişti. Oyuna paralı üye oldum böyle olunca da verilen görevlere yöneldim. Bazen oyuna girme amacım “aaa görevleri de yapayım aradan çıksın” gibi düşünüp arkadaşlarımla onları yapmaya çalışıyorum.*

**E3:** *Sezon içerisindeki puanlara yönelik oynuyorum. Her sezon başında ben ve kız arkadaşım oyuna parada ödeyerek sezon içerisinde verilen ekstra ödülleri alıyoruz. Premium üyelik sistemi olduğu için oyunda ödeyerek daha fazla hediye kazanma fırsatımız oluyor. Her sezon en yüksek seviyeye kadar çıkıyoruz. Bu sebepten ödemede yaptığımız için bir sürü eşya veriyor oyun bize bunlar kıyafetler, silahlar için kamuflajlar gibi birçok ürün hediye ediyor. Her sene 100'e kadar yapılandırılmış bir seviye sistemi var. Biz sezon boyunca 100'e ulaşmaya çalışıyoruz. Dolayısıyla her gün girip günlük görevler ve bonuslar var onlara ulaşmaya çalışıyoruz.*

**E4:** *Oynadığım süre boyunca sezon görevlerini tamamlamaya çalışıyorum. Onun dışında oyunun görevlerini tamamlamaya çalışıyorum ki verdiği ödülleri kazanmak için oynuyorum.*

**K1:** *Bu değişiklik gösteriyor. Etkinliklere bakıyoruz önce süreleri ne durumda ve verdiği hediyeler güzel ise eğer önce etkinliklerden başlıyoruz. Yok eğer hoşumuza gitmediyse görevlere odaklanıyoruz. Onları bitirince oyuna devam ediyorum.*

**K2:** *Oynadığım zaman Royale Pass süreci olmuş oluyor. Onu takip ediyorum. Ancak aktif olarak sezon takibi yapamıyorum. Sezonu tamamen yapayım ya da sezon sonuna*

*kadar tüm dereceleri bitireyim gibi bir gayretim olmuyor. Ancak oyuna girdiğimde hangi haritada oynayacağım şeklindeki şeyleri görevlere göre takip ediyorum. Daha çok görev yapan bir yapım var. Bazen nadir de olsa hiç göreve bakmadan da girmişliğim oluyor. Sezon bittiğinde ödül durumunda anca ortalara gelebiliyorum. Ne çok fazla oynuyorum ne de az oynuyorum diyebilirim.*

**K3:** *Sezon görevlerime göre oynama şeklim belirleniyor. Tamamen görev ve günlük görevler üzerine oynuyorum. Öylesine görev harici anca sezon bittiğinde görevsiz kaldığımda anca o şekilde oynuyorum.*

**K4:** *Günlük ruh halime göre değişiklik gösterir. Yani bazı gün etkinlikler üzerinden oynadığım olur. Bazen öylesine girip oynayıp çıkmışlığım oldu. Duruma göre değişiklik gösteriyor. Dediğim gibi bu alanda oynadığım ilk oyun olduğu için çok da gelişmiş değilim dolayısıyla yapabileceğim görevler olduğuna inandığımda o görevler üzerine de oynamışlığım olur.*

**Soru 4) Oyun içerisindeki harita çeşitliliği içerisinde seçiminizi belirleyen şey nedir?**

**E1:** Burada tabii en büyük etken bizim görevlerden kaynaklı, çünkü hem size hangi haritayı seçmeniz gerektiği ve hangi bölgeye gitmeniz gerektiğini söylüyor. Biz görev ağırlıklı seçmek zorunda kalıyoruz.

**E2:** Haritalara çok takılmam ama açıkçası bazı haritalar daha hızlı bittiği için tercihim hızlı biten haritalardır. Büyük haritalar oyun süresi olarak uzun sürdüğü için beni pek çekmiyor. Örneğin Miramar çok büyük bir harita oyun uzun sürüyor hem çöl ortamı benim pek sevdiğim tema değil orada oynamayı pek tercih etmiyorum. Vikendi güzel ama Livik en güzeli bence, bir de o uzak doğu temalı olan Sanhok çok hoşuma gidiyor.

**E3:** Biraz güne ve ruh halimize göre değişen bir durum bu açıkçası ama özellikle Livik yeni gelen harita içerisinde loot bol miktarda var. O yüzden elimizde saatlerce bir tabanca ile gezmek zorunda kalmıyoruz. Yığınla silah olduğu için malzemelerimizi hızlıca toparlayarak hızlıca aksiyona katılabiliriz. Küçük bir harita, hızlı biten bir harita 50 kişilik bir harita o yüzden eğlence seviyesi çok yüksektir. Gününe ve duruma göre değişir bu tercihler bazen görev odaklı gitmek zorunda kaldığımızda ise başka haritalara gidebiliriz. Örneğin uzaktan adam öldürme görevi geldiğinde Miramar'a gidiyorum. Çünkü büyük bir yer çok büyük bir harita ve uzak mesafede insan görme olasılığın diğer haritalara göre daha fazla olduğunu düşünüyorum. Bir de etkinlik üzerinden artık nerede etkinlik var ise oraya gidiyoruz. Livik yeni olduğu için her yerde fazla loot var bu yüzden onu tercih ediyorum.

**E4:** Genellikle görevlere göre haritayı seçiyorum. Eğer harita seçimim görevi etkilemeyecek ise mümkünse büyük haritaları yani Erangel ve Miramar gibi alanı büyük ve dağlık haritaları tercih ediyorum.

**K1:** Haritanın boyutları ve o oranda verdiği lootlar hangi haritada daha çok ise ya da hangi harita daha çabuk bitiyor ise o önceliğimiz olacak şekilde seçimimizi yapıyoruz. Süresi kısa olan oyunlar tercih sebebimiz oluyor.

**K2:** Hangi haritayı neden oynamıyorum çok belli aslında çöl ortamı bana çok kasvetli geliyor. Bu yüzden o haritada oynamıyorum. Karlı harita olan Vikendi'de çok ciddi bir oyun keyfi alamıyorum. Kimseyi görmeden oyunun son 10 kişi kalana kadar kaç kere geldim o yüzden keyif almadım. Ya benim seviyemdeki insanlarla aynı oyuna düşemiyorum o haritada ya da o harita bana şansız geldiği için daha keyifli bir oyun geçmişim yok. Sevdiğim haritalar arasında Livik var sebebi ise oyun süresi olarak çok hızlı bitebiliyor. Sonradan gelen bir harita olduğu içinde daha popüler oluyor. Lootlanma çok hızlı oluyor. En sevdiğim harita Sanhok açıkçası ormanlık alanda oynayan oyuncu kitlesi sanki hepsi belli profilde insanlar o haritayı seçen insanlarla oynamak çok keyifli. Sanhok da atlanacak 3 tane bölge var ki oranın lootu çok iyi olduğu için oraya atlayan ve hızlıca ölen bir kitle var. Kenar köşelere atlayarak sinsice hayatta kalan bir kitle var. Ben tam ortalarına atlıyorum. Arkadaşlarım yokken bile tek başıma girdiğim tek harita Sanhok. Erangel en eski harita olduğu için oraya girenler sanırım daha iyi oynuyor. Orada daha zorlandığımı düşünüyorum. Bana göre ama en güzel harita Sanhoktur.

**K3:** Hızlı bitmesi yani Livik haritasını daha çok tercih ediyorum çabuk bittiği için

**K4:** Genellikle Livik'i tercih ederim. Birinci olarak kısa bir haritadır. Yani kısa süren bir oyun süresi var. Ben oyuna başladığım dönemde Livik yeni gelmişti. Bu yüzden onu oynuyordum. Genellikle arkadaşlarımla onu oynamayı tercih ettik. Sonrasında ise o haritayı sevdim. Oyunun kısa sürmesi benim açımdan zaman tasarrufudur da çünkü fazla oyuna vakit ayırma şansım yok. Oyuna ayırdığım süre boyunca ne kadar çok oyun oynayabilirsem o kadar iyi olduğunu düşündüğüm için Livik tercihim olur.

*Sıkıldığımda ise diğer haritaları tercih ederim. Sanhok ve Erangel sıkıldığımda tercih ettiğim haritalar olur. Miramar'ı pek tercih etmem. Vikendi ise bazen oynarım loot konusunda yeterince iyi değil ama oynadığım haritalardan biridir.*

**Soru 5) Harita içerisinde gittiğiniz konum planlı bir şekilde mi seçilir?**

**E1:** *Tabi ki PUBG Mobile içerisinde loot sıkıntısı var. Bu loot sıkıntısı olduğu için genellikle loot çıkan aynı bölgeleri tercih ediyoruz. Genel harita içi dolaşımımız aynı şekilde oluyor.*

**E2:** *Plana bağlıdır. Ancak şöyle bir şekilde plana bağlıdır. Uçağın rotasının üzerindeki yerlere değil de biraz kenarlara atlarız ki ölme riskimiz az olsun çabukça ölmeyelim diye yapıyoruz. Bir başka etkileyen faktör ise görev için girerse nereye gitmemiz gerekiyorsa oraya gidebiliriz. Görevin olduğu yerlere atlamayı tercih ederim.*

**E3:** *Yoğunluk olmamasından emin olduğumuz daha sakin bölgeleri tercih ediyoruz. Merkezi olmayan yerlere gitmenin avantajı rahat rahat loot yapabilmek için çünkü diğer türlü ekipmansız şekilde kalabiliriz. Şansızlık eseri herkesin indiği yerde yeterli loot olmadığı için ilk silahı alan etrafındakileri vurabilir. Bu yaşandığında sil baştan başlamak gerek onu da istemediğimiz için daha tenha yerlerde başlayıp lootlandıktan sonra aksiyonun içine öyle gireriz. Bu sırada oyuncu sayısı da azalmış olur iyi oynayanlar, kötü oynayanları haritadan sildiği için daha elit bir mücadele olur. Aynı zamanda oyunu daha yukarı sıralarda bitirme şansımız artmış olur. Zaten biz aksiyona girmeden önce iyice lootlanmayı yani silah ve kalkan gibi tam ekipman giyinmeyi tercih ederiz.*

**E4:** *Oyun başlamadan önce bekleme süresince gerekli taktiksel planlamaları yapıyorum nereye gideceğim ile ilgili tabi uçağın gideceği yön ile de bu durum birazcık bağlantılı oluyor. Nereye gideceksem ona göre sonrasını da planlayarak ona göre oynuyorum. Yani evet hep bir plan dahilinde gelişiyor.*

**K1:** *İlk önce görevlere bağlı haritalar seçiyoruz. Yani ilk başta seçimimizi belirleyen şey görevlerimiz oluyor. Haritalarda da gittiğimiz noktalar ya göreve bağlı ya da loot*

*yapmak için bilinen lootu iyi olan bölgelere gidip oradan yakın yerlere geçiyoruz. Ancak çoğunlukla nereye gideceğimiz oyun başladıktan sonra belli oluyor. Oyun öncesi bir plan yapmıyorum*

**K2:** *Genelde ekiptekiler arkadaşımrsa ben yönlendiriyorum onları eğer ekibim yabancılardan oluşuyorsa onların yönetmesindense tek başıma atlamayı tercih ediyorum. Başkasının benim nereye gideceğime karar vermesinden hoşlanmıyorum. Göreve göre atlarım ya da uçağın güzergahına göre en yakın yere gitmeye çalışıyorum. Oyun başladığı gibi direk atlayanlar var, oyunun en fazla loot çıkan yerlerine atlayanlar var bir de son olarak uçağın haritadan çıkmaya yakın noktasında atlayanlar var. Onlara göre kendime ve grubuma yetecek kadar malzeme bulabileceğim ve çok da birinin gelmeyeceğini düşündüğüm yere atlamayı tercih ediyorum. Yani atlayışlarımın hepsinin bir plan doğrultusunda belirliyorum. Ancak bu oyundan oyuna değişiklik gösteriyor.*

**K3:** *Planlı bir şekilde hareket ediyorum. Uçağın güzergâhına göre değişiyor. Nereye daha az insan incek ise ona göre seçiyorum. Eğer tabi bir görevim var ise o görev gereği nereye gitmem gerekiyorsa ona göre gidip ondan sonrasını orada planlıyorum.*

**K4:** *Uçak yola çıktıktan sonra haritanın durumuna göre gideceğim yeri seçmeye çalışırım. Genellikle çok kalabalık olmayan yerlere gitmek tercihim olmaz. Popüler olan yerlere çok fazla insan gittiği için çok kalabalık yerlere inmeyi tercih etmem. Oyunun erken bitmesini istemediğimden dolayı ama bazen bilmediğim yere gidebilirim. Yeni bir yer keşfedersem ve haritanın üzerinde uçağın rotasına göre beni zora sokmayacak bir konumda ise ve popüler bir yer değilse gitmeyi tercih ederim.*



**Soru 6) Etkinlikler arasında tercihiniz var mı?**

**E1:** *Etkinliğin ödülleri bizim için asıl önemli olan şeydir. Bu skin dediğimiz kamuflaj ya da kıyafetler bizim için asıl öncelik oluşturan ve önemli yüksek olandır. Kıyafet veren her türlü etkinliği seviyorum ve bekliyorum. Doğrudan bir etkinlik ismi olarak beklediğim özel bir etkinlik yok. Hediye vermesi yeterli benim için*

**E2:** *Şu an aklıma gelmedi. Birkaç tane vardı böyle diğerlerinden ayrı olarak sıvrilen ama bu kadar az hatırladığıma göre pek fazla etkisi olmamış diyebilirim.*

**E3:** *Sürekli değişen bir şey aslında etkinlikler, şu an olan etkinlik çok güzel açıkçası alevli mermiler, donmuş mermiler, sıkıştığında önüne buzdan duvar çıkarma gibi özellikler var. Muhtemelen etkinlik sonunda bunlar bitecek ve yenide başladığı için oynanışı da değiştirir. Bundan önceki etkinliklerde oyunu etkileyen bir şey yaşadığımı hatırlamıyorum.*

**E4:** *Benim aklımda kalan Lunapark etkinliği vardı. Haritanın belli yerlerinde Lunaparklar çıkıyordu. O etkinlik favorimdi benim. O bölgelerde daha fazla silah bulabiliyorduk aynı zamanda bu durumda daha fazla çatışmayı beraberinde getiriyordu. Daha fazla çatışma olduğu içinde benim daha çok hoşuma giden bir etkinlik olmuşt.*

**K1:** *Kıyafet, silah veya oyun içerisinde alabileceğimiz eşyalar için parçalar verdiğinde onlar daha çok tercihimiz oluyor. Özel bir etkinlik tercihim yok.*

**K2:** *İsmini hatırlamıyorum ancak piramitlerin olduğu bir etkinlik vardır. Piramitlerin içinde bulmaca çözmeye çalışıyorduk en son piramit havalanıyordu ve içerde bir bölüm sonu canavarını yenmeye çalışıyorduk. Aklımda kalan şu an tek etkinlik bu diğerleri çok aklımda kalmamış. Bir de bazen bir iki günlük kıyafet etkinlikleri oluyor onları hemen almak için oynuyorum. Kıyafet sonuçta kaçıramam.*

**K3:** *Evet var. Blackpink etkinliği benim için çok eğlenceliydi.*

**K4:** *Etkinlikler arasında baştan sona oynayabildiğim tek etkinlik ‘‘Ace Challenge’’ etkinliği oldu. Etkinlik içerisinde bitirdiğim taktirde çok güzel bir set kıyafet veriyordu. Bu yüzden çok güzel bir etkinlikti. Bu kıyafeti kazanmak için etkinliği baştan sona oynadım. Gene arkadaşlarım ile beraber oynamıştım.*

**Soru 7) Etkinliğin süresi geçse bile etkinlikten kazandığımız bir ürünü kullanmaya devam ediyor musunuz? (Yoksa yeni gelen etkinliğin ürünü daha mı cazip oluyor?)**

**E1:** *Belli çok sevdiğim bir skin yok ise kesinlikle yeni itemleri(eşya) ve skinleri(kıyafet) almak istiyorum. Aldığım zaman ise kesinlikle onları kullanıyorum. Yeni şeyleri kullanmayı daha çok seviyorum o yüzden yeni bir şey bulduğum anda onu kullanıyorum.*

**E2:** *Şöyle eğer kalıcı bir kıyafetse kazanacağım, süreli değilse tabii ama eğer kalıcı olarak kazanabileceğim oynar kazanırım. Uyumluydu kullanırım eğer uyumlu değilse kullanmam ama kazanmak için oynarım. Kalıcı ise oynar ve kazanırım.*

**E3:** *Etkinliğe bağlı olarak değişiyor. Bir zaman lego benzeri kıyafetler çıkmıştı. Onu çok beğenmemiştim ancak yeni kazandığım ürünü bir iki gün gene de giyerim. Ancak bu durum çok uzun olmaz o bir iki günün ardından gene beğendiğim ürünlere geri dönerim.*

**E4:** *Etkinliklerin süreli olarak vermiş olduğu hediyeler (silah skinleri veya kıyafetler) eğer süreli ise zaten kendiliğinden üzerimizden kayboluyordu. Onları kazandığım anda kullanıyordum. Ancak kalıcı olarak kazandığım ürünler bende kaldığı için daha rahat kullanabiliyorum. Kalıcı kıyafetleri kullanırken yeni etkinlikten kazandığım bir kıyafetle karşılaştığımda beğenirsem onu giyiyorum yani hangisi daha cazip ise onu tercih ediyorum. Yeni gelen ama genelde daha cazip oluyor.*

**K1:** *Etkinliklerden gelen bazı ürünler, kuponlar veya minik biriktirilebilen parçalar oluyor. Bunları biriktirdiğin taktirde istediğin bir ürünü alabiliyorsun. Aldığımız ürünlere göre değişiyor. Tabii etkinlikler üzerinden gelen ürünlerde ikiye ayrılıyor. Bir tanesi süreli olarak gelirken diğeri kalıcı olarak senin oluyor. Ben daha çok kalıcı ürünleri tercih ediyorum. Onun için etkinlikleri ona göre oynuyorum.*

**K2:** *Canım o an hangi kıyafeti isterse o kıyafeti giyiyorum. Tabi örneğin Sanhok da beyaz elbiseyle de gezecek değilim haritaya göre kendime bir kıyafet düzenlemesi yapıyorum. Gireceğim haritadan haritaya kıyafetimi değiştiriyorum.*

**K3:** *Yeni gelen ürünleri kıyafetleri eğer beğendiysen ve hoşuma giden bir şey ise kullanırım. Daha sonrasında ise sıkıldığımda parçalayıp oyun parasına dönüştürürüm. Eğer hiç beğenmediğim bir ürün ise direk parçalarım ve oyun parasına dönüştürürüm ki kendi istediğim ürünleri alabileyim. Genel olarak tercih ettiğim kıyafet ise pembe olan ürünler ve kamuflajı olan kıyafetler oluyor.*

**K4:** *Yeni gelen etkinliğe göre değişir o yani eğer gerçekten beğendiysen önceden kazandığım kıyafetleri kullanmaya devam ederim. Mesela bir kurt kostümü vardı. 60 gün boyunca her gün oyuna girdiğinde oyunun vermiş olduğu bir başarı ödülüdür. Onu kazanınca uzun bir süre onu kullandım.*

**Soru 8) Tekrar başlamasını beklediğiniz ya da istediğiniz bir etkinlik var mı?**

**Neden?**

**E1:** *Silah ve kıyafet veren herhangi bir etkinliği özellikle gerçekçi kıyafetler veren bir etkinliği bekliyorum. Herhangi spesifik bir etkinlik yok.*

**E2:** *Eski sezonların ödülleri geri gelse hepsini bitirip kazanmak için baştan oynarım. Çünkü zamanında vakit uyduramayıp oynayamadığım dönemler oldu. Bu dönemler içerisinde kaçırdığım sezon ödülleri oldu ve bu ödüller geri gelirse kazanmak için oynarım.*

**E3:** *Aslına bakarsan öyle bir düşüncem yok, yenileri gelsin hatta daha güzelleri gelsin. Bu konuda eleştiri yapmam gerekirse örneğin lego etkinliği getireceklerine komando etkinliği gibi bir şey getirsinler yani demeye çalıştığım daha gerçekçi temalar ve etkinlikler gelsin.*

**E4:** *Tekrar başlamasını beklediğim herhangi bir etkinlik yok. Daha yeni etkinlikler daha yeni kıyafet ve silah skinleri gelmesi tercihimdir.*

**K1:** *Etkinliklerin bir kısmı tekrar başlamıyor. Ancak belli başlı birkaç etkinlik baştan başlıyor. Silah ve kıyafetlerin kamuflajları (skinleri) toplayamadığım etkinliklerden toplayabilmek için tekrar başlamasını isterim.*

**K2:** *Kuş dağıtılan bir etkinlik olmuş ve ben bunu kaçırdım. Açıkçası bunu çok kıskanıyorum herkesin omzunda bir kuş var benim omzumda yok. Keşke tekrar başlasa çok üzülüyorum bende yok diye çünkü neyse o etkinlik gelsin tüm görevleri yapacağım.*

**K3:** *Evet, bu etkinlik bir içecek markasının etkinliğiydi. Erangel haritasında içecek kutularından içecekleri topluyorduk ve bu içeceklerle belli başlı ödüller alıyorduk.*

**K4:** *Sanırım yok.*

**Soru 9) Oyun içerisinde giydiğiniz kıyafetler sizin için önemli mi? (Ne ifade ediyor?)**

**E1:** *Daha çok askeri ekipmanları tercih ediyorum. Daha gerçekçi bir oyun oynamak için benim tercih sebebim oluyor. Bununla beraber oynadığımız haritaya göre veya bulunduğumuz konuma göre doğa şartlarına uygun en uyumlu ve kendimi kamuflayabilecek kıyafetleri tercih ediyorum.*

**E2:** *Aslında yeni kazandığım ya da aldığım bir kıyafeti kullanmayı tercih ederim. Ancak elime daha iyisi veya hoşuma giden başka bir kıyafet geçerse onu kullanırım. Çok fazla kıyafet değişmem aslında ama yeni ve hoşuma giden bir kıyafet gelince onu giyerim.*

**E3:** *Tabii yani ben o kıyafetleri kazandıkça kafamda nasıl bir şey oluşturabilirim gibi düşünürüm. Örneğin düşen parçalarla kovboy kıyafeti yaptım. Oyun içerisinde kostüm olarak satılan bir parça değil ayrı ayrı kıyafetleri birleştirerek ben oluşturdum. Bu sebepten de çok hoşuma gidiyor. Bir başka kıyafetim Van Helsing karakterinden esinlenerek neredeyse aynısını yaptım. Yani evet oyun içerisindeki kıyafetlerim benim için önemlidir. Premium olarak üye olduğumdan da ötürü zaten bir sürü bana kıyafet parçası ve kostüm zaten geliyor.*

**E4:** *Hayır etmiyor. Ancak rengarenk ve “cafcıflı” olması göze daha çok hitap ettiği için o tarz kıyafetler kullanmayı tercih ediyorum. Ama benim için çok da fazla önemi olan bir şey değil oyun içerisinde kıyafet.*

**K1:** *Ben genel itibari ile haritaya göre giyinmeye çalışıyorum. Örneğin karlı bir haritada oynadığımızda beyaz kıyafetler tercih ediyorum ya da ormanlık alanda oynadığımızda o ortama uygun kıyafetler giymeye çalışıyorum. Bu benim için önemli bir durumdur.*

**K2:** *Komik olması açısından bakıyorum. Esprili ve komik kıyafetler giymeyi de seviyorum. Örneğin çöl haritasında dalgıç kıyafeti giyiyorum. Gerçek hayatta giyemeyeceğim kıyafetleri tercih ediyorum. Tamamen esprili olsun diye kıyafetlerimi değişiyorum. Herkes aynı kıyafetlerde kalsa hiç değişmese galiba gene hiç sorun yaşamazdım.*

**K3:** *Hangi haritaya gidiyorsam o haritaya uygun kıyafetler giriyorum. Örneğin Vikendi tarafına gideceksem eğer beyaz renk tercih ediyorum.*

**K4:** *Genellikle girdiğim haritanın renk tonuna uygun şekilde giyinmeyi seviyorum. Kamufle olmak açısından önemli olduğunu düşünüyorum. Örneğin Vikendi haritası beyaz bir harita olduğu için renkli bir kıyafet giymek daha çok kendimi ortaya koymuş olurum. Bu sebepten diğer rakipler tarafından daha kolay görülebilirim. O yüzden ona göre seçmeye çalışırım.*

**Soru 10) Benzer oyunlarda oyun başlayana kadar sizi lobide bekletirken PUBG Mobile de oyunun yüklenmesini diğer oyuncularla beraber harita içerisinde bekletmesinin sizin açınızdan bir farklılık yaratıyor mu?**

**E1:** *Bu bana çok saçma geliyor açıkçası çünkü, bana hiçbir şey katmıyor. Ancak ekiple oynadığınız zaman oyun içi nereye gidileceğine dair planlama yapma şansımız oluyor. Her seferinde aynı güzergâh üzerinden geçmiyor çünkü uçak onun için bunu konuşabileceğimiz ekstra bir vakit oluyor.*

**E2:** *Aslına bakarsanız daha keyifli geçer süre, mesela o süre içinde al sana elma atayım. Kayaya çıkarım gezerim. Etrafı izlerim. Kayda değer bir şey yapılmaz o sürede aslında bazen belli etkinliklerde belli görevler olabiliyor. Onları yapabilirsin.*

**E3:** *Boş boş ekrana bakıp beklemektense o aradaki yaklaşık bir dakikalık bekleyişi birtakım aktivitelerle, koşarak belki birilerini dürterek, iletişime geçerek ya da etkinlik varsa ki şimdiki etkinlikte var mesela sağda solda eşyalar toplayarak geçirebiliyorum. En kötü sağa sola elma savururum daha dolu geçen bir şeyler yaptığım bir bekleyiş olur. İnteraktif bir bekleyiş olur. Diğer insanlarla etkileşim kurma şansımız olur.*

**E4:** *Fark yaratıyor. Şöyle kimlerle oynayacağınızı görebiliyorsunuz. Yani harita üzerinde diğer gerçek oyuncuların nasıl karakterlere sahip olduklarını inceleyebiliyoruz. Şöyle bir analiz yapabiliyorsunuz. Belli başlı kıyafetleri baktığınızda “aa bu insanlar bu oyuna gerçekten para yatırıyor demek ki iyi oynuyor” gibi bir düşünceye girebiliyorsunuz. Ayrıca oyuncuların isimlerinin yanında rütbeleri oluyor ve oradan bakarak hangi rütbede acaba gerçekten iyi mi değil mi gibi karşınızdaki oyuncunun seviyesini bilerek oyun içerisinde ona göre davranabiliyorsunuz. Ama bu her zaman için geçerli değil bununda farkındayım ama ilk olarak insana bir fikir veriyor.*



**K1:** *Aslında pek bir şey fark etmiyor. Sadece farkını şöyle söyleyebilirim. Uçak güzergâhı görüp nereden başlayalım nereye gidelim gibi konuşmalar olabiliyor. Bunu arkadaşlarımla konuşarak en azından şuradan başlayalım buradan başlayalım diye istişare yapıyoruz.*

**K2:** *Birbirine elma fırlatıp ya da yumruklaşma süresi başlıyor. Kıyafet değiştirme oluyor bazen insanlar kostümlerini yere atıyor. Değiş-tokuş oluyor. Oyun başlamadan herkesin kıyafetlerini görüyorsun bu durumda oyun içinde o kıyafetli insanlara gözün alışıyor. Aynı zamanda diğer oyuncuların rütbelerini görebiliyorsun. Çok abartılı ve lüks kostümü olan kuşu olan kişileri oyunları önce görünce yüksek rütbeleri olduğunu anlıyorsun o yüzden haritada denk geldiğinde o oyuncu hakkında bir ipucu vermişliği oluyor. Oyun içinde kıyafet değişmiş de olabilir tabi bu oyuncu ama bilemeyiz.*

**K3:** *Normalde şiddet yanlısı bir kişi olmasam bile lobide oyunun başlamasını beklerken insanları dövüyorum. Kıyafetlere dikkat ediyorum. Kim ne giymiş, kimin ne kıyafeti var ona bakıyorum. Oyunda da o kişiyi bulup öldürürsem çok mutlu oluyorum.*

**K4:** *Dediğim gibi diğer oyunları deneyimleme fırsatım olmadı ancak o 1 dakikalık süre içerisinde rakiplerimi görürüm. Sonuçta onlarla aynı oyunda olacağım belki aynı bölgeye atlayabilirim. Bir farkındalık yaratır aslında onların kıyafetlerini görmek belki seviyelerini anlamak adına bir ön görüş olabilir.*

**Soru 11) Oyun içerisinde haritaya inmeden önceki 1 dakikalık zaman içerisinde ne yapıyorsunuz?**

**E1:** *Grup harici interaktif bir kullanımı ne yazık ki yok en azından ben kullanmıyorum. Dediğim gibi bir önceki soru içinde anca takımımızdakiler arkadaşlarım ise onlarla haritada nereye gideceğimizi planlıyoruz. Onun haricinde diğer oyuncular ile herhangi bir iletişim kurmuyorum.*

**E2:** *Diğer oyunculara kıyafetlerini gösterebilirsiniz. Yeni aldığımız şeyleri sergileyebildiğiniz bir süre aslında çünkü sizi o süre içinde kimse öldürmeyeceği için serbestsiniz.*

**E3:** *Lobide bazen bazıları gelip kıyafetlerimi beğendiğinde kıyafetlerini atarlar değişmek için çok tercih ettiğim bir şey değildir bu durum. Kendi kıyafetim ile oynamayı tercih ederim. Öylesine koşup insanlarla dans etmeyi tercih ederim.*

**E4:** *Genelde görevler oluyor. Örneğin 10bin kere oturma görevi var ve orada o görevi yapmaya çalışıyorum. Bu görevlerin sonunda da ödüller olduğu için onları tamamlamaya çalışıyorum.*

**K1:** *Ben genelde insanları görmezden geliyorum. Sadece kendi grup arkadaşlarımla ilgileniyorum. Oyunun başlamasını bekliyorum. Pek bir şey yapmıyorum.*

**K2:** *Oyun başlayana kadar döverek kostümlerini çıkartmalarını sağlıyorum. Çıkartmadıkları durumda ise oyun içerisinde onları arayıp bulmaya çalışıyorum ki öldürüp kıyafetlerini alabilmek için uğraşıyorum.*

**K3:** *Arkadaşlarımı dövüyorum. Kafalarına elma atıyorum. Bir şekilde vakit geçirmeye çalışıyorum.*

**K4:** *Livik'te çoğunlukla oynadığım için orada oyuncuları Waterfall kısmında bekletirse eğer orada yüzmeyi seviyorum. Orada bana sağladığı seçenekleri elma atma, yumruklama gibi şekillerde kullanarak değerlendiriyorum.*

**Soru 12) Vurduğunuz/öldürdüğünüz oyuncunun kıyafetinin ne olduğuna dikkat ediyor musunuz?**

**E1:** *Evet dikkat ediyorum. Çünkü bazı durumlarda özel kıyafetler oluyor. Bu özel kıyafetleri almış olan oyuncuyu gördüğümüzde biraz daha potansiyeli yüksek daha iyi bir oyuncu olabiliyor. O yüzden ona daha çok dikkat ediyorum. Bu tip durumlarda arkadaşlarımıza raporlarımızı veriyoruz eğer sesli konuşarak oynuyorsak ki o oyuncuya karşı dikkatli olabilsinler... düşman şurada şeklinde kıyafeti şu şekilde tanımlama yapabiliyoruz.*

**E2:** *Hiç fark etmedim bugüne kadar yani bu oyun bir hayatta kalma oyunu ve savaşın ortasında kıyafete hiç dikkat etmedim. Bazen çok renkli kıyafet giyen oyuncular oluyor onları görüp vurmak kolay oluyor ama bu şu şekilde değil “aaa adam 5.sezonda verilen kıyafeti giymiş onu bir vurayım da kıyafetini alayım” şeklinde gelişmiyor.*

**E3:** *Çok sıra dışı bir kıyafeti olması gerekir ki gördüğümde fark edeyim. O zaman gidip onun kıyafetini alabilirim ancak bu çok çok nadir bir şekilde yaşanır. Eğer ben bir kıyafet ile girdiysem oyuna onu beğendiğim için giymişimdir. Aklımda kalan bir tane mesela vurduğum kişide Teddy Bear kostümü vardı ve onu giymiştim. Onun dışında rakibimin kıyafetine çok odaklanamam daha çok neresinden vuracağıma odaklandığım için kıyafetini pek görmem ya da hatırlamam diyebilirim.*

**E4:** *Görev dahilinde bir şey var ise dikkat etmeye çalışırım ancak görev yok ise vurduğum kişiye dikkat etmem. Vurduktan sonra silahını, mermisini almak için gittiğimde kıyafetini fark ederim en fazla o zaman kıyafeti fark ederim. Hatta eğer o kıyafeti çok beğenirsem o zaman alır o oyun boyunca kullanırım.*

**K1:** *Kıyafete bakarak oyuncunun nasıl bir oyuncu olduğu üzerinde bir tahminde bulunabiliyorum. Bundan dolayı kıyafete göre oyuncunun iyi mi kötü mü olduğunu tahmin edebiliyorum. Ona göre stratejimi belirliyorum. Bazı kıyafetler belli bir*

seviyedeiken açılabilior. O seviyede olmadan belli kıyafetleri açmak mümkün değil. Bu yüzden bizden yüksek bir seviyedeyse ona göre hareket ediyoruz daha dikkatli oluyoruz.

**K2:** Bir keresinde Şunu yapmıŐlıđım oldu. Oyun başlamadan görüp kıyafetini beğenip oyunda da öldürünce gidip kıyafetini almaya çalıŐmıŐlıđım oldu. Hatta bunu yaparken defalarca kez de öldürdüğüm kişinin eŐyalarına bakarken vurulduğum oldu. Çünkü mesela ben tüylü Őapkasını istiyorum ama yanlıŐlıkla ayakkabısını aldım. Onu geri koyup kendiminkini bulup alayım sonra tekrar Őapkayı bulayım derken epey bir vakit geçirip vuruldum. Çünkü vurduğum kişinin ekip arkadaşları gelmiş oluyor. Bazen yle riskler alıp hata yapabiliyorum. Genelde elimdeki silahlarım kötüyse silah kazanmak için de yapabilirim ama silahlarım ve ekipmanlarım istediğim gibiye sadece kıyafet için bunu gene yapabilirim.

**K3:** Eğer istediğim bir kıyafet ise öldürdüğüm kişiden gidip onu alıp giyiyorum. Savaşırken kıyafetini fark etmiyorum. Savaşıp öldürdükten sonra silahına bakmak için gittiğimde görüyorum. Yoksa rakip herhangi bir kişinin ne giydiğine dikkat edemiyorum.

**K4:** Genelde sadece karŐımdaki kişiyi hedef olarak görüyorum. Onu vurmaya çalışıyorum. Eğer silahını mermisini almaya gittiğimde de kıyafetine hiç bakmıyorum. Genelde oyuna girerken tercih ettim kıyafetlerimle oyunu bitirmeyi tercih ediyorum.

**Soru 13) Çevrenizdeki oynayan arkadaşlarınızı düşündüğünüzde erkek/kadın oyuncu dengesi sizce nasıl?**

**E1:** *Bizim grubumuzda tam olarak %50'lik bir oran görüyorum. Çevreye baktığımızda kadın oyuncu çok fazla görüyorum. Ama erkeklerin sayısal olarak gene de daha fazla olduğunu düşünüyorum.*

**E2:** *Aynı gibi hatta kadınlar biraz daha fazla olabilir benim çevremde*

**E3:** *Bugüne kadar hiçbir oyunda görmediğim oranda birbirine yakın hatta bazen kadın çoğunluğu gördüğümde oldu. Yani bir FPS oyunu olarak da bir TPS oyunu olarak da beklenmeyecek seviyede kadın oyuncu var. Normalde böyle oyunları sadece erkekler oynarken şu an çok daha dengeli ve iki tarafında olduğu bir oyun. Bu sebepten şaşırdığım ancak taktirde ettiğim, bunu başarmak önemli bence çünkü daha önce hiç böyle bir şey görmedim. Galiba kadınları çeken şey kıyafetler ve renklerin yoğunluğu oldu.*

**E4:** *Çevremde daha çok erkek oyuncular oynuyor. Oyunculuk bakımından bakarsak ama kadın oyuncular da erkekler kadar iyi oynuyor. Oynayan kadın arkadaşlarımda var ama oynayan çoğunluğu benim çevremde erkeklerin daha üstün olduğunu düşünüyorum.*

**K1:** *Aslında dengeli erkek oyuncular kadar kadın oyuncular da var. Hatta kadın oyuncuların gün geçtikçe çoğaldığını hissediyorum.*

**K2:** *Gerçek hayatta tanıdığım ekipte erkek ağırlığı daha fazla gerçi oyundan tanıdığım insanlarda da erkek ağırlığı daha fazla hissediyorum. Ancak sezon içerisinde yukarı rütbelere çıktıkça daha fazla kadına rastlamak mümkün gibi duruyor. Bana kalırsa kadınların sayısı daha az olmasına rağmen iyi oynayan kadın oyuncusunun sayısı üst seviyelerde erkeklerle eşitleniyor gibime geliyor.*

**K3:** *Gördüğüm kadarıyla erkek oranı oyun içerisinde daha fazla olduğunu düşünüyorum.*

**K4:** *Benim çevremi düşünürsem erkek popülasyonunu daha fazla görüyorum. Ancak sürekli oynayan bir kadın popülasyonu olsa bile erkeklerin daha fazla olduğunu düşünüyorum.*

## Ek B: Etik Onay Formu

 <p><b>Doğu Akdeniz Üniversitesi</b> "Erdem, Bilgi, Gelişim"</p>	<p><b>Eastern Mediterranean University</b> "Virtue, Knowledge, Advancement"</p>	<p>99620, Gazimağusa, KUZZEY KIBRIS / Famagusta, North Cyprus, via Mersin-10 TURKEY Tel: (+90) 392 630 1995 Faks/Fax: (+90) 392 630 2919 E-mail: bayek@emu.edu.tr</p>
---	---	---

Etik Kurulu / Ethics Committee

Sayı: ETK00-2021-0030

02.02.2021

**Konu:** Etik Kurulu'na Başvurunuz Hk.

Sayın Mert Akkaya (18500084)

İletişim Fakültesi.

Doç. Dr. Aysu Arsoy' un danışmanlığında sürdürdüğünüz "**Mobil Oyun İçerisinde Metalaşan Kültür: "PUBG Mobile" Üzerine Bir Çalışma**" konulu Yüksek Lisans tez çalışmanızla ilgili etik onay başvurunuz İletişim Fakültesi Etik Alt Kurulu'nun 18.01.2021 tarih ve 94 sayılı toplantısında uygun bulunmuş olup Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu (BAYEK) tarafından onaylanmıştır.

Bilginize rica eder çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Prof. Dr. Yücel Vural,

Etik Kurulu Başkanı

YV/şk.

www.emu.edu.tr