T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

ÇEVRİMİÇİ GAZETECİLİKTE OYUN TEMELLİ İÇERİK FORMATLARI

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Mari KHOZREVANİDZE

KOCAELİ 2022

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BÖLÜMÜ

ÇEVRİMİÇİ GAZETECİLİKTE OYUN TEMELLİ İÇERİK FORMATLARI

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Mari KHOZREVANİDZE

Doç. Dr. Aysel ÇETİNKAYA

KOCAELİ 2022

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

ÇEVRİMİÇİ GAZETECİLİKTE OYUN TEMELLİ İÇERİK FORMATLARI

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Tezi Hazırlayan: Mari KHOZREVANİDZE
Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 05.07.2022/20

KOCAELİ 2022

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın yürütülmesine anlayışlı davranan, büyük ilgi gösteren, destekleyen ve değerli zamanı ayıran Yüksek Lisans Tez Danışmanım Doç. Dr. Öğretim Üyesi Aysel Çetinkaya'ya teşekkür ederim.

Beni sürekli destekleyen, düştüğümde elini uzatan, hata yaptığımda anlayışlı karşılayan, beni bu dünyaya getiren anneme annem olduğu için teşekkür ederim, hayatımda aldığım tüm başarılarımı anneme adıyorum.

Mari KHOZREVANIDZE

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... **I**
İÇİNDEKİLER ..... **II**
ÖZET ..... **IV**
ABSTRACT ..... **V**
KISALTMALAR ..... **VI**
ŞEKİL LİSTESİ ..... **VI**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

1. AĞ TABANLI İLETİŞİM VE ÇEVRİMİÇİ GAZETECİLİK **4**
1.1. İNSAN VE İLETİŞİM **4**
1.2.İNTERNET VE YENİ MEDYANIN GELİŞİMİ **7**
1.2.1.İnternet ve Çevrimiçi Sistemin Dünyada Gelişimi 10
1.2.2.Yeni Medya Kavramı ve Multimedya 13
1.3.ÇEVRİMİÇİ GAZETECİLİK **16**
1.3.1.Çevrimiçi Gazetelerin Ortaya Çıkışı 19
1.3.2.Çevrimiçi Gazeteciliğin Kavramsal Temeli 21
1.3.3.Çevrimiçi Gazetecilikte İçeriğin Sunumu 23
1.3.4.Çevrimiçi Gazetecilikte Haber Üretimi 25

İKİNCİ BÖLÜM

2.DİJİTAL OYUNLAR VE GELİŞİM SÜRECİ **29**
2.1.DİJİTAL OYUNLARIN TANIMLANMASI **29**
2.1.1.Bir Sanat Olarak Dijital Oyunlar 33
2.1.2.Dijital Oyunların Özellikleri 36
2.1.3.İnsanların Dijital Oyunları Oynama Nedenleri 40
2.1.4.Dijital Oyunların İnsan Üzerindeki Etkisi 43
2.2.GÜNÜMÜZDE OYUNLARIN EĞİTİM VE İŞ AMAÇLI KULLANIMI ... **48**
2.3.OYUNLAŞTIRMA (GAMIFICATION) **50**
2.4.HABEROYUNUN TANIMLANMASI VE ÖZELLİKLERİ **53**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.'SYRİAN JOURNEY' VE 'THE REFUGEE CHALLAHGE: CAN YOU BREAK INTO FORTRESS EUROPE?' OYUNLARIN PROSEDÜREL ANALİZİ **62**
3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ **62**
3.2.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ **63**
3.3.ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ **66**
3.4.ARAŞTIRMANIN BULGULARI **67**
3.4.1.Siryan Journey Haberoyununa Yönelik Bulgular 67
3.4.2.The Refugee Challange: Can You Break İnto Fortress Europe? Haberoyununa Yönelik Bulgular 76

3.4.3.Siryan Journey ve The Refugee Challange: Can You Break Into Fortress Europe? Haberoyunlarına Yönelik Prosedürel Retorik Analizi 81

SONUÇ **85**
KAYNAKÇA **88**
ÖZGEÇMİŞ **94**

ÖZET

Haberciliğin dijital ortama kayması, yeni medyanın sahip olduğu etkileşimsellik ve çok boyutluluk gibi özelliklerin haber içeriğinde kullanımına yol açmaktadır. Yeni medyanın çoklu ortam özelliği (multimedia) haber sunumunu tek boyutlu olmaktan çıkararak, metnin yanında video, hareketli görsel, ses, infografik, harita vb. içerik türlerinin de haberde sunumuna imkân tanımaktadır. Haber endüstrisinde yaşanan yoğun rekabet ortamında, okuru haberin içinde tutabilmek önem kazanmakta bu da habercilerin içerik sunumunda yeni anlatım yolları denemesine yol açmaktadır. Bu anlatım yollarından biri de haberlerin oyun şeklinde sunulmasıdır. Haberoyunlar olarak karşımıza çıkan bu hikâye anlatım türü; oyun oynama değil, oyun oynama tekniklerinin oyun dışı alanlara uygulanmasıdır.

Bu çalışmada, çevrimiçi gazetecilikte yeni içerik formatlarından biri olan haberoyunlar üzerine prosedürel retorik analizi yapılması amaçlanmıştır. Son yıllarda dünya gündemini meşgul eden ve medyada sıkça yer alan Suriyeli mültecilerle ilgili Syrian Journey ve The Refugee Challange haberoyunları örneklem olarak seçilmiştir. Haberoyunlarda mültecilerin ne koşullarda göç ettiği ve başlarından geçen olaylar detaylı bir şekilde anlatılmaktadır. Oyunda bir mülteci konumuna geçen okur, göç esnasında yaşananları deneyimleyebilmektedir. Haber okuruna deneyimsel bir içerik tüketimi sunan haberoyunlar, okurları seçenekler üzerinden ilerletirken mültecilerin başlarına gelen olayları farklı açılardan görebilmelerini ve analiz edebilmelerini sağlamakta, ayrıca okurların mültecilerle empati kurabilmeleri ihtimalini artırmaktadır. Bu çalışmada haberoyunların oyun kuralları çerçevesinde nasıl bir anlatıma sahip olduğu araştırılmış, okurların deneyimlerine yer verilmemiştir. İlerleyen dönemdeki çalışmalar haberoyunların okurlar tarafından ne şekilde tüketildiği ve alımlamanın nasıl gerçekleştiği konusunda açıklayıcı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi Gazetecilik, çevrimiçi gazetecilikte içeriğin sunumu, yeni medya, dijital oyunları, haberoyunlar, Syrian Journey, The Refugee Challange

ABSTRACT

The shift of journalism to digital media leads to the use of features such as interactivity and multidimensionality of new media in news content. The multimedia feature of the new media removes the news presentation from being one-dimensional, and besides the text, video, animated visuals, audio, infographics, maps, etc. It also allows the presentation of content types in the news. In the intense competition environment in the news industry, keeping the reader in the news gains importance, which causes journalists to try new ways of expression in content presentation. One of these ways of expression is to present the news in the form of a game. This type of storytelling, which appears as news games; It is not playing games, but the application of game playing techniques to non-game areas.

In this study, it is aimed to make a procedural rhetorical analysis on newsgames, which is one of the new content formats in online journalism. Syrian Journey and The Refugee Challenge news games about Syrian refugees, which have been on the world agenda in recent years and have been frequently featured in the media, were chosen as samples. In the news games, the conditions under which the refugees migrated and the events they went through are explained in detail. The reader, who becomes a refugee in the play, can experience what happened during the migration. Newsgames, which offer an experiential consumption of content to the news reader, enable the readers to see and analyze the events that happened to the refugees from different perspectives, while advancing the readers through the options, and also increase the possibility of the readers to empathize with the refugees. In this study, it has been researched how newsgames have a narrative within the framework of the game rules, and the experiences of the readers are not included. Future studies may explain how newsgames are consumed by readers and how reception occurs.

Keywords: Online Journalism, presentation of content in online journalism, new media, digital games, newsgames, Syrian Journey, The Refugee Challenge

KISALTMALAR

ABD : Amerika Birleşik Devletleri
EU : Europe Union
FPS : First Person Shooter
HTML : Hiper Text Markup Language
MMO : Massive Multiplayer Online
MMORPG : Massively Multiplayer Online Role Playing Game
MOBA : Multiplayer Online Batter Arena
PR : Public Relations
RPG : Rol Playing Game
RTS : Real Time Strateji
SP : Single Player
UNHCR : United Nacios Refugee Agency
WWW : World Wibe Web

ŞEKİL LİSTESİ

ŞEKİL 1. 'Syrian Journey' Oyundaki Mülteci Bir Ailenin Resmi 68
ŞEKİL 2. 'Syrian Journey' Oyununda Size Sunulan Seçenek Ülkelerin Haritası 69
ŞEKİL 3. Syrian Journey, Abu Hasanla Görüştüğünüz Kalabalık Bir Ortam 70
ŞEKİL 4. 'Syrian Journey' Gitmeniz İçin Sunulan Seçeneğin Haritası 71
ŞEKİL 5. 'Syrian Journey' Diğer Tarafa Geçmek İçin Yunanistan Türkiye Deniz Sınırı 72
ŞEKİL 6. 'Syrian Journey' Oyununda Bulunduğunuz Mülteciler Kampı..... 73
ŞEKİL 7. Syrian Journey: İf You Choose Egipt. El Sallomun'da Kaldığınız Ev 74
ŞEKİL 8. Syrian Journey. Zuwara'daki Gemi ve Sığınan Mülteciler 75
ŞEKİL 9. Syrian Journey: İtalyan Gemiyle Karşılaşma 76
ŞEKİL 10. The Refugee Challange, Alepo..... 77
ŞEKİL 11. The Refugee Challange. Türkiye'deki Mülteci Kampı 78
ŞEKİL 12. The Refugee Challange. AB'ye Gitmek İçin Geçmeniz Gereken Sınır 79
ŞEKİL 13. The Refugee Challange: İf You Choose Bulgarya. Bulgaristan Muhafızları 80
ŞEKİL 14. The Refugee Challange. Bulgaristan'daki Mülteciler Kampı 81

GİRİŞ

İnsanoğlu dünyaya geldiği günden bu yana iletişime ihtiyaç duymuş, bu nedenle sürekli ve yeni iletişim kurabilme yolları ve yöntemleri arayışında olmuştur. Sözlü iletişimden yapay zekâ temelli iletişim sistemlerine değin uzun bir sürecin dönemsel çıktıları, insanların birbirlerinden ve dünyadan haber almalarının boyutlarını ve biçimini zaman içinde değiştirmiştir.

Hayatımızda köklü değişikliklere neden olan teknolojik gelişmelerle birlikte gündeme gelen internet toplumda çok kısa bir sürede ilgi ve heyecan yaratmıştır. İnternet'in kökleri dünyanın en yenilikçi araştırma kurumlarından birisi olan Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (DARPA) çalışmalarında yatmaktadır (Aktaş, 2007: 31). Zaman geçtikçe robot makineler ve internet hayatımızın çok önemli bir parçası olmakla yaşam tarzımızı önemli bir şekilde değiştirmeye neden olmuştur.

İnternetin gelişi ve hızlı bir şekilde yayılması büyük şirketler ve organizasyon taraflarından ilgisiz kalmamıştır ve iş hayatı artık makinelerde aktarılan internet ortamına kaymaya başlamıştır. Toplumdan internete duyulan ilgi gazetecilik mesleği yapanların gözünden de kaçırmamıştır. 1995 yılında gazeteler internette yayın yapmaya başlamıştır. Amerika'da The Washington Times, New York Times gibi gazeteler bu yılın başında yayınlarını bire bir internete aktarmışlardır. Aynı yıl Avrupa'da da International Herald Tribune ve Daily Mirror gibi gazeteler sanal dünyaya adım atmışlardır (Çakır, 2007: 138).

Hayatın tüm alanları zamanla internet ortamına kaymıştır ve bu süreç çevrimiçi ortamı kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnternetin yaygınlaşması web üzerinde kurulu sosyal ağları ve platformları ortaya çıkarmıştır. Instagram, Facebook, Telegram, Twitter vb. sosyal platformlarda bilgi paylaşımı ve edinme süreçleri başlamış, iletişim süreci sosyal medya platformları aracılığıyla da sürdürülmeye başlanmıştır. Yeni medya platformları çevrimiçi ortamda gerçekleşen

haber edinme ve üretme taktiklerde çok büyük değişiklikleri getirmiş, habercilik ve gazetecilik faaliyetleri bu alanı da kapsayacak şekilde genişlemeye başlamıştır.

Işıklı kalemlerden ve konsollardan video oyunlara geçişi çok uzun zaman almamıştır. Toplum ortaya çıkan tüm yeniliklere anlayışlı karşılayıp daha kolay teknolojileri keşfedilmeyi kesmemiştir. Akıllı telefonlar ve basitleşmiş kablosuz bilgisayarlar hayatı kolaylaştırmış ve McLuhan dediği gibi dünya "küresel bir köy'' e dönüştürmüştür (McLuhan, 2001).

Teknoloji gelişmelerle birlikte ortaya çıkan multimedya ve grafik yöntemlerle üretilen video oyunlar çağımızın en önemli boş zaman etkinliklerinin başında gelmektedir. Video oyunların gelişmesi haber üretiminde çok önemli değişiklikler getirmiştir. Haberleri sadece yazılı değil görsel, resim, video vb. multimedya yöntemlerle üretip paylaşılmaya başlanmıştır. Haber üretimin bu tekniği haber içeriğine de büyük etki yaratmış ve yaratmaya devam etmektedir. Haberlerin görsel yöntemlerle üretmek karşımıza "haberoyunlar"ı çıkarmıştır. Miguel Sicart; Newsgames: Theory and Design adlı makalesinde bir eğlence aracı olarak bilgisayar oyunlarının uzun tarihinin olduğunu ancak onların eğitim veya da siyasal iletişimde kullanılmasının nispeten yeni olduğunu yazmaktadır. Haberoyunlar, güncel haberleri açıklamak veya yorumlamak amacıyla kamusal alana katılmak için kullanılan bilgisayar oyunlarıdır. Sicart makalesinde haberoyunları kamu hizmet teorisine bağlı kavramları kullanarak analiz etmektedir (Sicart, 2008).

Geleneksel haberlere ek olarak tasarlanan haber oyunların herhangi bir konuya ilişkin bakış açısı sunması, birçok kişinin oyunlarda nelerin gösterildiğine ve sunulan içeriğin amacının ne olduğuna dair şeffaflık beklemesine yol açmaktadır. Oyunların bilgiyi iletmek amacıyla kuralları ve metnin kombinasyonunu nasıl kullandığı anlamak için, oyuncuların video oyunlarıyla ilgili belli bir düzeyde dijital medya okuryazarlığına sahip olmaları gerekmektedir (Pazarbaşı, 2019: 271, 272).

Bu çalışmada, çevrimiçi gazetecilikle birlikte ortaya çıkan haberoyunların hayatımızda nasıl bir yer kapsadığı ele alınmış, haberoyunların habercilik açısından avantaj ve dezavantajları tartışılmıştır. Modern dünyada en etkili olan bilgisayar

oyunların hayatımızdaki önemi göstermek için Syrian Journey ve The Refugee Challange: Can You Break Into Fortress Europe oyun üzerinde prosedürel retorik analiz yapılmıştır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm teknolojik gelişmelerle hayatımıza giren internet, yeni medya ve çevrimiçi gazeteciliği ele almaktadır. Çalışmanın ana konusu oluşturan çevrimiçi gazeteciliğe bu bölümde geniş yer verilmekte olup, kavramsal çerçevesi, çevrimiçi gazetelerde haber üretimi ve haber sunumu konuları üzerinde durulmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde dijital oyunların tarihsel gelişimi ve kavramsal temeli ele alınmaktadır. Bununla birlikte video oyunların insan üzerinde etkisi, olumlu ve olumsuz yönlerden bahsedilerek bağımlılık konusuna da değinilmektedir. Sanatın bir parçası olarak video oyunları ve insanların video oyunlara duyduğu ilginin nedenleri açıklamaya çalışılmaktadır. Oyunlaştırma ve hayatımızın her alanı oyunların kapsadığını söylenebilir, dolaysıyla video oyunların iş ve eğitim alanlarında kullanma konusu ele alınmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümü araştırma bölümü olup, Syrian journey ve The Refugee Challange: Can You Break Into Fortress Europe oyunları örneklem olarak alınarak prosedürel retorik analizi yapılmıştır. Analizle elde edilen bulgular değerlendirilerek çalışma sonlandırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. AĞ TABANLI İLETİŞİM VE ÇEVRİMİÇİ GAZETECİLİK

Yeni iletişim teknolojileri ve özellikle de internetin yarattığı değişimlerden söz ederken bu değişim ve dönüşümlere neden olan tarihsel sürece göz atmamızda fayda vardır. Teze konu olan çevrimiçi gazetelerin ortaya çıkmasının başlıca sebebi teknolojik alanda yaşanan gelişmelerdir. Bu sebeple, bu bölümde internet, yeni medya, yeni medyanın önemli özelliklerinden biri olan multimedya, çevrimiçi gazetecilik, çevrimiçi gazetecilikte haber üretimi ve içeriğin sunumu konuları ele alınmaktadır.

1.1. İNSAN VE İLETİŞİM

İletişim; enformasyon, düşünce, tutum ya da kısaca iletilerin (mesajların) anlaşmayı gerçekleştirebilecek ortak bir dil aracılığıyla kişiler, gruplar ve toplumlar arasında aktarma sürecidir (Uluç, 2003: 14). İnsanoğlu dünyada geldiği günden beri sürekli bir şey aramaktadır ve hala bu yoldan yürümeyi devam etmektedir. Eski zamanlardan beri, insanlar yaşamları için daha iyi koşulları yaratmaya çalışmış ve dolaysıyla önüne geçen her fırsatın değerlendirmeye başlamıştır. İrfan Erdoğan'a göre, iletişim insanla başlar ve insanla sürer. İletişimde anlam kelimelerde, sözde, sembollerde, vücut hareketlerinde değil, insan ilişkilerinin yer ve zaman içindeki doğasındadır (Erdoğan, 2002: 18). İnsanoğlu geçmişte sembol ve çizimlerle iletişim kursalar da zaman içinde birbirleriyle konuşmaya ve düşüncelerini paylaşmaya ihtiyaç duymuştur. Bu nedenle, tarihin farklı dönemlerinde geliştirilen farklı iletişim araçlarıyla iletişim sürekli hale getirilmeye çalışılmıştır.

İnsanların sürekli arayışı ve yeni şeylere olan merakı, bizi her şeyin çok basitleştiği robotik bir çağa ulaştırdı. Ancak insan bu noktaya gelene kadar karmaşık bir evrim sürecine tabi tutulmuştur. (Pirosmanashvili, 2009: 8). İnsanoğlu, İlk başta sadece içgüdüleri ile yaşamış ve direkt iletişim kurmaya ihtiyaç duymamıştır, ancak

zaman geçtikçe birbirlerine isteklerini, arzularını iletirken yaşadıkları zorluklar, onları bir çözüm bulmaya mecbur bırakmıştır. İnsan bir olayı, bir durumu, bir yaşanmışlığı paylaşmak ister çünkü diğerlerinin bundan haberdar olmasını ister (Aslan, 2015: 32). İnsan varlığının ayrılmaz bir parçası olan iletişime her insan su gibi ihtiyaç duymakta ve iletişimsiz bir insan yaşamı mümkün görülmemektedir. Kişinin kendi arzularını, düşüncelerini, fikirlerini iletmesi, hayatındaki en önemli faktördür, onunla beslenir ve kendini geliştirir. Gerçek şu ki, bütün bunlar insan tarafından kolay ulaşılmamış ve bunun için çok uzun ve zorlu bir yol kat etmiştir.

Yaklaşık beş bin yıl öncesinde dünya alfabeye sahip değildi, kültür ne kadar hızla ilerlemiş olsa da zamanı ve mesafeyi yenebilecek medya yoktu, o zamanlarda alfabenin olmaması büyük bir eksiklikti (Pirosmanashvili, 2009: 28). Bugün ise, istediğimizi elde etmek için en ufak bir düğmeye basmanın bile yeterli olduğu teknolojik bir dünyada yaşıyor olmamız, insanın savaşçı doğasının bir sonucu olarak görülebilir.

İletişimin ne kadar önemli olduğunu daha iyi anlamak için milyonlarca yıl geriye dönüp atalarımızın yaşam tarzına ve koşullarına bir film gibi bakmamız gerekmektedir. Erdoğan'a göre, insanlar kendilerini ve dışlarını farklı algılarlar. Bu farklılıklar aynı bireyin farklı psikolojik durumlarında aynı kendini farklı algılaması ve değerlendirmesini içerir. Fakat insanlar arasındaki algısal farklılıkların ve insanın kendi kendine iletişimi sırasında farklı psikolojik koşullarda kendini farklı değerlendirmesinin sonsuz sayıda şekiller aldığını düşünmek yanlıştır. (Erdoğan, 2002: 163). Bir şeylerin farkında varmakla insan kullanabileceği bir akla sahip olduğu duygusuna uyanmıştır. İçinde canlanan düşünceler ilk başta kafasını karıştırmıştı, ancak daha sonra tüm bunların dış dünyada nasıl yapılabileceğini düşünüp dolayısıyla pek çok farklı iletişim aracı üretmiştir.

İnsan, düşüncelerini ifade etmenin en zor evrimsel yolundan geçmiştir, bu yol anlamlı işaretler, çizimler, hiyeroglif, yazım makinesi ile başlayıp, gelişimi henüz tamamlanmayan günümüz robot teknolojilerine kadar uzanmaktadır. Çağımızda bile ürettiği yeni akıllı makinelerle ve sündüğü fırsatlarla bizi şaşırtmaya devam etmektedir.

Gutenberg'in yazım makinesi Hiyerogliften daha gelişmiş ve kolay bir çağa geçiş yapmıştı, yazım makinesi dönemin birkaç basamağı atlayıp sanki zamanı hızlandırmıştı ve dolaysıyla onu Gutenberg'in Zaman Makinesi olarak adlandırılır. Birçok basılı gazete, dergi ve kitabı insanlara ulaştırılan bir matbaaydı. Matbaanın icadından beri bilginin iletişimi ve yayılması insanın günlük hayatının bir parçası haline gelmiştir ve bugün artık onsuz var olmak mümkün gözükmemektedir.

Basından sonra insanın hayatına sesli bilgi aktarım araç olarak radyo giriyor, Yazılı haberlerin sesli kayıtlara geçmesi ilginç bir yenilik olarak anlaşılmıştı fakat kısa bir süre geçtikten sonra ortaya görüntülerle dolu siyah-beyaz gizemli bir kütü, televizyon ortaya çıkmıştır. Baştan televizyon sadece iki renkli görüntüleri gösterebiliyordu ve bu kutuda olan sessiz filmler insanlarda olan ilgisini daha da arttırmıştır. Bugün ise Etkileşimli TV istediğini izle, Öde ve İzle, Mobil TV gibi sistemlerde de aracı değişik biçimlerde kontrol etmek mümkündür (Karahisar, 2013: 55). Daha sonra haberlerin sesli ve görüntülü yayılmaya başlandı, insanlar tarafından İlgi ve ihtiyaç artması dünya değişikliklere neden olmuştu, insanlara yeni fırsatları sunmuştu, istediği her bilgiyi istediği şekilde yayılmayı mümkün bir hale getirmiştir.

1990'lı yıllardan itibaren insanlar kendi görsel-işitsel haberlerini oluşturup kitlelerle paylaşabilmektedir. Sosyal ağlar sayesinde iletişim daha kolay bir hale gelmiştir ve kullanıcıların tarafından birbirleriyle bağlantı ve iletişim kurmalarına imkân veren, kişisel içeriğin paylaşılması kadar kişisel bir ağ kurmalarını da sağlayan çevrimiçi topluluklar olarak ifade edilebilir (Karahiser, 2013: 62). Basın gazeteler eski halini kaybetmişti ve artık haberleri sadece yazılı metinle değil görsel yoluyla gösterilmektedir.

Geçmişte bir bilgiyi daha anlaşılır ve ifadeli biçimde aktarabilmek için hatipler varken, bugün tüm bunlar için teknolojinin farklı çeşitleri kullanılıyor. Hiyeroglifler bize arabamızı nasıl kullanmamız gerektiği, hava durumu ve buna benzer günlük, anlık birçok konuda anlatıcı olabilmektedir. Bütün bu örnekleme ve anlatımlar Antik dönemlerden günümüze iletişimin nasıl bir farklılaşma geçirdiğinin tartışılmaz kanıtıdır (Aslan, 2015: 27).

1.2. İNTERNET VE YENİ MEDYANIN GELİŞİMİ

İnternet'in kökleri dünyanın en yenilikçi araştırma kurumlarından birisi olan Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (DARPA) çalışmalarında yatmaktadır (Aktaş, 2007: 31). Amerika'da laboratuvarlarda deneyim bölümleri biraz uzak kalıyordu birbirlerinden ve yeni bilgileri aktarmakta zorluk çekiyorlardı, işi kolaylaştıracak bir çözüm bulmaları gerekti, bu arayışı boşa gitmemişti ve internet sistemi olarak bilgi iletmenin deneyimleri başarıyla tamamlanmıştır. Birden fazla kullanıcının, birimlere ayrılmış verilere aynı bağlantı içinde erişmesine olanak sağlayan bu yöntem ile bilgisayarların birbirlerine bağlanarak verilere aynı anda ulaşması mümkün olmuştur (Aktaş, 2007: 31).

İnternet ilk zamanlarda sadece laboratuvarlarda kullanılırken, zaman içerisinde farklı organizasyonların ve kuruluşların hayatında yer bulmuştur. 1990'lı yıllarda internetin yaygınlaşmaya başlaması insanları bir kez daha bambaşka bir dünyaya getirmiş ve 1993 yılında kişisel bilgisayarlarda işlemek üzere Mosaic isimli bir Web tarayıcısı kullanılmaya başlanmıştır (Aktaş, 2007: 32). Bu süreç o kadar hızlı gelişmiştir ki insan tüm bu olayların farkına bile varamamıştır. Eğer şimdiye kadar insan zamanı yönetiyordu ise artık internet neredeyse her şeyi ele geçirmiş, hem zamanı hem de insanı yönetmektedir. İnternet algoritma dünyasının en karmaşık ve en fazla kullanılan uygulamalarına kapı açmakta ve bireyleri çeşitli kodsal komut döngüsü içerisinde sosyalleştirmektedir (Tokgöz, 2020: 7), İnternet hayatı önceden hayal bile edilemeyeceği bir biçime sokmuş, iletişim dünyası en kolay ve en hızlı şeklini almıştır. Bugün ise, bireylerin geniş kitleler halinde sosyal medya üzerinden sosyalleştiği, endüstriyel şirketlerin uzantılarını sosyal medyaya taşıdığı bir ortamda iletişimin dönüştüğü açıkça görülmektedir (Kara, 2013: 95). Bu gelişmelerden ziyade insan fazla düşünmeye bile ihtiyaç duymadığı bir siber dünyada yaşamaktadır, robot makinelerden istediği işlemi ve düşünceleri hazır bir şekilde alabilmektedir.

16. yüzyıldan bu yana haber verme işlevinin en önemli mecralarından biri olan gazeteler, 2000'li yılların başından bu yana bir değişim ve dönüşüm sürecinin içine girmiştir. İş dünyasında ve toplumda kullanımı giderek artan internet kullanımı,

haberin dağıtım mecralarının da ağ tabanlı bir yapı içerinde şekillenmesine neden olmuştur. Geleneksel kitle iletişim araçlarının tüm özelliklerini içinde barındıran çevrimiçi gazeteler, insanların habere erişiminde önemli hale gelmiştir.

Geleneksel medyanın internet platformlara geçişi çok kısa bir süreçte olmuştur, burada sadece yer değil aynı anda haber üretme ve paylaşma biçimi de değişmiştir. Gelişen teknolojilerin ve internetin getirdiği yeni kavramlar arasında artık "yeni medya" kavramı da yer almaktadır. Yeni medya gazeteciliği; sanal gazetecilik ve online habercilik ifadelerinin de isim olarak tercih edildiği "internet gazeteciliği" olarak tanımladığımız alanı kapsamaktadır (Yurdigül ve Yüksel, 2012: 147). Yeni medya gazeteciliği gündeme geldiğinden itibaren haber paylaşımları daha net ve ilginç karakter almıştır, bilgi akışı sadece yazılı olarak değil görsel olarak da gerçekleştirilmesi hem kolay anlaşılabilen hem de toplum için daha çekici olmuştur.

İnternet teknolojilerine yaşanan gelişmeler mecrayı çeşitlendirdiği gibi yeni iletişim yöntemleri ve iletişim ağlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu yeni iletişim ağlarının oluşturduğu bütüne sosyal medya adı verilmiştir (Kuyucu, 2013: 114). Sosyal ağlar, her bireyin kendisi için bir hikâye oluşturmasına, istenen bilgiyi aramasına, istenen ürünün reklamını yapmasına, kendisini halka ve dünyanın geri kalanına tanıtmasına olanak sağlamıştır. Onlar aracılığıyla insanların gazetecilere dönüştükleri, bilgileri tamamen bağımsız olarak çok kolay ve hızlı bir şekilde değiştirebildikleri söylenebilir. Genel olarak 1991 yılında www'in halka açılmasıyla birlikte sosyal medyanın temellerinin atılmış olduğu kabul edilmektedir (Kuyucu, 2013: 114). Sosyal medya, kullanıcılara enformasyon, paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir. İsimden de anlaşılacağı gibi sosyal medya katılımı ve ilgili olmayı teşvik ederek topluluk ve ağ oluşturmaya aracılık etmektedir (Sayımer, 2008: 123). Sosyal medyayı, geniş anlamda ise, Web 2,0 teknolojileri üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini yapmaya imkân sağlayan web siteleri olarak tanımlamak mümkündür. Web 2,0, teknolojik boyutu vurgulanarak tanımlanırken, sosyal medyanın sosyal olan boyutu ve kullanımı ön plana çıkartılmaktadır (Koçer ve Çetinkaya, 2014: 696).

Sosyal medya kavramı, 2005 yılında web yayıncılığının ve genel anlamda halkın kullanabileceği, erişimi kolay ve ücretsiz sosyal mecra içeriğinin üretiminin artışıyla ortaya çıkmıştır (Demirtaş, 2012: 300). Yaşadığımız teknoloji dünyasında herkes istediği zamanda ve süreçte istediği bilgiye sahip olabiliyor, arzuladığı gibi paylaşımlarda bulunup bilgilendirmede büyük bir rol oynamaktadır. Bunun sayesinde her insan bir gazeteci olabilir demek yanlış olmazdı, çünkü gazeteci olmak bilgi alıp paylaşmak demektir ki bu neredeyse artık her insanın yapabileceği bir şeydir. Sosyal medyanın eski medya araçlarıyla kıyaslandığında en büyük farkı sosyal medyada karşılıklılık ve etkileşim olmasıdır. Sosyal medyanın bu özelliği onu bu denklemin içerisinde önemli bir yere koymuştur. Sosyal medyanın bir davranışsal bağımlılığa dönüşebilmesinin temel sebebi de bireyin sosyal medya üzerinde davranış olarak aktif olabilmesidir. Dolayısıyla sosyal medyadaki bu aktif hareketler bireyin birebir içinde olduğu algılanan bir ortamı yaratmaktadır. (Tokgöz, 2020: 8).

Sosyal ağ platformları geleneksel gazetecilik pratiklerini değiştirirken mesleki gereklilikleri de ağ tabanlı bir model üzerinden dönüştürmektedir (Çaba, 2018: 102). Başlangıçta kamuoyu tarafından eğlence amaçlı olarak kullanılan sosyal paylaşım siteleri günümüzde birçok rol üstlenmiştir. Toplum, zaman içinde, onların da tadını çıkarabilmeleri ve zevk alabilmeleri için zamanlarını nasıl verimli kullanacağını öğrenmiştir. Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ve benzer sosyal ağlar toplulukta çok popüler ve insan hayatının ayırılmaz bir parçasıdır. Dahası, yaratıcı girişimcilerin ve melek yatırımcıların sayısı arttıkça bunlara her gün bir yenisi ekleniyor. Bunların kimileri diğerlerinden çok belirgin farklarla ayrılırken, kimileri küçük detaylarla birbirinden farklılaşıyor (Kara, 2013: 72). İnsanlar günün çoğu zamanı bu platformlarda geçirmekte, bu sosyal ağlar, toplumun bir kısmı için eğlence, diğer bir kısmı için ise iş yapma aracı olarak görülmektedir.

Yukarıda bahsedilen sosyal ağların açıkça medya aracı rolünü üstlendiği, dünyadaki güncel olayları en hızlı paylaşma, bilgi alışverişi yapma ve benzer istediklerini yapma konusunda en hızlı oldukları söylenebilir. Gazetecilik te bilgi alma ve paylaşma araçtan başka bir şey değildir. Bütün bunlar, toplumun olaylardan her zaman haberdar olmasını ve dünyadaki mevcut değişimlerin gerisinde kalmamasını sağlamıştır. Kusursuz olma ve bir şeyler yapma arzusu bir yandan

uyanıyor insanda. İnternet gazeteciliği temelde bir kişinin İnternet üzerinden bir tutkusunu paylaşmak, sanal ortamda da olsa yeni insanlarla tanışmak, bir haberi yorumlamak veya kendi çevresinde olan bir olayı anlatmak için web sayfası içerisinde açtığı sayfadır (2011: 9).

Sosyal platformlar sadece medya rolünü üstlenmekle kalmamış, aynı zamanda halkın internet üzerinden çeşitli faaliyetlerde bulunduğu bir iş alanına dönüşmüş ve bu da işleri kolaylaştırmış gibi görünmektedir. İnternet gazetecileri, belli bir hikâyenin en iyi hangi medya formatı ile anlatacağına karar verecekler, okuyucuların cevap verebilecekleri ve hatta bazı hikâyeler isteklerine uyarlanmış şekilde değiştirebileceklerini daha da fazlası bu hikâyeleri başka bir hikâyelerle, arşivlerle, kaynaklarla yanı hiper linklerle bağlayacakları ortamlar oluşturmalıdır (Bulunmaz, 2011: 34). Dünyanın en büyük virüsün yol açtığı sorunlarla karşı karşıya kaldığı, her şeyin internete kaydığı ve insanların ellerindeki robotik teknolojilerle bir şeyler yapmaya başladığı 2019 yılından itibaren sosyal ağlar özellikle bu konuda aktif hale gelmiştir.

Telegram, bilgi edinme ve paylaşma alışverişinde çok önemli bir rol oynamaktadır, başlangıçta WhatsApp, Viber ve benzeri platformların gibi iletişim aracı olarak tasarlanmıştır, ancak daha sonra Telegram'da abone olabileceğiniz kanalları eklendiğinde sonsuz ve sürekli miktarda bilgi akışını sağlamıştır. Telegram, halkın güncel olayları takip ettiği Rusya ve Ukrayna arasında devam eden savaş sırasında çok popüler bilgi edinme aracı olmuştur.

1.2.1. İnternet ve Çevrimiçi Sistemin Dünyada Gelişimi

İnternet, 1960'larda Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı tarafından ortaya çıkarılmış, ancak başlangıçta yalnızca bilim adamları ve üniversite profesörleri tarafından teknolojik sorunları çözmek için kullanılmıştır. Daha sonra 1973 yılında farklı ağların aralarında veri iletimi sağlayabilmeleri için ortak bir dil oluşturularak birleştirilmeleri kararlaştırılmıştır (Aslan, 2015: 33). 1990'lı yıllara kadar internet sıradan vatandaşlar için tamamen yabancı ve asıl olamayan bir hikâye olarak algılanıyordu, Sadece yüksek sosyetenin belirli bir kesimi, hiper metin ve

dosya gönderilebileceği bir yöntemin olduğu konusunda yetersiz bilgiye sahipti. (Pirosmanashvili, 2009).

1993'lü yıllarda Web Browser olarak adlandırılan internet tarayıcısı sisteme eklenmiştir, internetin ortaya çıktığı ilk dönemlerde bu tarayıcı kullanılıyordu fakat zamanla internet sistemi kullanma şekli değişince tarayıcılar da eskidi, 1994 yılında ise Internet ile ilgili standartların oluşturulmasıyla yeni tarayıcı programlar piyasaya çıkmıştır (Aslan, 2015: 33). Daha kolay erişim sağlanabilecek tarayıcılar gündeme gelmiştir Wilson Disard'a göre: "İnternet, medyanın yeniden tanımlanmasına ihtiyaç duyma nedenidir." Aynı zamanda, insanların yeni dijital teknolojilerin ve dönemlerin farklı terimlerle ifade etmeleri ve gerektiğini düşündükleri yeni kelimelerle hemen icat etmeye başladıkları için, eski ve yeni medya arasındaki farkın en başından itibaren fark edildiğine inanılmıştır. İnternet'in 40 yıl gibi kısa bir geçmişi olmasına rağmen bugün yer, mekân ve zaman kavramlarını birbirleriyle bütünleşik hale gelmiştir. İnternetin varlığını güçlendirerek devam ettirdiği bu yeni küresel dünya, insanların yaşamlarının bir parçası olmuştur (Aslan, 2015: 33).

1996'lı yıllarda internet büyük bir patlama gerçekleştirmiş ve bunun sonuçları bütün dünyaya yayılmıştır. 1996'da internetin sadece 40 milyon kullanıcısı olduğu dikkate alındığında, bu rakamın sonraki yıllarda hep katlanarak büyüdüğü görülmektedir. 1999 sonunda dünya internet nüfusu 300 milyona ulaşmıştır (Gezgin, 2001: 30). Artık büyük şirketler internete taşımaya başlamış, ilk adım Microsoft atmıştır ve bu yıldan itibaren geri kalan tüm kuruluşlar internete doğru kaymaya başlanmıştır. Büyük kuruluşlar, interneti yeni medya çağının başlangıcı olarak adlandırmaktadır.

Eski FCC (Federal Comunications Commission) başkanına göre: İnternet pahalı, sanatsal açıdan ilkel, sinir bozacak kadar yavaş ve her türlü çöple dolu bir sistemdir. Bazılarına göre internet insanların yaşam tarzını değiştirip onların hayatını çalıyor ama eğer küresel bir gözle bakacak olursak, internet insanları bir araya getirebilecek bir araçtır (Pirosmanashvili, 2009).

Teknolojiyi sadeleştirme girişimleri ve onun basitleştirme deneyimleri 2000'li yıllarda ciddi yaklaşımlarla, özgün teknolojilerin tamamen kablo ve düğmelere odaklanmasıyla başlamıştır. Oysa 18. yüzyılın sonlarından itibaren geliştirilen teknolojiyle gerek üretim alanında gerekse toplumsal yaşamda pek çok değişim yaşanmıştır (Buyruk, 2018: 603). Zamanın hızla akması ve insanın bitmez tükenmez hırsı kablosuz, küçük boyutlu ve en önemlisi dokunmatik ekranlı akıllı telefonlar ve kullanışlı bilgisayarlar elimize geçirmiştir. Teknoloji dünyasında olan gelişmeler ve ilerlemeler insanların onlara karşı ilgisini daha da yoğunlaştırmıştır. Yeni makinaların üretim alanında kullanılması ve yeni bir üretim örgütlenmesinin devreye sokulması kitlesel bir üretime imkân tanımış, üretimi muazzam ölçüde artırmıştır (Buyruk, 2018: 605). İnsanlar günümüzde piyasada çıkan yeni teknolojileri çok kısa bir süreçte ele geçirip özellikleri denemeye başlamaktadır. Bu hız ve ilgi üreticiler için motive olup çok önemli farklılık olmasa bile yeni bir robot makineyi gündeme getirmesine neden olmaktadır. Çok güzel bir görünüşle, tasarımla ve ufacık bir farklılıkla ortaya çıkan teknolojilerle insanın kandırması çok da zor değildir.

21. yüzyıl, insan arzularının robotik araçlar tarafından yerine getirildiği dijital teknoloji çağıdır. Dijital teknolojilerin en hızlı ve kolay kullanımı, kamuoyunun ilgi duyduğunun anlaşılmasıyla gazeteciler tarafından başlatılmıştır. Medya sektörü de çevrimiçi alana taşınmak ve oradan profesyonel faaliyetlerini sürdürmek zorunda kalmıştır. İnternetin etkileşim özelliği, bağlantılı metnin benzersizliği, internetin kamusal alan modeline uygun bir "kamusal alan'' yaratabileceği görüşünü güçlendirmektedir (Aydoğan, 2011: 70). İnternet ve çevrimiçi iş yapma tarzı gazetecilerin işini kolaylaştırmıştır, artık dünyanın her yerinden istediği noktaya en hızlı bir şekilde haber vermek ve paylaşmak mümkün ve kolay olmuştur.

İnternet ve dijital teknolojilerin bir araya gelmesi kamuoyu bilgi boşluğundan kurtarmış, insanlar gelişmiş dünya tarafından sunulan yeni imkânların ve fırsatların değerlendirmeye başlamıştır. İnternet ve yeni teknolojiler yoluyla ortaya çıkan yeni iletişim biçimleri ticari medyanın hedeflerini genişleten bir büyüme göstermiştir (Aydoğan, 2010: 12). Bununla birlikte yaşam tarzının son derece farklı bir yöne evirilmesi insan beyni tarafından algılanamaz oldu, basit ve hızlı hayat herkesin ilgisini çekiyor, fakat bu gelişmelerin kendine göre olumsuz yönleri de vardır,

insanların çoğu bunu farkında değildir. İnternet ve web teknolojik birer gelişme oldukları kadar sosyal hayatımızda değişikliklere yol açan yeni iletişim seçenekleri olarak hayatımızda yerlerini aldılar, dünya üzerinde en ücra noktalarda bile internet erişimi olanaklı hale geliyor (Eldeniz, 2010: 31). Koskocaman gezegeni sözde küçücük teknolojiler tamamen yuttu ve biz dar ve sınırlı, duvarları olan boğazın içinde yaşamaya devam etmekteyiz.

Zaman gittikçe internet yeni teknolojilerle birlikte çevrimiçi olarak yapılacak sayısız olanakları ortaya çıkardı ve bugün artık dünyanın her köşesinde olup biten haberleri paylaşılabilecek en hızlı aracı olarak tanımlanmaktadır. Kolaylık omuzlarımıza binlerce problem yükledi ve biz onu taşımakta zorluk bile duymuyoruz ya da bunun farkında değilizdir. Sosyal ağlar ve platformlar insanoğlu robotik bir yaratığa dönüştürdü, sanal bir ortama soktu ve gerçek dünyayı bizim için görülmez bir hale getirmiştir. McLuhan'ın da dediği gibi: "dünya küresel bir köye dönüşmüştür'' (McLuhan, 2001).

1.2.2. Yeni Medya Kavramı ve Multimedya

İnternet teknolojisinin gelişimi ile hem tüketiciler hem de üreticiler birbirlerini daha hızlı bulabilmekte, daha hızlı anlaşmaya varabilmekte ve ticaretin daha hızlı oluşmasına neden olabilmektedir (Kuyucu, 2013: 13). Yeni teknolojiler ticari işleri daha kolay bir hale getirmiş, günümüzde tüm sistemler, organizasyonlar ve kuruluşlar çevrimiçi ortama kaymıştır, böylece işi yürütmek hem daha kolay ve hızlı hem de her yerden mümkün kılmıştır.

İnternetin doğuşundan sonra internet temelli web 1.0 sistemi ortaya çıkmıştır, fakat çok kısa sürede varlığını yitirmiş ve onun yerine web 2.0 sistemi gündeme gelmiştir. Web 2.0 kavramın ortaya çıkmasıyla 1991 yılından çok popüler internet şirketlerinin borsa değerlerinin hızla yükseldiği ve sonra hızlı düştüğü 2001 yılındaki dot-com krizine kadar olan dönem sonradan webin birinci dönemi anlamında web 1.0 olarak anılmıştır (Eldeniz, 2010: 20). Genel tanımlamalara göre web 2.0 bir internet ya da bilgisayar teknolojisidir, fakat onu tam anlamıyla açıklamak gerekirse, internet yoluyla insanlara farklı platformları ve fırsatları sunan bir dizi ilkelerdir.

Web sistemi sayesinde binlerce site ve sosyal ağ kuruldu, sosyal hayatın ilerlemesi ve çevrimiçi yaşam tarzı yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yeni medya, Medya İletişim Dizisi kitabında bir sanat olarak açıklanmaktadır. Artık medya tarafından üretilen her bilgi ve bize iletilen her olay, yeni ve günceldir. Sanat yeni bir şeyler yapmak, keşfetmek anlamına geliyorsa yeni medyayı da bir sanat olarak tanımlamak mümkündür (Acar, 2012: 45).

Yeni Medya kavramı 1995'lı yıllardan itibaren "multimedya (çoklu ortam)'' kavramını karşılayacak şekilde kullanılmıştır. Multimedya; veri, ses, görüntü, resim ve video gibi farklı iletişim ögelerini bir iletişim şemsiyesi altında bulunduran bir alandır (Karahisar, 2013: 54-55).

Bilgilerin sesli ve görsel iletme yöntemlerin sayesinde ortaya haberlerin sadece yazılı olarak değil aynı anda görsel olarak iletme ifadesini kapsayan multimedya olarak adlandırılan bir kavram çıkıyor, olayın multimedya yoluyla anlatmak daha kolay, inandırıcı ve anlaşılan olmuştur. Bir bilgisayar ya da diğer elektronik cihazlarda oynatılabilen herhangi bir metin, grafik, ses, video veya animasyon dosyalarının kombinasyonudur. Multimedya yazılımı ise, ilgili dosyanın oynatılması durumunda otomatik olarak dosyanın bilgilerini kullanıcıya gösteren yardımcı bir araçtır (https://www.sysnettechsolutions.com/multimedya-nedir/, erişim tarihi:5.06.2022).

Yeni medyanın sunduğu teknolojik olanaklar (örneğin, elektronik posta- e-mail), iletişim için gönderici ile alıcının aynı zamanda bir arada bulunması zorunluluğunu da ortadan kaldırmaktadır. Mektuptan farklı olarak, kişiler arasındaki coğrafi uzaklık önemsiz hale gelmektedir (Turan, 2007: 37). Günümüzde multimedya neredeyse her alanda çok önemli ve büyük bir yer kapsamaktadır, özellikle görselleri çok önem taşıyan mesleklerin tarafından sık kullanılmakta olan bir yöntemdir. Haber üretiminde önemli değişiklikler getiren ağlar ortaya çıkmıştır, multimedya yöntemle tasarlanmış ağlar herkese istediğini yazabilme ve kaydetme imkânı sunmuştur. Ağ, kişilerin mesleklerinden bağımsız olarak, günlüklerini çevrimiçi ortamda tutmaları, gündelik yazılarıyla fikir ve düşüncelerini insanlarla paylaşmaları sonucu ortaya çıkan web sitelerine verilen isimdir (Köroğlu, 2005).

Medya kuruluşların tarafından da haberleri daha açık ve inandırıcı bir şekilde iletmek için multimedya yolları kullanılmaktadır. Multimedya sistemleri dijital teknolojilerin en büyük başarısı olarak tanımlanır. Yeni medyada renkler, hareketler, görseller, sesler bunların hepsi çeşitli insan gruplarına göre ayarlanıp onları etkilemek için kullanılan önemli unsurlardır. Hareketli resimlerin çok uzun tarihçesi yoktur, fakat uzun bir yoldan geçmiştir. Sinemanın ilk tarihsel adımları, karmaşık teknik sorunları için çözüm arayışlarıyla ilgilidir. Hareketli görüntüler normalde binlerce hareketsiz görüntüden oluşmaktadır, fakat ekranda o kadar hızlı hareket eder ki izleyicinin gözüne tüm resimler hareketli görüntü olarak gözükmekledir (Pirosmanashvili, 2009: 104).

Yeni medya, zaman geçtikçe insan hayatında çok hızlı bir şekilde yer almaya başlamıştır ve sonradan yaşam tarzımızın önemli bir parçası olmuştur. Yeni medya, ilk adımlarını filmlerin ortaya çıkmasıyla atmıştır, eski filmler sadece bir ya da iki dakikalıktı, fakat çok basit bir hareket bile insanlarda büyük heyecan yaratıyordu, zamanla yapılan yenilikler tükenmeye başlamıştır ve üreticiler yeni arayışların peşine düşmüştür. Buna cevap olarak daha uzun filmler çekilmeye başlanmıştır ve bu toplumda bitmeyen bir ilgi ve heyecan sağlamıştır. Dolaysıyla Yeni medya, çok hızlı bir şekilde gelişmekteydi (Pirosmanashvili, 2009: 111-112). Günümüzde çeşitli tasarım ve görsellerle oluşturulmuş platformlar ve siteler sürekli karşımıza çıkmaktadır, eskiden çok zor olsa da görüntülü haber verme paylaşma yöntemleri, bugün artık tıklanma kaygısıyla birkaç adım yaparak bu işlemi yapmak basit hale gelmiştir.

Yeni medya bir sanat olarak algılanmaktadır, Pek çok sanat uzmanı, dijital sanatın tarihsel gelişimi ve evirilme sürecini, fotoğraf, sinema ve videonun mekanik ve teknolojik süreçlerinin devamı yönünde ele almaktadır. Bazen görseller belirsiz ve karmaşık olabiliyor, bu da istenilen sonucu elde etmeyi zor kılıyor. Ancak Yeni medya sanatının bu doğasını olumsuz bir belirsizlik olarak değil, bugünün dünyasını kaplayan teknolojinin hızlı, yenilikçi ve heyecan verici olanağı olarak değerlendirmek mümkün (Yücel, 2014: 2). Yeni medyanın önde gelen özelliği, hikâyeyi dinleyicinin istediği şekilde anlatan video görüntüsüdür. İstediğimiz bilgiyi bulmak için arama kısmında içerikle ilgili anahtar kelime yazıyoruz ve karşımıza

aradığımız konu ile ilgili tüm bilgiler, görüntüler ve video çıkmaktadır. Bunun bir örneği olarak sosyal platform olan Youtube gösterebiliriz, Yeni medyanın en büyük küresel video paylaşım platformu olan YouTube öylesine büyümüştür ki sadece müzik değil ürettiği tüm içerikleri ile geleneksel televizyon mecrasını tehdit etmeye başlamıştır (Kuyucu, 2013: 173). Arama sekmesinde istediğimiz kelime, cümle, adı vb. giriyoruz ve duvarda binlerce video görüntüleri çıkıyor, burada hikâyeler ve olaylar video yoluyla gösteriliyor ve bu Youtube'nin çok ilgi çekici ve popüler olmasına neden olmuştur.

Multimedya ve veri toplama araçları gazeteciliğin demokratik potansiyelini genişleterek gazetecilere ve vatandaşlara hikâye anlatımıyla ilgili yeni modeller sağlamaktadır (Çetinkaya, 2017: 381). Yeni medya, enformasyonun, farklı bakışlarının, düşüncelerin ve deneyimlerin web sitelerince paylaşımına olanak sağlamakta ve internet dünyasını hızla hayatın içine yerleştiren bir uygulama mecrası olmuştur (Sucu, 2020: 50). Yeni medya, çevrimiçi gazetecilikte de enformasyon yönünde kullanımı sayısal bazda ve veri kullanımı yönünde yenileştirmiştir. Hipermetinler ya da bağlantılar (linkler) aracılığıyla görünür ve okunur alanın arkasındaki sınırsız üçüncü bir boyut kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır. Herhangi bir metin ya da grafik unsuruna bağlantı gönderme yapılarak, verilen haberi tamamlayıcı nitelikteki fotoğraf, arşiv bilgisi, grafik gibi hipermetinler de ana metine dâhil edilebilme özelliğine sahip konumdadır. (Sucu, 2020: 55). Yeni medya gazeteciliği; sanal gazetecilik ve online habercilik ifadelerinin de isim olarak tercih edildiği "internet gazeteciliği" olarak tanımladığımız alanı kapsamaktadır. İnternet gazeteciliği; gazeteciliğin çeşitli yöntemleri kullanılarak bilginin yazılı, görsel ve işitsel şekilde internet vasıtasıyla kitleye ulaştırılmasıdır. (Yurdigül ve Yüksel, 2012: 148).

1.3. ÇEVRİMİÇİ GAZETECİLİK

Eski çağlardan beri sözlü veya sözsüz çeşitli iletişim araçlarını ve yöntemlerini kullandığı için insanoğluna medya iletişimi yabancı değildir. Ancak internet gazeteciliğinin her şeyi alt üst ettiği söylenebilir. İnternet kullanıcılarının haber ediniminde interneti önemli bir araç konumuna getirmiştir. Özellikle 18–24 yaş

grubundaki internet kullanıcılarının enformasyon ediniminde İnternete başvurma oranları yaklaşık yüzde 68'dir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2011 6). İnternet gazeteciliğinin gündeme gelmesi baştan sona internetten dolayıdır, internetin yeni çıktığı zamanlarda o sadece bir eğlence aracı olarak görülmüş fakat sonra insanın hayatına tamamen girip çok önemli ve büyük bir yer almıştır. İnternt artık bilgi edinme aracı olarak ön plana çıkmaktadır. İnternet kullanımının yayılmasını körükleyen ve ona avantaj sağlayan diğer faktörleri de şöyle sıralayabiliriz.

- Bireysel, grup ve çoklu iletişimi bir arada barındırması;
- Yayıncılık için düşük tamamlanmış maliyet ve düşük son birim maliyeti yaratması;
- Maliyeti az, küresel çoklu iletişime olanaklar vermesi;
- Düşük maliyetli küresel, metin temelli kişilerarası iletişime izin vermesi (Milli Eğitim Bakanlığı, 20113).

1990'lı yıllar insan hayatında büyük değişikliklere neden olmuştur, internetin insan hayatının bir parçası olduktan sonra bir dönemden diğer bir döneme geçişi aynı anda birkaç adım atlayarak olmuştur. Bu değişiklikler sadece yaşam tarzını değil insanların davranışlarının ve yeteneklerinin de değiştirmesine sebep olmuştur. 20. yüzyılda tüm dünyayı etkileyen iki dünya savaşı meydana gelmesine rağmen, 20. yüzyıl denildiğinde çağın belki de son bin yılın en büyük buluşu olarak adlandırılan internet ortaya çıkmıştır (Bulunmaz, 2011: 28). İnternet bizi farklı bir çağa getirmiştir, geleneksel medya çevrimiçi ortama kaymaya başlamıştır ve zamanla değerini kaybetmiştir, gazeteler artık internet yoluyla okunabilir hale gelmiştir ve 2000'lı yıllarından itibaren büyük sayıda çevrimiçi gazeteler ortaya çıkmaya başlamıştır. Zaten 21. yüzyılda teknolojinin gelişimi, yaşam standartlarının yükselmesi ve farklı ihtiyaçların ortaya çıkmasıyla kendini gösteren ve hayatımızın her alanına damgasını vuran internetin medya dünyasına sıçramaması da göz ardı edilemez olmuştur (Gezgin, 2001: 30). Gazeteciler, mesleğin doğru ve olması gereken bir şekilde yapmak için her insanın gittiği yoldan gitmek zorunda kalmıştır, artık yeni bir süreçle cesurca yüzleşmiştir.

Teknoloji gelişmeler çevrimiçi gazetecilik kavramın ortaya çıkmasını sağlamıştır, geleneksel gazetelerin yerini çok farklı, kolay ve daha hızlı görünen çevrimiçi gazetecilik almıştır. Gazeteciler açısından çevrimiçi mecra, gazetecilerin haberlerini bu mecrada üretebilme ve hızla dağıtabilme fırsatı sağlamaktadır. Aynı zamanda gazetecilik çevrimiçi ortamla birlikte daha etkileşimli ve yenilikçi bir hal almaktadır (Çetinkaya, 2017: 381).

Dijital teknolojilerin kullanımı basın endüstrisinde birtakım değişiklikler meydana getirmiştir. Baskı temelli reklam modellerinde ve okuyucu sayısındaki azalmaya karşın, gazeteler çevrimiçi ortamdan kar elde etmek ve onu etkin bir şekilde kullanmak için yollar denemektedirler (Çetinkaya, 2017: 381). İnternet, basının yerini inanılmaz bir hızla almıştır, yazılı gazeteler, dergiler ve sarı basın da internete kaymaya başlamıştır.

İnternet çağında hazır bilgi kutsal ve önemli bir hal almıştır. Binlerce çevrimiçi haber platformu sayesinde, tarihteki herhangi bir zamana kıyasla bilgiye erişim daha da kolaylaşmıştır. Aynı zamanda, bilgi aşırı yüklemesi hayatın bir gerçeği haline gelmiştir (Pavlik, 2001: 271). Teknoloji gelişmeler ve internetin aktif kullanımı iletişimi daha kolay bir hale getirmiştir. Günümüzde internet bilgiye ulaşmanın en kısa yoludur. İnternet, dünyanın her yerinde basılan gazeteleri, web sayfaları üzerinden 24 saat yayın yaparak istendiği anda kişinin evine getirmekte ve bu gazeteler haberi anında okuyucularına ulaştırmaktadır (Gezgin, 2001: 31).

Yeni teknolojiler, haber üretimine yeni modeller getirmiştir. Haber üretiminde yaşanan değişimin en önemlisi yöndeşmedir. Yöndeşme, televizyon, radyo ve basın arasındaki keskin çizgilerin belirsizleşmesine işaret etmektedir. Yöndeşmeyle birlikte gazete gibi medya organları çevrimiçi haber portallarıyla ve/veya yayıncılık şirketleriyle birleşmiştir (Çetinkaya, 2017: 386). Haber edinme araçların çevrimiçi ortama kaynaması toplumun da internete bağlanmanın nedeni olmuştur. Çevrimiçi sistem ve internet üzerinde kurulan sosyal ağlar/platformlar herkes için basit ve hızlı haber paylaşım yol olarak gözükmekte, bu durumun ortak bir sonucu olarak değerlendirebileceğimiz ve 21. üzyılın en öncü teknolojisi olan internet, gerek sosyal

hayatın gerekse de iş yaşamının her alanında çok önemli ölçüde etki etmiştir. (Bulunmaz, 2011: 30).

Çevrimiçi gazetecilik çok hızlı ve kolay bir şekilde insan yaşamının ayrılmaz bir parçası haline geldi, günümüzde çevrimiçi sitelere ve ağlara erişmek hiç zor değildir erişmek, çünkü dünya gelişmiş teknolojilerle, akıllı telefonlarla, birçok işleve sahip olan bilgisayarlarla dolmuştur. İnternet gazeteciliği geleneksel gazeteciliğe, bugün olmasa da gelecekte hiç kuşkusuz, bazı engellemeler ya da kayıplar getirecektir (Gezgin, 2001: 33). Geleneksel medya neredeyse tamamen İnternet ve teknoloji kutuları tarafından ele alındı ve burada daha az popülerliğe rağmen çevrimiçi olarak var olmaya devam etmektedir. Günümüzde çevrimiçi gazetecilik sürekli bilgi, verimlilik, hız ile ilişkilendirilir, tüm dünyanın yaşadığı büyük bir platformdur ve hiçbir emir olmadığı bir alan olarak tanımlanır, çevrimiçi dünyada zaman ve mesafe sözcüklerin bir anlamı neredeyse kalmamıştır.

1.3.1. Çevrimiçi Gazetelerin Ortaya Çıkışı

Gazetenin kitleleşmesinde önemli bir payı olan ucuzluk (ucuz gazete), gazetenin hammaddesi olan kâğıdın aşırı tüketime bağlı olarak giderek pahalı bir hale gelmesiyle birlikte göreli bir durum haline gelmiş ve sonuçta gelişme endüstriyel üretim mantığını harekete geçirmiştir. Bu bağlamda sayısal kâğıdı kullanılabilir hale getirmeye dönük uğraşlar pratik, uygulanabilir sonuçlar verinceye kadar yazıya ve görüntüye kâğıt yerine ev sahipliği yapabilecek, onun yerine ikame edilebilecek, yeni, taşınabilir ve her defasında satın alınmadığı için de görece daha ucuz bir iletişim ortamı arayışı, internet-elektronik ekran üzerine yoğunlaşmıştır (Çetinkaya, 2018: 111). İnsanlık tarihinin önemli bir dönüm noktası olan ‘Sanayi Devrimi’ çağı, yerini enformasyon çağına, sanayi toplumu da ‘enformasyon toplumu’na bırakmış durumdadır. 21. Yüzyılın başlangıcında iletişim alanında ortaya çıkan oluşumlar, kuşkusuz baş döndüren bir hızla ve ivme kazanarak toplumları etkilemeye devam edecektir (Yedig ve Akman, 2002: 29).

1980’ler sonrasında geliştirilen ve 1990’da internet adı altında birleştirilen bilgisayar ağları, kitle iletişiminde yepyeni bir devrin başlangıcı olmuştur; hem

bilgiye erişme hem de bilgiyi dağıtma açısından büyük avantajlar elde edilmiştir (Çetinkaya, 2018: 112). 1980'lerin sonlarında ortaya çıkan bu teknolojiler on yıllık bir süreçte içinde yaşadığımız her alanı yeniden tanımlama gereğini zorunlu kılmıştır. Bu alanların başında da yayımcılık ve iletişim gelmektedir (Gezgin, 2002: 30).

Çevrimiçi gazetelerin ilk örnekleri ABD'de görülmüştür. 1995 yılnda Amerika'da yayın yapan sekiz uluslararası gazete (Herald Tribune, Daily Mirror, New York Times, The Washington Post gibi) basılmaya hazır haldeki sayfalarını çevrimiçi olarak aktarmak amacıyla; 'Yeni Yüzyıl Yayım Ağı' adında bir şirket kurmuşlardır. Bu şirket haber yayıncılığının sanal döneminin örgütsel anlamda başlamasına öncü olmuştur. 1995'te Rhe Daily Telegraph kendi içeriğini internet üzerinden ulaşılabilir yapan ilk İngiliz ulusal gazetesi olmuştur (Çetinkaya, 2018: 112). Çevrimiçi gazeteciliğe geçişte en erken adaptasyon sürecini İngiltere basını geçirmiştir. BBC, The Guardian, The Financial Times ve The Telegraph bunun en iyi örnekleri arasında sayılabilir. Bugün BBC sitesini ayda 50 milyon tekil kullanıcı ziyaret etmektedir. Bunu da The Guardian ve Telgraph 18 milyon tekil kullanıcı ile takip etmektedir (2018, 113).

1995'ten sonra öevrimiçi gazteler çevrimiçi hizmet sunan şirketler üzerindeki yayınların sonlandırmaya başlamış ve bu alana yatırım yaparak kendi haber sitelerini kurmaya başlamışlardır. The san Jose Mercury News AOL'dan Los Angeles Time ise Prodigy'den ayırılmıştır.1995 yılının Şubat ayında çevrimiçi sürümünü hayat geçiren The San Jose Mercury News'in Elektronik Yayıncılık Direktörü Bill Mitchell, internette olmak istediklerini çünkü daha fazla insanın ticari internete doğru geçiş yapacaklarını gördüklerini ifade etmiştir. Bundan sekiz ay sonra ise Los Angeles Times internette faaliyetlerini yürüteceğini açıklamıştır (Çetinkaya, 2018: 120).

Avrupa'da ise çevrimiçi gazetecilik yatırımları 1990'ların ortalarına doğru hız kazanmıştır. İngiltere'de Kasım 1994'te The Daily Telegraph, The Elektronik Telegraph adıyla çevrimiçi ortamdaki yayın hayatında başlamıştır. The Times aynı yılın Eylül Ayında içerisinde etkileşimli bir tartışma forumu da bulundurularak

çevrimiçi ortama aktarılmıştır. 1996 yılında The Times ve Sunday Times basılı versiyonlarındaki metinlerin tamamını içeren bir çevrimiçi gazeteye dönüştürülmüştür. The Times ve Sunday Times içeriğini tamamen internete taşıyan ilk gazetelerden olmuştur (Çetinkaya, 2018: 120, 121).

1.3.2. Çevrimiçi Gazeteciliğin Kavramsal Temeli

Çevriçi (online) gazetecilik; televizyon, radyo, ve basılı gazetecilikten sonra dördüncü gazetecilik türü olarak haberlerin internette toplanması ve dağıtılmasıdır. Bir başka deyişle, ‘‘gazeteciliğin, haber toplama tekniklerinin kullanılması ile hedef kitlelerin internet aracılığı ile bilgilendirilmesi’’ olarak tanımlanmasıdır (Çetinkaya, 2018: 106). Kelime ilk olarak 1987'de kullanıldı ve o zamandan beri her insan yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji gelişmeler ve internetin yaygın kullanılması ortaya çıkan online kelimesini günlük kullanım haline getirmiştir ve neredeyse dünyanın her yerinde anlamı ve biçimi değişmeden kullanılmaktadır. Enformasyon akışı, yaşadığımız çağın gereksinimlerini karşılamak üzere doğmuş ve gelişmiştir. Gazeteleri çevrimiçi olarak bir ekrandan okumak, okura daha önceden kazandığı okuma alışkanlığını elbette sunmamaktadır (Özçağlayan, 2008:155).

Geçmişten bugüne teknoloji dünyasında gerçekleşen gelişmeler medyada yeni haber araçların çıkmasına neden olmuştur. Matbaanın icadı, radyo ve televizyon ortaya çıkmadan önce basılı gazeteleri yıllar boyunca iletişimin en önemli aracı haline getirmiştir (Pirosmanashvili, 2009: 177). O zamandan bu yana dünyadaki teknolojik gelişmeler hiç durmamıştır. 19.yüzyıl hala geleneksel medya çağı olsa da, 20.yüzyıl dünyayı alt üst etmiş ve bilgisayarların kullanımının başlamasıyla bilgi alma ve yayılma şekli değişmiştir. Çevrimiçi sistemler ve servisler ABD ve İngiltere tarafından gerçekleştirilen deneyimler sayesinde ortaya çıkmıştır. Bunlara ‘teletext’ ya da ‘videotext’ adı verilmiştir (Pirosmanashvili, 2009: 183). Teletext, Uygun donanımlı televizyonlarda metin ve temel grafikleri görüntülemek için kullanılan bir videotext standardıdır. Teletext, ekranın üst ve altındaki görünmez dikey boşluk aralığı alanında gizlenmiş yayın sinyalinde veri gönderir, Televizyondaki teletext kod çözücüsü bu bilgiyi, her birine bir numara verilen bir dizi "sayfa" olarak arabelleğe alır. Kullanıcı, uzaktan kumandasını kullanarak seçilen sayfaları

görüntüleyebilir. (https://tr.wikipedia.org/wiki/Teletekst, erişim tarihi: 6.06.2022). Teknolojik gelişmeler gazetecilik mesleği de etkilemiş, daha önce bilgi yayılma süreci ne kadar uzun sürse de artık bu konuda "zaman" kavramı anlamını kaybetmiştir. Dünyanın bir ucunda yaşanan bir olay dakikalar içinde haber haline getirilebilmekte ve çevrimiçi mecralar üzerinden yayılabilmektedir.

Haberleşmenin yayılmasında büyük rol oynayan gazetecilik, teknolojik gelişmesiyle birlikte medya sektörünü güncel dünyaya yeniden kusursuz bilgi sunabilmek için çalışma şeklini değiştirmek zorunda kalmıştır. Geleneksel gazetelere paralel olarak şekillenen elektronik gazeteler ile hem gazeteler değişmiş hem de internet gazeteciliği olarak anılan yeni bir gazetecilik türü ortaya çıkmıştır (Gezgin, 2002: 30). 1995 yılında gazeteler internette yayın yapmaya başlamıştır. Amerika'da The Washington Times, New York Times gibi gazeteler bu yılın başında yayınlarını bire bir internete aktarmışlardır. Aynı yıl Avrupa'da da International Herald Tribune ve Daily Mirror gibi gazeteler sanallaşmıştır (Çakır, 2007: 138). Başlangıçta bilgi paylaşım yöntemleri değişmemiş, sadece yaygınlaştırma tekniği değişmiştir, ancak zamanla güncel olaylar ve gelişmelerden etkisi alarak kamu yararını korumak ve ilgisini devam ettirebilmesi için yaygınlaştırma tarzı ve yaklaşımı da değişmiştir. İnternet ortamına gazetelerin girişi birkaç aşamada gerçekleşmiştir. Öncelikle gazeteler içeriklerini olduğu gibi değiştirmeden dijital ortamda aktarmışlardır. İkinci aşamada, izleyicinin haber ve yorumlara katkı sağladığı interaktif iletişime geçilmiştir. Üçüncü aşamada ise gazetelerin internet versiyonlarında özgün haberler yer almaya başlamıştır. Son aşamada ise multimedya denilen, ses, yazı, hareketli görüntü, grafik, müzik gibi birden fazla mesajın aynı ortamda sunulması yöntemine geçilmiştir (Dönmez, 2010: 109).

Bilgisayarın ortaya çıkışı, zaman içindeki teknolojik gelişimi, internet kullanımını giderek daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. Bu, internetin kendisinin bilgiyi depolamak, yaymak ve dönüştürmek için teknolojik bir kaynak haline gelmesine yol açmıştır. İnternete kolay erişim ve teknolojik olanaklar, ekonomik faktörü de etkileyen dünyadaki tüm güncel olaylara veya bilgilere erişimi kolaylaştırmıştır. Teknoloji gelişmelerle birlikte gündeme gelen yeni medya sürekli eğlence, analiz ve reklamlarla bağlantılıdır, dolayısıyla diğer haber edinme araçlarla

yarışmaya devam etmektedir (Pirosmanashvili, 2009: 187). İnternet ve bilgisayarların ortaya çıkmasından önce geleneksel medya birbirinden bağımsız ve tek bir alanda var olmuştur. Ancak teknoloji ve internetin güçlerinin birleşmesiyle, sadece bir düğmeye tıklayarak her türlü medya kuruluşunu bulabilmek kolay hale gelmiştir. Bu değişim alışık olduğumuz yaşam biçimlerini değiştirip yeni ve dijital bir kültür yaratmıştır (Atasoy, 2007).

1.3.3. Çevrimiçi Gazetecilikte İçeriğin Sunumu

Pavlik'e göre internet üzerindeki haber içeriği üç aşamada gelişmektedir. Çok sayıda haber sitesine ağır basan ilk aşamada, çevrimiçi gazeteciler çoğunlukla bağlı bulundukları haber kuruluşlarından aldıkları haber içeriklerini yeniden yayınlar veya amaçlarına uygun hale getirirler. Büyüyen ve daha iyi haber sitelerinin çoğunu karakterize eden ikinci aşamada gazeteciler, orijinal içeriği oluştururlar. Bu içeriği, diğer web sitelerine olan hiper bağlar, kullanıcının farklı içerik seçmek için bir Mouse kullandığı arama motorları ve elektronik tıklanabilir dizinler gibi bazı interaktif imkânlar, fotoğraf, video, ses, gibi bazı multimedya içeriği ve okuyucuların kendi bireysel haber kategorilerini, borsa listelerini ve diğer içerikleri oluşturabilecekleri site ve bilgi uyarlamaları gibi bazı eklemlerle çoğaltılabilir (2001: 70-71).

Üçüncü aşama oluşmaya başlamaktadır ve yalnızca az sayıda site bu aşamaya girebilmişlerdir. Bu aşama, iletişimin yeni bir aracı, haber dağıtımının meşru aracı olarak web için özel tasarlanmış orijinal haber içeriği tarafından karakterize edilmektedir. Bu aşama, toplumun doğasını online olarak yeniden düşünmek ve en önemlisi geniş kapsamlı hikaye anlatımı gibi hikaye anlatımının yeni formlarıyla bir tecrübe yaşama isteğiyle karakterize edilmektedir. Yeni hikâye anlatımı formu, okuyucunun bir habere, geleneksel haber muhabirliğinde olduğu gibi yalnızca bakmasındansa o haberin içine girmesini sağlar. Bazen bu hikâye anlatımı, yeni teknolojiyle gelişir. Her koşulda sonuç daha bağlamlı bir haber bültenidir (Pavlik, 2001: 71).

Teknolojinin hızlı gelişimi ve internetin aktif kullanımı her türlü bilgiye ulaşmayı mümkün kılmaktadır. İçerik kalitesi, olağanüstüden ortaya seviyeye, orta seviyeden yanıltıcıya kadar çeşitlilik göstermektedir. Bazı istisnalar olmasına rağmen bu içeriklere kullanıcılar ücretsiz olarak erişebilirler (Pavlik, 2013: 95).

Medya küresel kapsamda hassas konuları (göç, mültecilik, savaş, teknoloji, politika, savaş vb.) haberleştirerek kamuoyunun bilgi ihtiyacını karşılamaktadır. Geleneksel boyutu ile gücü oldukça sınırlı olan gazetecilik, bugün iletişim teknolojileri ve imkânları sayesinde derin bir yapısal dönüşüm geçirmiş olup dijital medyanın her türlü olanaklarını kullanarak internet ve bilgisayar odaklı habercilik yapar hale gelmiştir (Bulut, 2019: 1089).

Geçmişte iletişim araçları, gazetecilik ve geleneksel medya terimleri varken bugün bunların hepsi bir araya gelip çevrimiçi medya olarak adlandırılır ve internete bağlı anlatıcıları ve okuyucuları ifade etmekte, çevrimiçi gazetecilik kelimesini duyunca aklımıza hız, verimlilik ve tükenmez bilgi aracı gelmektedir.

21.yüzyılda ortaya çıkan yeni medya gazetecilik mesleğinde önemli değişiklikler getirmiştir. Yeni medyanın beraberinde getirdiği yeni uygulama ve alanlar, iletişim çağındaki insanların uçsuz bucaksız bir erişim ağına ulaşabilmesini de sağlamaktadır (Aslan, 2015: 44). Çevrimiçi ortamlarda tükenmez bilgi akışı ve Güncel olayların hakkında haber paylaşımı öyle bir hızla gerçekleşir ki, insan olup bitenlerin farkına varamıyor ve sosyal ağların aktif kullanıcısı olmazsa her an bir şeyler kaçırabilir gözünden. Sosyal medya şirketlerinin ürünlerini geliştirmek amacıyla ürettiği (ar-ge/ inovasyon) enformasyon ya da satın aldığı dış kaynaklı (outsource) enformasyonun ötesinde, kendi ürünleri olan Twitter, linkedIn, Facebook gibi platformlar da başlı başına birer tüketici enformasyonudur (Kara, 2013: 116). Bilgilerin sürekli güncellenmesi, birbirleri ile paylaşılması, olayların görüntülerinin yayınlanması vb. İnsanları rahatlatır, olayların içinde olmak onları toplumun ayırılmaz bir üyesi olarak hissettirir kendini.

1.3.4. Çevrimiçi Gazetecilikte Haber Üretimi

Teknolojinin getirdiği yeniliklerle birlikte, çevrimiçi gazetecilerin haber yazma formatlarında da değişiklikler yaşanmıştır. Çevrimiçi ortamda haber yazmak, sadece bir metin yazılması demek değildir. Geleneksel yöntemler kullanılarak yazılan haberler doğrusal (linear) bir nitelikteyken, çevrimiçi ortam içi hazırlanan haber ise doğrusal olmayan (nonlinear) niteliktedir. Bir hikâye küçük parçalar halinde farklı web sayfalarında verilebilir. İsteyen internet kullanıcıları bu farklı web sayfalarında erişebilir (Çetinkaya, 2018: 134). Elektronik iletişim ortamındaki 'gazetecilik faaliyetinin kalitesi' sorununa gelince. Sanırım gazetecilerin çoğunluğu günümüzde geleneksel basılı gazetenin internet tarafından saf dışı bırakıldığını düşünmüyordur. Bununla birlikte internetin önemli avantajlar sağladığı da bir gerçek. Biçim ve içerik açısından gazetenin sunamayacağı olanaklara sahip olan interneti, gazetenin bir bütünleyicisi olarak düşündüğümüzde konuya iyi bir başlangıç yapmış sayılırız (Yedig ve akman, 2002: 70-71).

Teknoloji haber toplama ve haber üretimi sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Bir sayfaya notlar alan, bir olayı videoya kaydeden veya telefon konuşmasını kayda alan gazeteciler, hikâyelerini anlatmak için kullandıkları ham veriyi elde etmek amacıyla çok çeşitli teknik araçlar kullanmaya alışkındırlar (Pavlik, 2001: 77). Teknolojik gelişmenin ve internetin aktif kullanımının iletişimi büyük ölçüde kolaylaştırdığı doğrudur, ancak aynı zamanda topluma açıkça yansıyan birçok dezavantajı ve olumsuz yönler de bulunmakta. Geçmişten günümüze kadar gelen süre içerisinde, bilgi günden güne artmış hatta son yıllarda katlanarak günümüze gelmiştir. Bunun sonucunda "Bilgi Çöplüğü" diye tabir ettiğimiz olgu gün yüzüne çıkmıştır (Kara, 2013: 132).

Geleneksel gazeteciliğin çevrimiçi ortamda geçmesi bilgi edinme süreci hızlandırmıştı ve dünya herkesin istediğin her şeye ulaşabileceği küçük bir yere dönüştü. Sosyal medya, sosyal, ekonomik ve iş hayatı önemli oranda etkilemiştir. Geleneksel medyada tek yönlü iletişim olanağı sağlayan geleneksel kanallar varlığını sürdürse de; sosyal medya olarak adlandırılan bu yeni iletişim kanalları sayesinde iki hatta çok yönlü iletişimin önü açmıştır (Kuyucu, 2013: 143). Bilgiyi yaymak ve

farklı insan gruplarına ulaştırmak ilk bakışta basit gibi görünse de bilginin içeriği oldukça önemlidir. Paylaşacak bilginin karakteri seçmesi aktarılmak istediği gruplara göre seçilir, kime, ne ve nasıl bir şekilde söylemek ve hangi sonuca varmak istediğini bilmek oldukça önemlidir.

Çetinkaya'ya göre, çevrimiçi içerik tartışmaları iki bölümde incelenebilir. Bunlardan ilki yeni medyanın teknik karakterinden kaynaklanan değişimlerdir. İkincisi ise haber içeriklerinin deneyimler sonucu yaşadığı değişimlerdir (2018: 134); bazı noktalarda bu ikisi birleşmektedir. Çevrimiçi olan insan sayısı günden güne artmaktadır ve yeni medyadan daha fazla şey talep etmekte bu mecraya karşı daha fazla beklenti içine girmektedir. Diğer yandan içerikler, verimliliğin pragmatik koşulları, yöndeşme mantığının dayattığı maliyet düşürme ve gazeteciliğin faaliyet gösterdiği ekonomik çevre tarafından şekillendirilmektedir. Aynı zamanda yöndeşme ve verimlilikle belirlenen çevrimiçi uygulamalar, çevrimiçi haberlerin ve diğer medya içeriklerinin karşılaştığı sorunlara olası çözümler ve yenilikler sunabilir (Çetinkaya, 2018: 134). Teknolojik yöndeşmenin ve multimedyanın doğrudan sonuçlarından biri, 3D, gerçek video görüntüleri ve sesleri de içeren farklı formatlarla haberin sunulabilmesidir. Bu 'sürükleyici haber' (immersive news) fikrine işaret etmektedir. Buna göre, okuyucular kendilerini haberin içine sokabilir, sesleri duyabilir ve haberdeki görüntüleri görebilir. Son zamanlarda çoğu haber sitesi multimedya kullanımı arttırmış, interaktif özelliklerin yanında ses ve video dosyaları da koymayı yaygınlaştırmıştır (Çetinkaya, 2018: 140).

Çetinkaya'ya göre, çevrimiçi haberler tek bir bakış açısını benimsemez ve nesnel görünüştedir. Çevrimiçi gazeteciliğe kadar haberler kendi bakış açıları ile haberleri yazan, haber değeri ilkesiyle hareket eden ve işlerindeki uzmanlığı ve yetkinliği göz önünde bulundurulan gazeteciler tarafından haber merkezlerinde üretildi. Bu durum haberlerin çevrimiçi ortama taşınmasıyla değişiklik göstermiştir çünkü kendi bakış açılarını ve tercihlerinin hesaba alınmasını talep eden kitle ile yakın ilişki içindedir. Bu haberlerin yapısını değiştirmiş ve diyalog önem kazanmıştır. Bu gelişmelerin sonucunda haberler asla tükenmeyen bir ürün konumuna gelmiştir. Artık gazetecilik sadece gazetecilerin ya da uzmanların

yazılarını içermeyen aynı zamanda haberleri tüketen kitlenin reaksiyonlarını, geri beslemesini ve yorumlarını içeren devamlı bir süreç haline gelmiştir (2018: 141).

Günümüzde yeni medyanın sağlamış olduğu çift yönlü akış ve enformasyonun sınırsızlığı iletişimin evrensel boyutlara yükselerek günümüz toplumlarını enformasyon toplumu haline getirmiştir. Toplumların yeni silahı daha fazla enformasyona bağlı olarak üretilen yeni güç kaynakları olarak görülmektedir (Gezgin ve Çiftçi, 2020: 55). Yeni medyanın teknik özelliği hakkındaki tartışmalarda Lister vd. (2009), sanallık ve benzeşmenin yanı sıra sayısallaşma, etkileşim, ağ ve hipermetinselliği içeren özellikleri ele almışlardır. Bunlardan çoğu, çevrimiçi haberler ve medya içerikleri ele alındığında önemli etkilere sahip olmaktadırlar. Çevrimiçi içeriklerin boyutları dört aşamada ifade edilebilir (Çetinkaya, 2018:135). Bunlar (Çetinkaya, 2018) :

Hipermetinsellik - makalelerin yaratıcılığının artırılmasında kullanılabilir, linkler yoluyla makaleleri destekleyen bilgilere ulaşılabilir ve okuyucular doğrudan kaynağa götürebilir. Ayrıca linkler çevrimiçi içeriklere derinlik ve genişlik katabilir, onları zamana ve mekâna yayabilir (2018: 137).

Multimedya – medyanın sayısallaşmasıyla mümkün hale gelen, tek bir medya formatı içinde ses, grafik, resim ve metin gibi farklı medya formatlarına da yer verilmesini ifade eder (2018: 136).

Etkileşimlilik – çevrimiçi içeriklerin talep edilmesinde önemli bir yere sahiptir. Brian L. Massey ve Mark L. Levy'e göre etkileşimlilik çevrimiçi içeriklere beş şekilde bulunabilir. Bunlar: Mevcut tercihlerin karmaşıklığı (kullanıcıya sunulan seçnekleri ifade eder. Kulanıcıların siteden stedikleri bilgiyi seçebilme ve toplayabilme imkânları vardır), kullanıcıların hevesleri (kullanıcıların geri beslemeleri fiilen değerlendirmeleri ve kullanıma koymalarını ifade eder), kişilerarası iletişimin kolaylaşması (site üzerinden kullanıcıların birbirleriyle etkileşim halinde olmalarına vurgu yapar ve çevrimiçi içeriklerin boyutlarından en önemlisidir. Çünkü doğrudan iletişim sağlar ve aynı bilgiyi okuyan insanlar arasında iletişime ve etkileşime sebep olur), bilgi eklemenin kolaylığı (kullanıcıların içerik ve

bilgileri yayınlayabilme hakkı kazanmasıdır. Artık çoğu çevrimiçi gazete tarafından 'yorum' bölümü siteye koyulmaktadır. Gazeteciler ve okuyucular da birbirleri ile iletişim ve etkileşim halindedirler) ve içerik aciliyetidir (günde dört ya da daha fazla haber okuyan kullanıcılar için sitenin sürekli güncellenmesi önemli bir noktadır. Bir sitenin içeriklerinin güncellenmesinde kullanıcılar etken bir faktördür.) (2018, 138).

Ortaklaşa yazma – gazete okurları ve onlara enformasyon sağlayan gazeteler gelişen teknoloji ile etkileşimli yani iki yönlü bir iletişim akışı sağlayan yeni imkânlar ve yeni ortamlar elde etmektedir. Bu olanakları değerlendiren gazeteler de okurlara çoklu ortamda erişebilmek için yeniden yapılanmaktadırlar (2018: 139).

Her geçen gün çeşitlenen sosyal medya ortamlarında bireyin haberdar olma güdüsü önemli bir hal almakta, birey her şeyden haberdar olma ve her şeyden haberdar etme paranoyasına düşmektedir (Büyükbaykal ve Fidan, 2020: 67). Çevrimiçi ortam insanların ilgisini ilk başlarında da çekmiştir bu nedenle çevrimiçi gazetecilik onlar için daha heyecan verici ve kolay gelmişti, Bilgi alma yolları basitleşmesinin yanı sıra bunca problemler ortaya çıkmaya başlamıştır ve farklı kaynaklardan aldığı bilgiye güvenmek de artık o kadar da zor olmuştur, Yeni haber kaynakları ortaya çıkarken ve kamu daha kapsamlı haber kaynaklarına yönelirken, bu çeşitli kaynakların uygulamaları ve standartları gittikçe belirsizleşmektedir (Pavlik, 2013: 144). Sosyal ağlar herkes için erişebilir bir hale geldi ve tüm kullanıcılar kendilerine göre istediği bilgi üretip paylaşmakta ta özgürdür bunu için sadece telefon ya da bilgisayara sahip olmanız yeterlidir. Sonuç olarak elimizde şu ya da bu gerçeğin doğruluğunu kirleten ve bunu kurgusal haber şeklinde kamuoyuna sunan çok sayıda sahte çevrimiçi dergi, gazete ve kanal bulunmaktadır.

Çoğu durumda, insanlar doğru ve yanlış bilgiyi ayırt etmekte zorlanırlar, bu da belirsizliğe yol açar ve kargaşa yaratır. Yanlış bilgi aynı zamanda toplumun belirli grupları arasında ihtilaf ve anlaşmazlıklara yol açmayı amaçlar, büyük ölçüde amacına ulaşırlar da. Sosyal medyadaki haberler ve yorumlar kullanıcıların fikirlerini önemli ölçüde etkiler. Sahte haber olarak adlandırılan düşük kaliteli bu tip haberlerin yayılması bireyleri ve toplumları olumsuz yönde etkilemektedir (Özbay ve Alataş, 2020: 92). Sahte bir kanal için bir kişinin bile yaydığı bilgileri görmesi yeterlidir,

burada bilgiyi paylaşan ilk kişinin görevi sona erer ve daha büyük ölçekte bilgi paylaşımına başlayarak, topluluğun her bir üyesi tarafından bilgi herkese yayıma işlemi yapılacaktır. Bilgi kirliliği uygun ortamı bulduğunda ciddi sonuçlar doğurmakta, toplumsal hareketleri, siyasi algıları değiştirerek taşları yerinden oynatabilmekte, anarşiye yol açabilmektedir (Kazaz ve Akyüz, 2019: 42). Yanlış bilgilerin gerçek bilgilerle çeliştiği durumlar ortaya çıkıyor, Ancak burada güven zaten kaybolmuştur, halk ya her ikisini de reddeder ya da hangisine inanacağına kendi karar verecektir.

İletişim teknolojilerinin gelişimi ve internet ile bireysel erişimin altyapısını oluşturan webin icadı çift yönlü ve çok yönlü iletişim modeli ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler sonrasını ifadeden yeni medya kavramı, başta etkileşimlilik ve sayısallık gibi temel özellikleri ile geleneksel medyadan farklılaşarak, çevrimiçi ortamda yerini almıştır (Süleyman Türkoğlu, Hülya Semiz Türkoğlu, 2018: 580). Çevrimiçi ortamda haber üretmenin farklı yöntemleri vardır, teknoloji gelişmeleri ve basitleşmesi haber üreten her türlü ağ ya da ağ kurulmasına neden olmuştur, kullanıcılar/okuyucular çevrimiçi ortamdan aldığı haberlerden beslenmektedir. Okuyucu açısından geçerli ve yeterli haber ortamı dijital medya ortamıdır. Dijital medya geliştikçe var olan haberci anlayışı da değişmiş, habercinin birtakım teknik ve teknolojik kabiliyetler kazanması elzem hale gelmiştir (Bulut, 2019: 1091).

Gazeteciliğin çevrimiçi ortama kayması Sahte çevrimiçi gazetelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur, bu durum bilgilerin gerçekliğini ve doğruluğunu sorgulanmaya neden oluyor, Kurgusal bir hikâyenin gerçek ve olgusal bilgiden daha hızlı yayıldığı açıktır. Mesela on kişiye yalan içeren bilgi verildiğinde onların yedisi bu bilgiyi yayar fakat aynı gruba gerçek bir hikâye anlatıldığında grubun sadece üçü bu haberi paylaşır. İnsanlarda kötü haber, sürekli kargaşa ve hangi tarafın ya da hükmün doğru olabileceği konusunda tartışmayı seviyormuş gibi bir izlenim verilmekte.

Sosyal medyanın bireyi şekillendirmesine bir aşamadan sonra bireyin sosyal medyada kendini yeniden şekillendirmesi eklenmektedir (Büyükbaykal ve Fidan, 2020: 67). Belki de tüm bunlar hayatlarını daha aktif ve ilginç hale getiriyordur.

Teknoloji dünyasında gizli olan hiçbir şey kalmadı, her şey sosyal ağlarda herkese açık olarak gösteriliyor, sonra kamusal tartışma için bir malzeme haline geliyor. Artık mahremiyet kavramın tamamen ortadan kaldırıldığını söylenebilir, internet insan hak ve özgürlüklerinin sınırlarını tamamen ihlal etmekte. Internet ve dünya çapında ağın gelişmesi, yalnızca gazeteciliğin çevrimiçi sağlamakla kalmayıp, etik, karmaşık muammalara da ev sahipliği yapmıştır (Pavlik, 2013: 139). Bu durum, toplum için birçok anlaşmazlığa, soruna, baskıya ve uygunsuz eylemlere yol açmıştır. İlk bakışta, basit teknolojiler, farklı toplum grupları arasındaki tartışmaların ve bugüne kadar çözülmemiş birçok sorunun nedeni haline gelmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. DİJİTAL OYUNLAR VE GELİŞİM SÜRECİ

Çalışmanın bu bölümünde dijital oyun kavramından bahsedilmekte, dijital oyunların özellikleri ve dijital oyunların insanlar üzerine etkisine değinilmektedir. Ayrıca dijital oyunların neden bir sanat olarak ele alındığı, oyunların iş ve eğitim amaçlı kullanımı, oyunlaştırma kavramı ve gazetecilikte oyunların kullanımı ve haberoyunlar detaylı olarak açıklanmaktadır.

2.1. DİJİTAL OYUNLARIN TANIMLANMASI

"Oyun kelimesi Latince bir sözcük olan "ludos'dan köklenmektedir. Yakın zamanlarda gelişen ludoloji (oyun çalışmaları) ise oyunu inceleyen toplumsal ve kültürel bir çalışma alanı haline gelmiştir (Topal, 2015: 6). Oyun, antropolojiden psikolojiye, pedagojiden iletişim bilimlerine dek çeşitli disiplinlerin ilgi alanına giren bir alandır. Ludoloji ise, bu disiplinler arası çalışan, çoğunlukla "video oyunlarını inceleyen'' 'oyun çalışmaları' alanını karakterize eden disiplinin adıdır (Akbulut, 2009: 25). Başka bir deyişle, Caillois" e göre (1958) oyun, serbestçe kabul edilmiştir, fakat bağlayıcı olan kurallara göre belli bir alan ve zaman süreci içinde sürdürülen gerilim ve eğlence duygularını içeren, gerçek hayattan farklı olduğu bilinci ile yapılan gönüllü bir hareket ya da faaliyettir (Uskan ve Bozkuş, 2019: 125).

Huizinga oyunu şu şekilde tanımlar; "belirli zaman ve mekân sınırları içinde özgürce kabul edilen ama mutlak bağlayıcılığı olan kurallar çerçevesinde oynanan, kendi başına bir amacı olan, gerilim ve neşe gibi duygular uyandıran ve 'sıradan hayattan farklı olduğu' bilincini uhdesinde taşıyan gönüllü bir etkinlik veya meşguliyet"tir (2018: 45). Huizinga'ya göre, söz konusu oyun olduğunda erdemli ve erdemsiz gibi değerlendirmeler geçerli değildir çünkü oyun, bilgelik-aptallık karşıtlığının dışında yer aldığı kadar, doğru-yanlış ve iyi-kötü karşıtlıklarının da

dışında yer alır. Oyun maddi olmayan bir faaliyet olsa da ahlaki bir işlev taşımaz (Huizinga, 2018: 17).

Bir bakışla oyunlar oyunculara istediği gibi oynama yetki vermekte fakat her oyunun kendi kuralları ve amaçları var ve oyuncular da bu kurallara göre oynamak zorundadır. İstediği sonucu ele alabilmek için oyunun tüm aşamaları orda oluşturduğu kurallara göre geçmelidir. Oyun; belli bir amaca yönelik olan ya da olmayan, kurallı ya da kuralsız gerçekleştirilebilen fakat her durumda çocuğun isteyerek ve hoşlanarak yer aldığı fiziksel, bilişsel, dilsel, duygusal ve sosyal gelişiminin temelli olan, gerçek hayatın bir parçası ve çocuk için en etkin öğrenme sürecidir (Dönmez, 1999: 196).

Dijitalleşme telefon, tablet, mp3 çalar, sanal gerçeklik gözlüğü ve benzeri dijital cihazların ötesine geçerek hayatımızın her alanına nüfus etmektedir (Yörük, 2018: 41). 21. yüzyılın teknolojik devrim yılı olarak adlandırılmak mümkündür. Teknoloji dünyasında gerçekleşen gelişmeler hayatın her kısmı değiştirip insanların yaşam tarzlarına çok önemli bir etkisi olmuştur. Hızlı gelişen basit teknolojilerin insanların ilgisini kolay ve kısa bir sürede çekmişti ve onun hayatın ayırılmaz bir parçası olmuştur. Teknolojinin tarihini eski çağlara dayandırmak mümkünse de, egemenliğini ilan ettiği Sanayi Devrimi ile başlatmak, gelişen üretim teknolojileri bağlamında ele almak uygun olacaktır. Zira sanayileşme öncesi toplumlarda teknolojinin değiştirici gücü olmakla birlikte üretim ilişkilerini minimum düzeyde etkilediği söylenebilir (Buyruk, 2018: 603).

Teknoloji gelişmeler bizi her gün farklı yeniliklerle karşı karşıya getirmektedir. Oyun, belli bir amaca yönelik olan ya da olmayan, kurallı ya da kuralsız gerçekleştirilebilen fakat her durumda çocuğun isteyerek ve hoşlanarak yer aldığı fiziksel, bilişsel, dilsel, duygusal ve sosyal gelişiminin temelli olan, gerçek hayatın bir parçası ve çocuk için en etkin öğrenme sürecidir (Dönmez, 1999: 196). Yakın dönemde büyük bir akım olarak gelen elektronik spor başlangıcı oyunların dijitale aktarılmasıyla başlamaktadır. 1962 yılında Steve Russel ve arkadaşlarının yapmış oldukları Massachusetts Institute of Technology'de yapmış oldukları Spacewar oldukları kabul edilmektedir (Akbulut, 2009: 45). Bilgisayar gelişmesiyle birlikte

ortaya çıkan oyunlar günümüzdeki oyunlar gibi gelişmiş değildi, fakat o zamanlarda toplumda büyük heyecan yaratmıştır. İnternetin gelişmesi ve hayatın yavaşça çevrimiçi ortama kayması dijital oyunları da etkilemiştir.

Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 gelişmesiyle bilgisayar alanında ve internet alanında gelişmeler yaşanmıştır. Bu durumdan etkilenen oyun sektörü internetle iç içe olmuş ve oyunlar artık tekli oyuncu halinden çıkıp çoklu oyuncu rol yapma (Massive Multiplayer Online) ortamlara geçmiştir (Şirin, 2017: 4). Çoklu oyun ortamlar insanların ilgisini çekmişti ve hızlı bir şekilde popüler olmaya başlamıştı. Bu durum büyük şirketlerin gözünden de kaçmamıştır, farklı grupları oluşturulup oyun ortamı ticaret ortama dönüştürmeye başlanmıştır. Oyunlarda kullanılan görsellere PR yaparak oyunlar eğlence aracı değil üretim-tüketim aracı hali almıştır. İnternetin hem özel hem de ticari amaçlar için kullanımın artması, sosyal medya ve haberleşmenin gelişimiyle dünya giderek küreselleşti (Tanşu, 2017: 140). Zaman geçtikçe, internetin aktif kullanımı ve teknolojilerin basitleşmesi hikâyeleri içeren dijital oyunların ortaya çıkmasına neden olmuştu, oyunlar sadece eğlence aracı değildi, bir hikâye anlatıcıydı.

2000'li yıllardan sonra internetin yaygınlaşmasıyla birlikte katlanarak artan bir hızda büyümeye başlayan dijital oyun tarihinin yaklaşık yetmiş yıllık bir geçmişi bulunmaktadır. Thomas T Goldsmith ve Mann Estle Ray tarafından Cathode-Ray Tube (CRT) Eğlence Cihazının 1948 yılında yayınlanmasıyla birlikte dijital oyunlar kullanılmaya başlanmıştır. Bu cihazla oynanacak oyun, bir ekran üzerindeki çizgiler sayesinde belirli bir hedefin füzelerle vurulacağı şekilde tasarlanmıştır (İnternational journal of active learning, 2021: 124).

1950'li yıllarda ortaya ışıklı kalemler çıkmış ve bu dönemden başlayarak çeşitli basit oyunlar geliştirilmiştir. 1961 yılında iki tarafın oynayabilecek etkileşimli oyunlar ortaya çıkmış, 1967 yılında oyunların tarihi daha ciddi bir hal almıştır. Alman mühendis Ralf Baen tarafından konsol olarak Brown Box olarak adlandırılan oyun konsolu üretilmiştir. Bilgisayar teknolojilerin gelişmesi ve internette farklı ağlar çıkması bu oyunun meşrulaştırılmasına neden olmuştur. Bu gelişim 20. yüzyılın sonlarına doğru hızla artmış atari salonları ve konsol oyunları tüm evlerde

olmaya başlamıştır. 21. yüzyılın başlarında artan bu sektör MMORPG (massively multiplayer online role playing games) oyun tabanlarını oluşturmuş ve internetin sayesinde çoklu oyuncu kesimini oluşturmuştur (Şirin, 2017: 11).

Birçok alanda olduğu gibi, çok kısa bir zaman içerisinde oyunlar da tamamen dijital hale dönüşüp internet ortamına geçmiştir. Bu durum farklı amaçlı ve hikâye oyunların otaya çıkmasına neden olmuştur. Radyo ve televizyonla başlayan dijitalleşme serüveni, bilgisayar ve internetin yaygınlaşmasıyla hayatın her alanını kuşatmıştır. Medyanın gelişimi, oyunların biçim ve içeriklerini değiştirmiştir (Çavuş; Ayhan; Tuncer, 2016: 270). Dünyada 2000'li yıllarda internetin giderek yaygınlaşmasıyla birlikte çevrimiçi oyunlar da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bununla beraber özellikle 3 boyutlu (3B) cihazların gelişmesiyle, yeni nesil oyun teknolojileri de kullanılır olmuştur. Sanal gerçeklik (Virtual Reality - VR) oyunları ve artırılmış gerçeklik (Augmented Reality - AR) oyunları bunlara örnek gösterilebilir (İnternatıonal Journal Of Actıve Learnıng, 2021: 124).

Dijital oyunlar, günümüz iletişim dünyasının ortaya çıkardığı önemli bir olgu olarak karşımızdadır. Dijital oyunlar yaygınlaşıp çeşitlenirken, oyun kültürü de farklı niteliklere bürünmektedir (Akbulut, 2009: 46). Günümüzde oyunların farklılaştırılması onları daha da popüler ve ilgi çekici hale getirmiştir. Oyun sektörü tarafından insanlara sürekli olarak oyun seçenekleri sunulmakta ve oyunları toplumun her kısmına uygun hale getirilmektedir. Bu durum dijital oyunların gündeme aktif olarak kalmasına yardımcı olmaktadır. Dijital eğlence sektörü; 2006 yılında müzik, 2008'deyse sinema sektörünü geride bırakıp tüm eğlence sektörüne hükmetmeye başlamıştır. Dünya nüfusunun yarısı internete bağlanmış durumdadır. Ve bunların da yüzde 50'si en az bir defa oyun oynadığını dile getirmektedir (Emren, 2020: 70).

21. yüzyılda hızlı bir şekilde gelişen teknoloji pek çok şeyi değiştirdiği gibi insan alışkanlıklarını da değiştirmiştir. İnsanın çocukluk dönemlerinde daha fazla sahip olduğu eğlence ve oyun anlayışı da zaman içinde farklılaşmaya başlamıştır. Çocukların kalabalık bir şekilde birbiriyle etkileşim halinde, yüz yüze bir ortamda

oynadıkları klasik oyunlar yerini, insanların bir araya gelmesini gerekli kılmayan dijital oyunlara bırakmıştır (Hanciğaz, 2022: 144).

Oyunların dijital ortama aktarılınca yeni oyunlar ve türlerine göre strateji, savaş, spor, giyim, life style, aksiyon, fantastik vb. oyun türleri ortaya çıkmıştır (Şirin, 2017: 11). Oyun türlerine göre oyunların yapısı da değişmektedir, özellikler ve hedefler ona göre belirlenip oyuncu istediği sonuca ulaşmaya çalışmaktadır. Oyunların ortaya çıktığı ilk zamanlarda seçenekler kısıtlıydı ve nerdeyse herkes gündeme gelen aynı oyunlarla ilgilenmekteydi, Yetmişli yılların başından bugüne teknolojik gelişmelerin artışı ile dijital oyun sektörü de hiç durmadan ilerlemiştir. Buna bağlı olarak, dijital oyunların kullanıcılarının yaş sınırı giderek düşmekte, buna karşın kullanıcı sayısı ve oyun çeşitliliği gözle görülür bir biçimde artmaktadır (Doğan ve Özocak, 3). Bugün ise dijital oyunlara insanların olan ilgisinin en yüksek seviyede olduğunu söylenebilir, internet ve akıllı teknolojiler herkese her türlü oyuna erişebilmeyi mümkün hale getirmektedir.

2.1.1. Bir Sanat Olarak Dijital Oyunlar

Sanat ve tasarım açısından dar anlamıyla dijitalleşme, yanı sanatsal üretimin dijital teknolojilerle gerçekleştirilmesi, müzik ve tasarım alanındaki ürünleriyle düşünüldüğünde tartışmanın farklı kavramsal araçlarla yapılmasını gerektiriyor (Demirbaş, 2012: 67). Demirbaş'a göre, oyundaki üç boyutlu karakterler, seçilen mekân, müzik ve kullanılan yöntemler tartışma konusu olsa oyun üretiminin kendisinde sanatla ilişkili bir yön olduğunu ortaya koymaktadır (2012: 7).

Dijital oyunların güncel sanatlar çevresi ile ilk karşılaşmasının 1990'lı yılların sonlarında gerçekleştiği söylenebilir. Bu karşılaşma oyunların sanatçılar tarafından birer ilham kaynağı olarak görüldüğü veya işlenebilecek birer malzeme olarak kullanıldığı 'oyun sanatı' hareketini ortaya çıkartmıştır (Sezen, 2013: 134). Günümüzde video oyunlar endüstrisi kültürde büyük bir yer almaktadır. Eğer sinema, tiyatro vb. sanatın bir parçası olarak ifade ediliyorsa, video oyunların de sanatsal olarak algılamak mümkündür. Burada oyuncu çok önemli bir rol oynamaktadır, hareketleri, davranışları, hedefe ulaşmak için kurduğu planları bir

sanattır ve video oyunların çekici ve ilginç kılan özelliği de budur. Kack Kroll Mart 2000'de Newsweek'teki bir yazısında, oyunların eğlenceli ve pek çok açıdan ödüllendirici olduğunu fakat bir sanat yapıtı sayılamayacağını çünkü oyunların duygusal karmaşayı aktaramayacağını savundu (Sayılgan, 2019: 326). İnfografik teknikleri ve multimedya yöntemleri yeni medya yeniden yaratmıştır, görsellerin, karakterlerin, eşyaların ve diğer detayların istediği şekilde yapabilmek bu yöntemlerin kullanıcıların sayısı arttırmıştır.

Tıpkı tiyatro ve sinema gibi, bilgisayar oyunları da seyircinin bakış noktasından hareketle yapılmaktadır. Post modern düşünceyle şekillenen çağdaş sanat biçimlerinde bu bağlam daha da öne çıkartılmış ve izleyicinin bakış açısını, sanat eserinden ve sanatçısından daha öne çıkmıştır (Denizel, 2012: 114). Oyunlarda olan karakterlerin yapılış şekli ister görünüşler ister içerik olarak tam bir sanat eseridir diye söylenebilir. Sinemadan farkı olan gerçeklikten biraz uzak duran video oyunlar da multimedya ve grafiksel yöntemlere dayanarak üretilmiş sanatın bir parçasıdır. Dijital oyunlar çağdaş popüler kültür endüstrisinin göz ardı edilemez ürünleri olarak sanatçılar için birer ilham kaynağına dönüşmüş fakat bu süreçte interaktivite ve oyunsal deneyim gibi anahtar özelliklerinden büyük oranda arındırılmışlardır. (Sezen, 2013: 8).

Postmodernist süreç, bir sanatta bölünme dönemidir. Hegel'in 'sanatın sonu' teorisi, sanatın cismini aşıp salt düşünce, yani felsefe haline geldiğinde, sanatın sona ereceği yönündedir. Bu, içeriğin bağımsız bir var oluşa girmesi ve duyulur cisimleşmesini geride bırakmasıdır (Denizel, 2012: 112). Bu konu üzerinde yapılan tartışmalara ve araştırmalara göre fotoğraf, resim, görseller, videolar vb. içeren her şeyin sanat olarak algılamak mümkündür. Sanat duyguların ve düşüncelerin göstermenin, anlatmanın ve hissettirmenin en iyi yoludur. Buna göre bilgisayar oyunları, evrim sürecinin ilk aşamasında olduğu için bölünmeye uğramadan, düşüncenin formu aşıp ön plana çıkmadığı tek sanatsal estetik biçimi olarak ortaya çıkar. Bununla birlikte hepsinin girişi, gelişmesi ve sonucu vardır. Buna bütün macera, aksiyon, rol yapma ve strateji oyunları dâhildir (Denizel, 2012: 12).

Özellikle 1990'ların sonu ve 2000'lerin başında etkili olan oyun sanatı anlayışı dijital oyunların sanatsal anlamda değerlendirilmesine yönelik önemli örneklerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu örnekler dijital oyunların eğlence sektörü dışında da kendilerine yer bulabileceklerinin ilk işaretleri olarak görülebilirler (Sezen, 2013: 136). Dijital oyunlar birbirlerinden farklıdır ister yapısal olarak ister içeriği, oyunda bulunan karakterlerin dış görünüşleri ve hedefe ulaşma yolları da az bile olsa farklıdır, fakat oyunların hepsi tamamen iyi grafiksel ve multimedya yöntemlerle yapılmaktadır. Oyunlarda olan sanal gerçekliği ve oradan aldığı duyguların gerçekmiş gibi yaşamak oyunlar sanatın bir parçası haline getirmiştir. Bu durum yarattığı psikolojik duyumsal etkilerle izleyiciyi kendinin bir parçası haline getirip özdeşleşme psikolojisini tetikleyen özel bir duygusal deneyim haline dönüşmektedir (Denizel, 2012: 113, 114).

Çağlar boyunca oyun olgusu sanatçılar tarafından bir özgürleşme ve aklın sınırlamalarından çıkma hareketi olarak ele alınmış ve benimsenmiştir. Romantiklerden Sürrealistlere, güncel performans örneklerinden bilgisayar oyunu sanatına kadar birçok örnekte bu olgu gözlemlenebilir (Kayserilioğlu, 2020: 7), Sürrealistlerin sanat ve oyunu birleştiren en somut eylemi çeşitli mekânlarda toplanarak kendi aralarında oynadıkları Müstesna Kadavra adlı oyundur (2020: 11). Oyunların strüktürel ve içerik yapıları onların farklı sanat dalları ile ilişkilendirilmesine neden olmuştur. Bugün içerisinde bilgisayar oyunlarının, tıpkı sinemanın yeni keşfedildiği dönemde yaşamış olduğu gibi, sanat olup olmadığı bilinçli çevrelerce tartışılmaktadır. Ve tıpkı sinemada olduğu gibi, yakın zamanda bu durum akademik çevrelerce kabul edilecek ve bilgisayar oyunlarının sanatın yeni evresi olduğu evrenselleşecektir (Denizel, 2012: 135).

Bilgisayar oyunlarının sanat olma iddiasının en büyük destekçisi, onun yeni bir sinematografi modeli olması niteliğidir. Sinema kendinden önceki sanatları aynı etmen üzerinde kombine eder ve çıkış noktası hareket olan bir sentezi ortaya koyar. Bilgisayar oyunları ise bu sentezi kopyalar ve içine izleyici/oyuncu tarafından kontrol edilebilirlik olgusu, yani interaktiviteyi koyar (Denizel, 2012: 140). Oyunların sanatsal yönleri üzerinde tartışmalar devam etmektedir. Bazı araştırmacılara göre oyunlar eğlence aracı olarak görülüp insanları iyi vakit geçirmek

içindir, araştırmacıların diğer taraf ise oyunların multimedya yaratımlar ve sanal gerçekliğinden dolayı oyunların sanatın bir parçası olduğunu kabul etmekte. 2000'li yıllarla beraber gerek tasarımcıları gerekse de dijital oyun kuramcıları tarafından sanat oyunu örnekleri olarak adlandırılan yapıtlar bu prosedürel dili eğlence sektörünün hedeflerinden farklı amaçlarla kullanmışlar ve dijital oyunları sanatsal ifadenin bir aracı olarak konumlandırmışlardır (Sezen, 2013: 144).

18. yüzyıldan itibaren sanat alanında belirgin olarak oyunsu öğeler kullanılmış ve yüceltilmiştir. Günümüzün disiplinler arası çalışma ortamında ise bu ilişki devam ederek, çağdaş sanat ve bilgisayar oyunu sektörünü kesiştirmiş, iki tarafından da birbirinden faydalanıp öğrendiği, deneysel olarak gelişen, yeni üretimlere açık bir pozisyona getirmiştir (Kayserilioğlu, 2020: 31). Bilgisayar oyunları yalnızca sanatın yeni evresi değil, aynı zamanda sinematografik evrimin de bir sonraki basamağıdır. Belirtilmiş ve saptanmış olan tüm etmenlerden hareketle, bilgisayar oyunlarının sanatın yeni evresi olarak kendini ortaya koyduğu, herhangi bir göreceye yer bırakmayacak şekilde, yani tümenlik dâhilinde kendini ispatlamaktadır (Denizel, 2012: 140).

2.1.2. Dijital Oyunların Özellikleri

Bilgisayar dolayımı yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan dijital oyun kültürü, alınyazında edebiyat, roman, film gibi metinler olarak görülmüş ve anlata bilim kapsamında incelenmiştir. Anlata bilimin en temel kavramı ise elbette anlatıdır (Akbulut, 2009: 46-47). Yaşadığımız teknoloji çağında sürekli karşımıza çıkan eğlence aracı olarak görülmüş oyunlar birbirlerinden farklıdır ve her oyunun kendi hikâyesi var. Oyunların bazıları gerçek tarihlere dayanarak yapılmış, bazıları ise tamamen hayal gücüyle kurulmuş sadece eğlenme aracı olarak ortaya çıkarılmıştır. Barmanbek'e göre, Bilgisayar tabanlı oyun endüstrisi artık, etkileşimli eğlence endüstrisi' olarak adlandırılmaktadır, başarılı oyun tasarlayabilmek için öncelikle bir oyunun ne olduğunu anlayabilmek ve günümüzde popüler olan diğer medya/ortamlarla arasındaki temel benzerlik ve farklılıkları iyice içselleştirmek gerekir (2009, 96-97).

Eskiden oyun kelimesini duyunca sadece sokak oyunlar aklımıza gelirdi, insanlar gerçek hayatta yüz yüze gelip birbirleriyle iletişim kurarak uydurmuş oyunlar oynamaktaydı, dijital oyunlarla geleneksel oyunla ortak alan ise her ikisi de insanın eğlendirme, bir etkinliğe katma amacıdır. Teknolojilerdeki baş döndürücü hız, mobil ortama geçiş, oyun konsollarındaki görsel ve işitsel kalitenin artması haliyle dijital oyun pazarını inanılmaz şekilde büyüttü (Tanşu, 2017: 129).

Oyunlar çağın gereksinmelerine göre değişmekte ve çeşitlenmektedirler, günümüzde sokakta oynanan oyunların türünde büyük bir azalma olduğu, geleneksel oyunların birer birer yok olduğu ve bunun yerini bireylerin kapalı alanlarda oynadığı dijital oyunların aldığı artık bilinen bir gerçekliktir (Akbulut, 2009: 74). Dijital oyunlardaki tasarım ve ilgi çekici multimedya yaratımlar insanlarda heyecan uyandırıyor. Böylece oyunu oluşturan bakış açısı, oyun dünyası yoluyla kurulan bir bağlama oturur ve bilgisayar başındaki kişinin konumundan çıkıp sözgelimi adalet savaşçısı bir şövalyenin, soğukkanlı bir generalin ya da bir kanun kaçağının bakış açısı oluverir (Fidaner, 2009: 172).

Huizinga, oyunun temel özelliklerinden bahsederken en önemli olan ‘özgürlük’ özelliği ortaya çıkarmaktadır, oyun boş zamanda yetişkin ve sorumluluğu alan insanların tarafından serbestçe oynanır. Bu özellikle yakından bağlantılı ikinci özelliği şudur: oyun “olağan’’ veya “gerçek’’ hayat değildir. Oyun gerçek hayatın dışına çıkıp kendine özgü doğası olan geçici bir faaliyet alanına girmektedir (2018: 19). Günümüzde oyunlar sadece bir eğlenme faaliyeti olarak görülmektedir, insanlar oyunlar eğlenmek, vakit geçirmek için oynarlar, dolayısıyla oyuncular için oyunun etkilerini görmek zor oluyor, bu etkiler sonradan gerçek hayatta da yer almaktadır. Huizinga’ya göre, her oyun herhangi bir anda oyuncuyu alıp götürebilir. Oyunla ciddiyet arasındaki karşıtlık her zaman değişkendir. Oyunun bayağılığı her zaman ciddiyetin üstünlüğüyle dengelenir. Oyun ciddiyete dönüşür, ciddiyet de oyuna (Huizinga, 2018: 19).

Dijital oyunlar beraberinde sanal bir dünyada yaşamayı, farklı psikolojik unsurları ve kullanım bileşenlerini de getirmektedir. Sanal dünyada yaşam kullanıcıların sanal ortamda sahip oldukları karakterler ve kendilerine alternatif bir

dünya yaratma çabalarıyla ilişkilidir. Tıpkı gerçek dünyada olduğu gibi, kullanıcıların sanal dünyada da kendilerine özel bir yaşamlara olacak, bireyiler belirli görevleri veya işleri yerine getirecek, zaman ile gelişim gösterecek, diğer karakterler ile gruplar kuracaklardır (Bostan, 2011: 160). İnsanları oyuna çeken en önemli özelliği de oyundayken tüm duyguların ve isteklerin sanki gerçek hayattaymış gibi yaşamaktır, Oyunları her zaman ilginç kılan diğer özellik de karakter yaratmaktır.

Bostan'a göre, birçok bilgisayar oyununda, kullanıcıların ilk yapmaları gereken kendilerine sanal karakter yaratmaktır. Karakter yaratmada ilk adım, sanal karaktere bir isim vermek ve cinsiyetini belirlemektir (2011: 161). Ondan sonra oyuncu bu karakterin görünüşleri ve yeteneklerini sınıfa göre kendisi karar veriyor, karakter oluşturduktan sonra sanal dünyada yeteneklerini kullanılmaya ve geliştirmeye çalışmaktadır. Dijital oyunlarda oyuncuların tamamını memnun edebilmek için farklı teknikler kullanılmaktadır. Bu tekniklerden ilki, oyuncunun zorluk seviyesini kendisinin belirlemesine izin vermektir. Bir diğeri ise, sistemin kendi zorluk derecesini oyuncunun gelişim süreci içerisinde otomatik olarak belirlemesidir (Bostan, 2011: 168).

İlk dönemler single-player olarak Grand Theft Auto, Need For Speed vb. oyunlar oynanıyordu. Bu dönemlerde bilgisayarların azlığından dolayı bu oyunları oynamak isteyen kişiler internet kafelerdeoynanıyordu. Bu internet kafe ortamları yeni bir ortamları oluşturuyordu. Çünkü oyun oynamak için giden insanlar orada toplanıp yeni bir kültürel ortama sahip oluyorlardı. Bu internet kafe ortamları 3.3.2. bölümünde daha detaylı halde işlenecektir. Bu dönemde sadece single değil artık yeni bir ortam daha oluşuyordu. Oyunlar içerisinde yeni bir topluluk ağı çevrimiçi oyunlardır. MMO tarzı olarak çıkan bu oyunlar farklı mahallelerdeki, illerdeki, ülkelerdeki insanlarla beraber oynama şansını veriyordu. (Şirin, 2017: 11). İnsanlar tarafından oyunlara karşı ilgi artması oyun şirketleri cesaretlendirmiş ve ortaya yeni tür oyunların oluşturulmaya başlanmıştır. Bunlar;

- *Single Player* (SP) – tek kişilik oyunlar.
- *Massive Multiplayer Online (MMO)* – bir oyunu birkaç oyuncu tarafından oynanabilecek oyunlar, çoklu oyunlar türü.

- *Rol Pplaying Game (RPG)* – bu tür oyunlarda oyuncu karakteri kendi oluşturabiliyor ve nasıl ilerlemek istediğine dair kararlar kendi alabiliyor;
- *First Person Shooter (FPS)* – bu tip oyunlar, karakterin gözünden oyunun dünyasına baktığımız türe mensuptur.
- *Real Time Strateji (RTS)* - Size verilen bir haritada var olan kaynakları en iyi şekilde yöneterek, ekonomik ve askeri yönetim arasında denge kurarak karşınızdaki rakibi yenmek için çaba sarf ettiğiniz oyun türüdür.
- *Multiplayer Online Batter Arena (MOBA)* – savaş ve strateji oyun türüdür ve burada birkaç oyuncu ayını anda oynayabilme fırsatı bulunmaktadır, günümüzde en popüler olan oyun türü diyebiliriz. (https://www.merlininkazani.com/oyunlar-turler-terimler-ve-biz-makale-35849?sayfa=2, erişim tarihi: 17.05.2022).

MMO ve MMORPG oyun türleri hızla yükseliyordu. Çünkü single-player oyunlar sadece oyunun hikâyesinin belirlediği kadar ilerleyebildiği için oyunun tekrar oynanması yerine çevrimiçi ortamları seçiyordu. MMORPG tarzı oyunların kattığı karakterini geliştirme ve çevrimiçi ortamda bu karakterlerini yönetebilme sahipliği oyuncuların oynama isteğini arttırıyordu. (Şirin, 2017: 11). Oyun türlerine dair kategorilerin birbiriyle kesişiyor, bir oyunun çok sayıda farklı kategoride ele alınabiliyor olmasının temel nedeni türleri oluşturan temel prensiplerin keyfi olmasıdır (Demirbaş, 2015: 365). Oyunların çoğu birkaç türden oluşmaktadır, bir oyun oyunun farklı türleri kapsamaktadır, zevki ve ilgi alanı farklı olan oyuncular için bu oyunlar en uygun görünmektedir. Bu şekilde tasarlanmış oyunlara birbirlerinden tamamen farklı oyuncular katılıp farklı hedefleri koyarak oynayabilmektedirler. Öğrenilmesi gereken becerilere göre oyunlar, oyuncunun başarılı olabilmesi için gereken beceri ve tecrübeye göre zor oyunlar ve kolay oyunlar olmaz üzere ikiye ayırmaktadır. Zor oyunlar oyunda deneyim kazanmak için uzun zaman gerektiren oyunlar olarak ifade edilirken, kolay oyunlar ise oyunda deneyim kazanmak için ortalamadan az zaman harcandığı oyunlardır (Öcal, 2016: 61-62).

Oyunlarda en önemli olan oyuncudur, oyunların türleri olduğun gibi oyuncuların da türleri vardır, oynadığı oyuna göre oyuncunun türü belirtmek mümkündür, bunlar:

- *Casual Gamer* – giriş seviyesindeki olan yanı yeni başlayan oyuncu türüdür, bu tür oyuncular oyunla ilgili fazla bilgi bilmeyip oyuna fazla zamanı ayırmamaktadır, bu tür oyuncu grupta genellikle çocuklar, yetişkinler girmektedir.
- *Hardcore Gamer* – bu tür oyuncular oyunun derinlemesine bilge ve becerisine sahiptir. Oynamadıkları oyunu çok azdır ve oynadığı oyunların tüm gizli tarafları çözüp ortaya çıkarmaya çalışmaktadırlar. Bu tür oyuncular oyunla yatıp kalkan gruptur.
- *Professional Gamer* – bu tür oyuncular oyunların her tarafı üst düzeyide bilen oyunculardır. Sürekli turnuvalara katılıp oyunlardan para kazanmaktadırlar. Oyunların üzerinde sürekli test yapan ve yeni becerileri keşfeden oyuncular türü onlara programer de denir. (https://www.merlininkazani.com/oyunlar-turler-terimler-ve-biz-makale-35849?sayfa=7, erişim tarihi: 19.05.2022).

Dijital oyunların iç dinamikleri hakkında düşünürken belki de ilk üzerinde durulması gereken nokta onların çok katmanlı ve çok yönlü bir yapıya sahip oldukları gerçeğidir (Sezen, 2011: 120). Dijital oyunlarla birlikte günden güne yeni kavramlar otaya çıkmaktadır, bu kavramlar dijital oyunların veya oyuncuların özellikleri, hareketleri, karakteri, hedefleri vb. kapsamaktadır. Bunlardan Çok popüler olan sanal gerçeklik kavramı dijital oyunlarda karakter ve heyecan, gerçeklik yaratmaktadır. Sanal gerçeklik ve dijital oyunlar benzer özellikleri paylaşan iki alandır. Sanal gerçeklik buradaki hıssını arttırmak amacıyla kullanılırken, dijital oyunlar ise eğlence aracı olarak kullanılmaktadır (Öcal, 2016: 67).

2.1.3. İnsanların Dijital Oyunları Oynama Nedenleri

"İnsanlar, yaptıkları işten zevk alamıyorlarsa nadiren başarılı olabilirler''

Dale Carnegie

Oyun, kültürden bile daha eski bir kavramdır. Çünkü oyun yalnızca insana özgü bir etkinlik değil, aksine insan öncesi dönemlerde eğlenme, zevk alma, rekabet, yarışma, temsil ve hoşça vakit geçirme güdü ve davranışlarını yansıtan kültür-ötesi bir eylem biçimidir (Huizinga, 2013: 16-48). Ancak canlıları oyun oynamaya iten güdü ya da güdüler üzerinde yoğunlaşan araştırmalar, fizyolojik ya da psikolojik etkilerin bir arada incelenmesi gerektiğinin altını çizmektedir (Çavuş, Ayhan ve Tuncer, 2016: 269). Oyunlar, kimi zaman toplumu bilinçlendirme amaçlı, kimi zaman da ticari kurumların ürünlerinin satışını arttırmak ya da siyasi eylemlerin meşrulaştırılması amacıyla geliştirilmektedir (Öcal, 2016: 72).

Prensky, oyunlarda olan 12 bileşenden bahsetmektedir, bunlar: (2001: 1).

1. oyunlar, bireylere zevk ve keyif veren eğlencenin bir biçimidir;
2. oyuncunun hırs ve istekle oyuna katılımı sağlanır;
3. oyunun yapısını oluşturan kurallar vardır;
4. oyunda isteklendirme sağlayan amaçlar vardır;
5. oyunlar etkileşimdir ve oyunculara yapıyor hissi verir;
6. oyunlar, oyuncunun ilerlemesine göre ayarlanabilir;
7. oyunlar sonuçları ve geribildirimleri oyunculara göstererek öğretir;
8. oyunlarda kazanma isteği kullanıcıların egolarını tatmin eder;
9. oyunlarda heyecanı artıran mücadele, yarışma, meydan okuma ve rekabet vardır;
10. oyunlarda yaratıcılığı geliştiren çözülmesi gereken problemler vardır;
11. oyunlarda sosyal bir grupla etkileşim imkânı sağlanır;
12. oyunlar bireylere sundukları hikâye ve rollerle, sürecin bir parçası olarak oyuncuların duygularını harekete geçirirler.

Bireylerin gerçeklik algısını yanıltabilecek seviyelere ulaşan sanal gerçeklik, sinemadan oyun endüstrisine kadar birçok alanda teknik gelişimini sürdürmektedir. Sanal gerçekliğin en bilinen kullanım alanlarından biri olan dijital video oyunlarıdır (Topal, 2015: 2). Oyunlarda oyuncuların dikkatini çekmek için kullanılan yöntemler, özellikle oyunların sanal gerçeklik yönü ve onun sayesinde duyguları gerçekmiş gibi yaşama fırsatı sunmak oyun sektörüne istediği sonucu ele almasına yardımcı

olmakta. Kullanıcılar yeni nesi teknolojilerle kimi zaman simüle edilmiş bir ortamda kimi zaman da gerçek dünya görüntüsüyle ve bireylerin duygularına göre şekillenen ortamlarda oyun oynarken gerçeklik hissini yaşamaktadırlar (Öcal, 2016: 73).

Geçmişten bugüne dek dijital oyunların ve oyuncakların insan yaşamındaki önemi tartışılmazdır. Eskiden daha çok çocukları eğlendirip, zamanın hızlı geçmesini sağlayan bir unsur olsa da, günümüzde oyunlar bir sektör haline gelmiştir (Ataş, 2018: 1). Teknoloji gelişmeler ve onunla birlikte hayatımızda gelen değişiklikler yaşam tarzımızı son derecede değiştirmektedir. İnsanlar bu yeniliklere ayak uydurup günün önemli bir parçası haline getirmekte. Oyunların dijital ortama aktarılınca yeni oyunlar ve türlerine göre oyunlar çıkmıştır. Strateji, savaş, spor, giyim, life style, aksiyon, fantastik vb. oyun türleri ortaya çıkmıştır. Bu da oyuncuların istediği türde oyun oynama türüne sahip olmasını sağlamaktadır (Şirin, 2017: 11).

Çevrimiçi türü oyunların gelmesiyle başlayan bu toplum oyun içerisindeki farklı milletten, farklı ülkeler ve şehirlerde yaşayan insanların tıpkı internet gibi küreselleşme yaşanmış ve oyun içerisinde yeni bir toplum oluşmuştur. Oyunu oynayan kullanıcılar kendi aralarında anlaştıkları üyelerle birlikte ortam kurup beraberce oynamaya başlamışlardır (Şirin, 2017: 12). Özellikle sanal gerçeklik ortamları sunan araçlar, kullanıcılara farklı dünyalar sunabilmektedir, Sanal ortam iletileri üzerinde kullanıcıların denetimi artmakta ve kullanıcılar ara yüzler sayesinde deneyimlerin bir parçası olmaktadır (Yengin, 2010: 8, 9).

Çavuş ve Ayhan tarafından bilgisayar oyunları üzerinde yapılan araştırmaların sonuçlarına göre, oyunlar oynamanın nedeni sorulduğunda kızlar “zaman öldürmek” ve “stres atmak” seçeneklerinde yoğunlaşmaktadır. Erkek öğrenciler ise “kendi oyuncu karakterimi oluşturmak ve seviyesini yükseltmek”, “kendimi diğerlerinden üstün hissetmek” ve “oyunlarda seviye vs. satarak para kazanmak” seçeneklerine ağırlık vermektedir (2016: 280).

National Dong Hwa Üniversitesi’nde yapılan bir çalışma, oyun oynamaya devam etmek istenip istenmediği konusunda memnuniyetin ve akış tecrübesinin önemli bir rol oynadığını tespit etti. Daha önce belirtildiği gibi, akış ve eğlenceye

ilişkin faktörler arasında oyun öyküsü, grafikler ve kontrol bulunur. Bunların hepsi oyunun sürekliliği için katkıda bulunur. Oyun oynamanın sosyal yönü de çok önemlidir. Özellikle çok oyunculu ve çevrimiçi oyunlarda, bir kişi çokça başarı sağladıysa, kabul gördüyse ya da oyuncularla birçok bağlantı kurduysa, bunlar bir kişinin oyun oynamaya devam etmesinde önemli bir rol oynar (http://libidodergisi.com/insanlar-neden-bilgisayar-oyunu-oynarlar/, erişim tarihi: 22.05.2022). Ayrıca dijital oyun materyalinin çoklu görevlendirmesi de oyuncuların birden fazla medyaya ulaşılabilir olmasına imkân tanımakta, bu durum ise oyuncular tarafından birden fazla medya akışını eş zamanlı olarak kullanmasına yardımcı olmaktadır (Sağlam ve Topsümer, 2019: 489).

Her oyun bir çerçeve, bir bakış açısı sunar. Bu çerçeve, karşınıza çıkanı vurmanız gereken bir at gözlüğü ya da kocaman şehirleri göz kırpmadan darmadağın ettiğiniz bir "bir tepeden'' da olabilir, kendi seçimlerinizle yol verdiğiniz bir macera da (Fidaner, 2009: 171). Tüketici ve üretici arasında kalın çizgilerin olduğu sinema gibi ortamların aksine, bilgisayar oyunu oynamak çoğu zaman oyun geliştirme ya da oyuna katkıda bulunma isteğini tetikleyen bir deneyimdir (2009: 172). Oyun otantikliği içinden çıkıp, tüketim kültürünün isterleri doğrultusunda örgütlenmiş gibi gözükmektedir. Aynı zamanda yaratıcı zihnin, hayatın her alanına uyguladığı bir faaliyet olmaktan çıkıp, örgütlü hayatımızın eğer çalışmaktan vakit bulabilirsek gerçekleştirebileceğimiz bir şey haline geliyor. Oyun ve oyuncu profesyonel ilişkiler içinde kendisini var edebiliyor (Yılmaz, 2005: 265).

2.1.4. Dijital Oyunların İnsan Üzerindeki Etkisi

Dünyada toplumsal anlamda dijital bir sürece girildiğinin başlangıcı olarak 2000'li yılları göstermek mümkündür. Yeni iletişim teknolojilerinin ve bu teknolojileri kullanan insan sayısının 2000 yılı sonrası bir hayli artması toplumların medya ve haberleşme sistemlerinde oluşacak değişimle dönüşüme uğrayacağının habercisi olarak görülmüştür (Eyüpoğlu, 2017: 104). Teknoloji gelişmeler insanı doğrudan etkilemekte, uzak durmak istersek de mümkün gözükmemektedir. Karşımıza çıkan akıllı telefonlar ve teknolojik cihazlar insanları kendi doğru çekmekte ve yaşam tarzının ayırılmaz bir parçası haline gelmektedir. Bilgisayar ve

mobil teknolojilerin gelişmesi ile hayatımıza daha da nüfuz eden dijital oyunlar hem insan üzerinde yarattığı olumlu hem de olumsuz etkiler bağlamında ele alınmaktadır.

Teknoloji gelişmeleriyle birlikte ortaya çıkan dijital oyunlar insanların ilgisini çok kısa bir zamanda kazanmıştır, özellikle son zamanlarda dijital oyunlar her insanın hayatına bir şekilde girmektedir. Oyun çocukların en önemli uğraşı olarak kabul edilir. Çocuğun yaşına ve gelişimine uygun olarak erişilebilir, basit, çok yönlü, katılımcı, işlevsel ve eğlenceli özellikleriyle çocuğun gelişiminde büyük etkisi olduğunu kabul edilmektedir. Çocuklar oyun oynarken problem çözme, keşfetme, düşünme, akıl yürütme, paylaşma, iletişim, güç, denge, koordinasyon ve öz düzenleme gibi beceriler kazanırlar (Bal, 2021: 134).

Dijital oyunlar, çocuğa gerçek yaşamda var olan döngüleri anlayabilmesi, deneyim elde edip adapte olabilmesi açısından zengin olanaklar sunmaktadır. Genel anlamda oyun, çocuğun fiziksel, psiko-motor, bilişsel, duyuşsal ve sosyal yönde gelişimini sağlayan hayatı bir ilaçtır (İgit, 2019: 41). Çocuklar için en iyi sosyalleşme yöntemlerinden biri olan oyunlar, onlara yaparak-yaşayarak öğrenme fırsatı sunmakla birlikte içinde bulundukları sosyal çevreyi algılama ve keşfetme bakımından da önemli bir araç görevi görmektedir (Uysal ve Eren, 2019: 113).

Video oyunların insanlar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerin kişiye, oyuncuya, kullanıcıya bağlı olarak değişebileceği ifade edilmektedir. Yetişkin insanların tarafından kendi sınırlarını belirtmek mümkündür, fakat konu çocuklara gelince onların zayıf psikoloji ve karakteri olması göze alınmak gerekmektedir. Araştırmacılar tarafından oyunların insan üzerinde etkileri hakkında endişe edip ortaya üç temel soru çıkarılmaktadır:

1. Video oyunlar zararlı mıdır?
2. Şiddeti içeren video oyunlar oyuncuların gerçek hayatta yer bulmakta mı?
3. Video oyunlar bağımlılık yapar mı?

Bu konu üzerinde yapılan araştırmaların sona ermediğine rağmen araştırmacılar tarafından oyunların, zararlı olduğunu, bağımlılık yaptığını ve orda

yaşadığı hareketlerin gerçek hayatta da uygulandığına dair sonucu ortaya konmuştur (https://intermedia.ge, erişim tarihi: 19.05.2022).

Dijital oyunların kullanıcılar üzerindeki en önemli olumsuz etkisi, psikolojik ve fizyolojik bağımlılık boyutudur. Dijital oyun bağımlılığı; sosyal veya duygusal sorunlara neden olduğu halde, kişinin bilgisayar ya da video oyunlarını aşırı şekilde kullanması ve bu aşırı kullanımı kontrol edememesi şeklinde tanımlanabilir (https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/dijital-oyunlar-ve-bireyler-uzerindeki-etkileri, erişim tarihi: 19.05.2022).

Dijital oyunlara yönelik yapılan çalışmalarına göre, oyunların sadece eğlenme değil ikna edici gücü de vardır, oyunların içeriği ve anlatımı insanın zihnine girmeye çalışmaktadır. Dijital oyunlar ve retorik perspektif ilişkisi, dijital oyunların sağladığı eğlence işlevinin çok ötesinde, oyunlara yönelik olarak psikolojik bir bağlılık yaratma ve sosyalleşme ile ilişkili olarak gelişmektedir (Dağlı, 2011: 58). Burada oyuncular bambaşka bir dünyada kendilerini bulmakta, yaşadığı duyguları özgürce ifade edebilmekte, bu da oyunun ikna edici olabilme gücüne göre değişiklik göstermektedir. Bilgisayar oyun, bireylerin zihin haritalarını karıştırmasına, yeni alanlar açmasına, eski anlamları yeni ile değiştirmesine, iyileştirmesine imkân tanımaktadır (İgit, 2019: 42).

Oyunların çocuklar ve yetişkinler üzerindeki etkilerle ilgili çok sayıda örnekler karşımıza çıkmaktadır. Bunun bir örneği olarak Amerika'da bulunan Konektikut adlı okulda üst üste gerçekleşen ve birbirlerine benzeyen trajedilerin örneği gösterebiliriz. 2014 yılın 14 aralık tarihinde gazetelerde ,,Amerika'da bir okulda gerçekleşen trajedilere sebep olan kişi Braveik'in oynadığı oyunu oynuyordu'' başlıklı makaleler ortaya çıkmaya başlamıştır. Yazıda: ,,26 yaşındaki Adam Lanza, Norvejya'lı teröristin Adam Braveik'in en sevdiği Call Of Duty adlı oyunu oynuyordu'' Oyundaki kahramanın amacı düşmanların yok etmesidir. Otizm hastalıklı olan genç bilgisayara çok fazla zaman harcayıp gibi bu oyunu oynamaktaydı (http://education.ge/index.php?do=definition/view&id=2182, erişim tarihi: 19.05.2022).

Son zamanlarda ortaya çıkan yeni oyunlarda cinsellik söz konusu olmuştur, iki tür oyunlar çıkmaya başlamıştır: 'kız oyunları' ve 'erkek oyunları'. Bu oyunlara baktığımızda erkeklere, savaş ve şiddet oyunları dayatılırken; kız çocuklarına, kız giydirme, makyaj, kuaför oyunları, oda-ev oyunları, gelinlik-kıyafet, prens-prenses oyunlarının dayatıldığı görülmektedir. Kız çocuklarına çoğunlukla ev, evin odaları veya mutfak gibi kapalı alanlarda oynanan oyunlar sunulurken, erkek çocuklarına park, bahçe gibi açık havada oynanan oyunlar sunulmaktadır. Kızlar için "güçsüz", erkekler için ise "güçlü" imajı oluşturulmaktadır (https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/dijital-oyunlar-ve-bireyler-uzerindeki-etkileri, erişim tarihi: 19.05.2022). Dijital oyunlarda da kadın karakterlerin seyirlik nesne olarak sunulmaları, onları adeta tüketilmek üzere sergilenen birer metaya dönüştürmektedir. Teknolojinin ve dijital oyun dünyasının da erkek egemenliği altında bir ortam olması kadınların sanal uzamda yine erkek bakış açısı ile yer almasına yol açmaktadır (Atlı, 2020: 40).

Kocatürk ve Kaya, Dijital Nesillerin Teknoloji Bağımlılığı kitabında çevrimiçi oyunların içerikleri ve oyun başında geçirilen sürelerin takip edilmesinde ebeveynlerin rolünden bahsetmektedirler. Çocukların ve gençlerin dijital oyunlarda ve dijital platformlarda güvenliğinin sağlanmasında ebeveyn farkındalığı sorumluluk almada öne çıkan bir konudur. Bundan yola çıkarak dijital ebeveynlik kavramı ortaya çıkıyor. Dijital ebeveynlik, ebeveynlerin çocuklarına ebeveynlik yaparken dijital medya araçlarının sıradan insanın hayatında artan kullanımını da dikkate almasını; bir başka ifade ile çocuklarının sadece gerçek ortamda değil aynı zamanda sanal ortamda da bakımını üstlenmeleri ve onlar büyüyüp yetişmeleri ile ilgilenmeleri anlamına gelmektedir (Kocatürk ve Kaya, 2019: 39, 40, 41).

Dijital oyunlar özellikle çocukların hayatın ayırılmaz bir parçası olmuştur, araştırmalara göre dijital oyunlara bağımlılığı oyunculardaki davranışların, duyguların ve konuşma tarzında değişiklikler getirmektedir. Dijital oyun bağımlılığı "çocukta sosyal ve/veya duygusal sorunlara neden olduğu halde, çocuğun bilgisayar ya da video oyunlarını aşırı düzeyde kullanması ve çocuğun aşırı düzeyde kullanımı kontrol edememesi'' şeklinde tanımlanabilir (Yıldırım, 2019: 79). Heyecan yaratma, adrenalin, istediğin karakteri oluşturabilme, oyun ortamını kendine göre değiştirme

vb. özellikleri oyuna bağımlılığın nedenleri olmuştur. Çocukların teknolojik aletleri kullanma amaçlarını belirlemeye yönelik çalışmalara bakıldığında çocukların eğlenmek ve oynamak için teknoloji araçları kullandıklarını görülmektedir (Eskidemir ve Şahin, 2019: 95).

Dijital oyunlara bağımlılık kısa bir sürede gerçekleşemez, psikologlara göre bunun belli bir süre var ve o süre içerisinde eğer oyuncu devamlı olarak oyun oynuyorsa ondan sonra bağımlılık söz konusu olur. Bağımlılık insan hayatını tamamen değiştiren bir şeydir, fakat bunu neye bağımlı olduğuna göre değişmektedir. Oyun bağımlılığı insanın davranışları, duyguları ve hayat ritmi belirtir. Eğer oyun, oyuncunun hayatın en önemli unsursa ve her şeyden önde geliyorsa, bununla birlikte en az on iki ay boyunca oyuna zaman ayırıyorsa, ancak o zaman bağımlılık denilebilir (https://netgazeti.ge/news/287123/, erişim tarihi: 20.05.2022).

Teknoloji kadar toplumsal, ekonomik ve politik kaygılar da oyunların gelişiminde etkili olmaktadır. Oyunlar kimi zaman toplumu biçimlendirme amaçlı, kimi zaman da ticari kurumların ürünlerinin satışını arttırmak ya da siyasi eylemlerin meşrulaştırılması için geliştirilmektedir (Öcal, 2016: 72). Oyunlara git gide ilgi artması ticari alanları tarafından kendi çıkarları için oyunları kullanılmasına neden olmuştur, oyunlar üzerinde malları ve ürünleri tanıtma sıklıkla yapılmaktadır, insanlar oyundan hem zevk hem de bazı şirketleri tarafından üretildiği ürünlerle ilgili bilgi almaktadırlar.

Dijital, video ve bilgisayar oyunların iletişim kurma, bilgi iletme ve bir mesajı gönderme aracı olarak kullanılmaktadır. Dijital oyunların üzerinde gerçekleştirilen bir tüketici davranışının sebebi, arzunun dışa vurumu ve ayırt edici göstergeler üzerinden kültürel değerler bütünün üretilmesidir, dijital oyunlar bugün tüketicileri için aynı zamanda bir arzu nesnesi durumundalar (Batı, 2011: 9). Bu mesajlar genelde belli bir ürünün ya da olayın halkça tutulmasını arttırmak için verilmektedir. Dijital oyunlar, yeni ekonomik üretim alanları ortaya çıkarmakta, bununla beraber hızla büyümekte ve yeni istihdam alanları yaratmaktadır. Bu yeni istihdam alanı yaratıcı işçilerin üretim alanı haline gelmektedir (Atlı, 2020: 16). Gelişen teknoloji

ve bilgisayar oyunlarına artan bağımlılık nedeniyle mesajlar, oynanan dijital oyunlarda bile insan zihnine aşılanabiliyor. Günümüzde oynanan birçok oyunda maalesef bu tehlike görülmektedir. Oyunların çoğu İnsanların zihnine savaş, din ve cinsellik gibi konularda mesaj göndermeyi hedeflemektedir (Ataş, 2018: 8).

2.2. GÜNÜMÜZDE OYUNLARIN EĞİTİM VE İŞ AMAÇLI KULLANIMI

Eğitim, bir kişinin yetenek, tutum ve diğer davranış biçimlerini geliştirdiği ve öğrendiği süreçlerin tümüne veriler genel tanımdır. Tüm hayat boyunca devam eden ve ortam bağımsızdır; öğretim, eğitimin alt kümesidir diyebiliriz. Eğitim, herhangi bir konuda kendimizi geliştirmek amacıyla yaptığımız her tür öğrenme aktivitesini kapsar (Yılmaz, 2015: 229). Yetişkin eğitimi artık çoğunlukla teknoloji cihazlarla sınıf ortamları yerine mobil ortamlarda gerçekleştirmekte ve sanılanın aksine çok daha etkili ve eğlenceli olabilmekte. Burada oyun ortamlarının kullanımını ve oyunlaştırma tekniklerinin entegre edilmesi çok büyük bir etken (2015: 324).

Teknolojilerin gelişimi ve basit hale gelmesi yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur, bunlar arasında 'yeni iletişim ortamı' kavramı da yer bulmaktadır. İnsanoğlu iletişim gereksinimlerini karşılamak için gördüklerini dönemin teknolojisi kullanarak mağara duvarlarına resimler çizerek gidermektedir, yeni iletişim ortamı; bireylerin iletişim sürecini gerçekleştirdiği, yaşadığı yeni, değişik ya da farklı alan olarak tanımlanmaktadır (Yengin, 2010: 6, 7). Yeni iletişim ortamda kurulan iletişimin ve gerçekleştirilen hareketlerin farklı özellikleri prensipleri vardır, Yengin'e göre bu prensiplerin ve özelliklerin ortak noktası dijitalleşmedir, dijital bu evrenden söz edilmektedir. Yeni iletişim ortamında bulunan nesneler sayısal olarak ifade edilmektedir (2010: 8).

Dijital oyunlar eğitim alanında da yayığın olarak kullanılmaktadır. Oyunların eğlence işlevi dijital oyunların eğitimciler tarafından "oynayarak öğrenme metodunu'' benimsemelerine neden olmakta, gazetecilik, havacılık, tıp, mühendislik alanlarında dijital oyunlardan yararlanılmaktadır (Pazarbaşı, 2019: 265). Oyun tabanlı öğrenme ortamlarında öğrenciler kendi problemlerini kendileri oluşturur. Bu problemlere yönelik araştırma yapar, akranlarıyla iletişime geçer ve sonucunda ilgili

problemi çözerler. Öğrencilerin oyun tabanlı öğrenme ortamlarında kazandıkları en büyük becerilerden bir tanesi de günlük yaşamda sıkça karşılaştıkları problemleri eleştirel bakış açısıyla değerlendirmeleridir (Savaş, Güler, Kaya, Çoban ve Güzel, 2021: 126).

Eğitim alanda oyunların kullanılması zaman geçtikçe daha da yaygınlaşmakta, öğrenme için kullanılacak oyunlar özelliklerine göre seçilmektedir. Oyun tasarımı ise disiplinler arası bir çalışma ile 'oyun' diye tanımladığımız o eğlenceli etkinliği oluştururken kullandığımız oyun elementlerini, anlamlı ve bütünsel bir şekilde bir araya getirme sürecidir diyebiliriz. Dolayısıyla çok kolay gözükse de oyun tasarlamak özellikle eğitsel oyun tasarlamak çok da basit bir iş değildir (Yılmaz, 2015: 11). Dijital oyunlar askeri eğitim alanının da vazgeçilmezi olarak kabul edilmekte ve ABD savaş, savunma eğitimi amaçlı askeri oyunlara büyük oranda yatırım yapmaktadır (Pazarbaşı, 2019: 265).

Bilginin hızlı dolaşımı ve erişim eğitim ve öğretimin nasıl kolay kılınacağı sorusunu gündeme getirmiştir. Böylece insanları eğlendirerek eğitmek, onların fikirlerinden yararlanmak ve onlara problemler çözdürmek için dijital teknolojilerin gelişimi ile beraber oyunlaştırma yöntemi ortaya çıkmıştır (Akçetin, 2013: 127). Var olan oyunların eğitim öğretim ortamlarında kullanılmasıyla ilgili olarak yapılan birçok çalışma varken, oyun tasarımı ile hedef kitleye belli başlı kazanımları edindirme fikri yeni ve heyecanlı bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır (Yılmaz, 2015: 11), dijital oyunlar öğrencinin öğrenme ihtiyacını sağlayarak dersi ilgi çekici hale getirebilir; ancak başarılı bir öğretim gerçekleştirebilmek için oyun tasarımının da eğitime entegre edilmesi gerekmektedir (2015: 11).

Oyunlar belli bir konu, süreç ve amacı içinde barındırır. Bu öğelerin iyi bir olay örüntüsü içinde birleşmesi oyunun niteliğini artırır. Bu nedenle oyun tasarımcıları ya dikkat çekici olay örüntüleri kurgularlar ya da genellikle tarihsel süreç içinde yer alan ilgi çekici tarihsel olayları temel alırlar (Karabağ ve Aydoğan, 2015: 70). Dijital oyunlar, özellikle eğitsel amaçlı kullanılan dijital oyunlar grafik, ses, animasyon, video, 3D objeler, artırılmış gerçeklik gibi unsurları içerdiklerinden yalnızca görsel ve işitsel öğrenmeye katkı sağlamakla kalmayıp, içerdikleri etkileşim,

dijital geri dönütler ve karar vermeye olanak sağlayan mekanizmalar ile öğreneni, öğrenme sürecinin tam merkezine almaktadır (Savaş, Güler, Kaya, Çoban ve Güzel, 2021: 134).

Öğrencilerin içerik tüketiciliğinden içerik üreticiliğine geçişinde çok önemli olarak görülen oyun tasarımı, disiplinler arası bir yaklaşım sunarken, aynı zamanda öğrenciler için eğlenceli ve yaratıcı bir etkinlik olarak da karşımıza çıkıyor. Eğitsel bir oyun tasarlarken oyunun konusuna hâkim olma durumu, öğrenciyi bir anlamda öğrenmeye motive etmekle birlikte, öğrencinin bilgiyi yapılandırmasına da olanak sağlamaktadır (Yılmaz, 2015: 13-15). Dijital oyunlar tüketimle alakalı olarak hedonik bir tüketim biçimi olma özelliği gösterir. Bu oyunları aracılığıyla gündelik hayatını zenginleştirmeye çalışan Post modern birey, nesnel olmaktan çok, öznel semboller aracılığıyla tatmin duygusuna ulaşır (Batı, 2011: 11).

Eğitim oyunları beyin temelli öğrenme için en uygun kurguları sağlayabilecek yapılardandır. Eğitim içeriğin bütünleşmiş edildiği senaryoların ve çoklu uyaranların yanı sıra ortamdaki görsellik ve bazen sanatsal tasarımlar da eğitimde oyunu cazip kılan diğer unsurlardır (Yılmaz, 2015: 235). Pransky, Digital Game-Based Learning kitabında, oyunların sadece çocuklar tarafından değil yetişkinler tarafından da oynanmaktadır. Oyunların günlük kullanımı ve özellikle iş hayatında uygulaması işlerin daha başarılı sonuçlanmasına yardımcı oluyor. Oyunun ve işin birbirlerine karıştırılması işi hem ilgi çekici hem de eğlenceli hale getirmektedir. Prensky, Harward Business School'dan kendi öğrencilerinden bahsederken: onların " Who Gets Called On Bingo'' oyunun oynadıklarını ve oyundaki ulaşılmak gereken amaçların farklı yolları arayarak kendilerini geliştirmelerini ifade ediyor. Prensky'e göre, böylece çocuklar oyunlardan yola çıkarak problemleri çözecek yolları bulup erken yaşta zengin olabilirler (2001).

2.3. OYUNLAŞTIRMA (GAMIFICATION)

Oyunlaştırma kelime babası olan Gabe Zicherman ve Christopher Cunningham tarafından "oyundaki düşünce biçiminin ve oyun kurallarının, kullanıcıların ilgisini çekmek ve problem çözmek amacıyla kullanılması'' olarak tanımlamaktadır

(Yılmaz, 2015: 27). Dolayısıyla oyunlaştırmanın oyun dışı bağlamlarda, rozet, liderlik tahtası, puan gibi oyun bileşenlerinin ve oyunu ilgi çekici, eğlenceli kılan özelliklerin, motivasyonu, performansı, sürdürülebilirliği, sisteme olan bağlılığı arttırmak ve devamında istendik davranış değişiklikleri yaratmak amacıyla kullanılması olduğu söylenebilir (Şenocak ve Bozkurt, 2020: 79).

Yılmaz'a göre, oyunlaştırma süreci üç temel aşamayla gerçekleşmektedir, bunlar Motivasyon, Aksiyon ve Geri bildirimdir. Eğer bu oyunlaştırma tasarımı çalışmıyorsa bu üç unsur tekrar değerlendirilip hangi unsurun değişikliğe veya geliştirilmeye ihtiyaç duyduğu belirlenmeli ve oyunlaştırma tasarımı bu doğrultuda yeniden düzenlenmelidir (2015: 35). Oyunlaştırma, markanıza, işinize ya da organizasyonunuza oyun temelli düşünmeyi uygular. Oyunlaştırma, oyunların en iyi parçalarını (bizi motive eden oyun benzeri mekanizmalar) alır ve bunları belirli davranışları gerçekleştirmemizi teşvik etmek için oyun dışı kuruluşlara uygular (https://www.userspots.com/rehber/ oyunlastirma-nedir-ve-nasil-yapilir, erişim tarihi: 23.05.2022).

Günümüzde, teknoloji gelişmeler, onunla birlikte gelen internetin yayığın kullanımı ve yeni meşguliyet olarak görülmüş dijital oyunlar yaşam tarzımızı değiştirmeye neden olmuştur. Dijitalleşme süreci ve hayatın tamamen robot dünyasında kayması her alanı oyunlaştırmaya itmektedir. Bilinçli iş sahipleri ve pazarlamacılar, oyunlaştırma ögelerini kendi amaçları doğrultusunda kullanmaya başlamışlardır. Oyunlaştırma ögelerini neredeyse her alanda görebiliriz: Eğitim, iş, yaşam koçluğu, uygulamalar ve daha fazlası (https://www.userspots.com/rehber/ oyunlastirma-nedir-ve-nasil-yapilir, erişim tarihi: 23.05.2022). Kurumsal hayat komple oyunlaştırma üzerine kuruludur. İşe girerek herkesin saygısını kazanmak, işteki bir projede öne çıkarak terfi almak, yönetici olarak daha iyi şartlar, büyük bir oda, araba hatta sekreter sahibi olmak, daha çok satış yapıp prim almak gibi. Devamlı bir oyunlaştırma ödül motivasyon dengesiyle birileri bizi oyunda tutmaya çalışmaktadır (Yılmaz, 2015: 40).

Şirketler ve kuruluşlar tarafından oyunlaştırma metotları sık sık kullanılmaktadır, bununla hem şirketin popülaritesi yükselmekte hem çalışan da

memnun kalmaktadır. Örneği; sosyal sorumluluk amaçlı ve çocukları hedefe alan bir oyun kurgusunda bulunmaktayız. Oyunun hedefi diş fırçalamayı çocuklar için daha eğlenceli hale getirmektir ve bunun için GRUSH adlı bir uygulama tasarlanmıştır. Oyunun kurgusu basit bir hikâyeye dayanmaktadır. Oyunda, Dişlerde sanal mikroplar olduğunu gösterilip onları yok etmek için tek bir çözüm dişleri fırçalamaktır. Sonuç olarak, diş fırçalamak baştan bir oyuna, sonra eğlenceli deneyime, devamında se alışkanlığa dönüşmektedir (Yılmaz, 2015: 45).

Oyunlaştırmanın en önemli unsurlarından biri oyunu oynayan oyunculardır. Oyuncular, oyunun bir parçası olmaya gönüllü olan katılımcılardır. Burada her oyuncunun katılımının, beklenti ve isteklendirme aynı olmadığını bilerek başlayabiliriz. Bunun için hedef oyuncu kitlenizi iyi analiz etmelisiniz (Yılmaz, 2015: 110). Oyunlaştırmada en güçlü isteklendirme aracı elbette ödüllendirme ve rekabet unsurlarıdır. Çünkü katılımcıları motive etmek için belirli içsel ve dışsal ödüller sunmak ve bu ödüller için kişilerin harekete geçmesi adına rekabet ortamı yaratmak gerekir. Oyunlaştırma örnekleri kullanıldığı sektöre göre bazı değişiklikler gösterir. Mesela pazarlama faaliyetlerinde müşteri algıları üzerine yoğunlaştırılan oyunlaştırma, eğitimde öğrenciyi öğrenme sürecine katmak ve başarmasını sağlamak üzerine yoğunlaştırılır (https://www.iienstitu.com/blog/insan-kaynaklarinda-oyunlastirma-ornekleri, erişim tarihi: 23.05.2022).

Eğitimde oyunlaştırma için başlangıç okuldaki hocaların espriler yaparak dersi anlatmasıyla başlandı. Daha sonra oyunlaştırma örnekleri git gide çoğalarak teknolojide de boy göstermeye başladı. Eğitim alanın oyunlaştırma uygulamaya geçtikten sonra karşımıza çok sayıda öğretim için üretilmiş platformlar çıkmaktadır. Bu platformların çoğu yabancı dili öğrenmek ve geliştirmek amaçlanmaktadır. Bunlardan biri ise DuoLingo uygulamasıdır. İngilizce öğrenebilmek için oluşturulmuş bu uygulama zevkli bir şekilde hem gramer öğrenimi sağlıyor hem de kelime ezberi yaptırıyor. Ücretsiz bir şekilde kullanılabilen bu program ücret karşılığında daha fazla hizmet sunuyor (https://tuprasal.meb.k12.tr/icerikler/egitimde-oyunlastirma-en-iyi-10-oyunlastirma-ornegi_3290662.html, erişim tarihi: 23.05.2022).

Oyunlaştırma sadece mekanik, bileşen ve dinamiklerden oluşan bir uygulama değildir. İyi bir oyunlaştırma uygulaması farklı tasarım çerçevelerini kullanan ve hedef kitlesindeki oyunlaştırma kullanıcı tiplerinin özelliklerine göre bir deneyim sunabilen uygulamalardır (Şenocak ve Bozkurt, 2020: 80). Şirketlerin oyunlaştırma kullanma amaçları böyle sıralama mümkündür:

- Faaliyetlerini yürütmek
- Sorunları çözmek
- Ürün ve hizmetlerini satın aldırmak
- Ürün ve hizmetlerinin kullanımını arttırmak
- Müşterinin ilgisini çekmek
- Hedef kitlesine ulaşmak
- Müşteriyle etkileşime geçmek
- Eğitmek ya da eğlendirmek (https://www.ticimax.com/blog/oyunlastirma-gamification-nedir, erişim tarihi: 23.05.2022).

Oyun ve oyunlaştırma kavramı birbirine bağlı fakat birbirlerinden çok farklı iki kavramdır. Oyunlar, bazı şirketle, organizasyonlar ve kuruluşlar tarafından oyunlaştırmak için kullanılan yöntemlerdir, oyunlaştırma uygulamaları kullanıcılara farklı boyutlu ve saysız yöntemlerle dolu fırsatlar sunmaktadır, şirketin ya da ürünün popülaritesini yükseltmek, burada iş eğlenceli yollarla gerçekleştirilebilme imkânları bulunmaktadır, işi eğlenceli ortamda en güzel şekilde yapmayı amaçlanmaktadır.

2.4. HABEROYUNUN TANIMLANMASI VE ÖZELLİKLERİ

Medya endüstrilerinde yaşanan yapısal dönüşüm aynı zamanda en etkili medya ürünü olan haberin anlamı, içerik ve kurgusunda da değişim ve dönüşümlere yol açmıştır. İnternet teknolojilerine uyum sürecinde tüketim odaklı anlamların üretimine yönelik içerikler cazibe noktası olmuştur (Koç Akgül, 2019: 188). Toplumun teknoloji ortamda yaşaması ve çevrimiçi sisteme geçmesi hayatın her alanını etkilemiştir, medyada ve gazetecilikte haber edinme yolları ve üretim şekilleri değiştirmiştir. Habercilikte değişen ekosistem, kaliteli habercilikle ilgili yeni fırsatların olabileceğini göstermektedir (2019: 187).

Teknolojik gelişmeler gazetecilik pratiklerinde köklü değişimlere sebep olmuş, geleneksel medyanın pasif izleyicisi de bu doğrultuda katılımcı ve aktif izleyiciye evrilmiştir. Yeni medya teknolojileri, daha etkileşimli, eş zamanlı ve içerik ile birebir temasa geçmeyi mümkün kılan "immersive gazetecilik" gibi türlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. (Özkan, 2020: 148). Haber hikâyeleri etkileşimli haritalardan haber oyunlarına (newsgames) kadar birçok interaktif formatta sunulsa da, de la Peña ve arkadaşları, "etkileşimli gazetecilik ya da düşük seviyeli immersive gazetecilik" formları ile izleyicinin gerçek konumundan haber hikâyesinin olduğu yere transfer edildiği "derin seviyeli immersive gazeteciliği" farklılaştırmıştır (Çaba, 2018: 693). İmmersive gazetecilik, haber oyunları dijital medyanın geleceğinde rol oynayacak önemli bir potansiyel yaratmaktadır (Pazabaşı, 2019: 259).

Haber üretim sürecinde değişimi talep eden yeni oyuncu, internet ve dijital medya için seçim sınırlılığı diğer haber medyalarına göre daha az sorunludur (Koç Akgül, 2019: 190). Metin tabanlı, lineer, üçüncü şahıs bakışı ile tasarlanan analog medyanın aksine, günümüzde metin içeriğine müzik, infografikler, animasyonlar, sanal gerçeklik gibi unsurların eklenmesi ile izleyiciyi hikâyenin içine çeken, devinimleri ve tasarımsal özellikleriyle daha canlı bir hikâye anlatımı pratiği ortaya çıkmıştır (Özkan, 2020: 148). Oyun ve yazılı teknolojilerinin gelişmesi, sektörün küresel ölçekte kayda değer ilerlemeler sergilemesi, eğlence alanında kullanılan video oyun endüstrisinin pek çok alanda sıçramasına neden olmaktadır (Pazarbaşı, 2019: 258).

Oyun endüstrisi, küresel endüstrisi içinde gelişen reel ekonomilerden biri olarak kabul edilmekte, dijital oyun sektörü milyar dolarlık satış hacmiyle küresel/yerel ölçekte giderek büyüyen bir endüstriye dönüşmektedir (Pazarbaşı, 2019: 255). Dijital gelişmeler ve çevrimiçi hayat karşımıza sürekli yenilikleri çıkarmakta. Bu yenilikler arasında hayatımızda çevrimiçi ortamla gelen yeni kavramlar da yer almaktadır. Çevrimiçi ortam ve sanal gerçeklik medya haber üretiminde değişiklikler getirmişti, bu değişiklikler NewsGames yanı haber oyunları kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Miguel Sicart; Newsgames: Theory and Design adlı makalesinde bir eğlence aracı olarak bilgisayar oyunlarının uzun tarihinin olduğunu ancak onların eğitim veya da siyasal iletişimde kullanılmasının nispeten yeni olduğunu yazar. Newsgames güncel haberleri açıklamak veya yorumlamak amacıyla kamusal alana katılmak için kullanılan bilgisayar oyunlarıdır. Makalesinde haberoyunları kamu hizmet teorisine bağlı kavramları kullanarak analiz etmektedir (Sicart, 2008).

Oyunlar temalara göre ayırılmaktadır ve her biri farklı hikâyelere dayanarak yapılmaktadır, en popüler oyun türleri ise bunlardır:

Aksiyon Oyunları: hareket, savaş, şiddet ve hız içeren bu oyunlarda oyuncu savaşın tüm unsurlarını gerçeğe en yakın şekilde simüle eden ortamda savaşı yönetmektedir.

Macera Oyunları: merak, keşif ve problem çözmeye odaklanan oyunda oyuncu gizemlerle dolu bir dünyada engelleri aşmak, problemleri çözmek üzere hareket etmekte ve çeşitli materyallerden yararlanmaktadır.

Simülasyon Oyunları: gerçek yaşamdaki olayları simule eden bu tür oyunlarda araçlarla birlikte tüm çoğrafi şartlar gerçeğe en yakın şekilde simule edilmektedir.

Savaş ve Strateji Oyunları: ana teması çoğunlukla savaş olan strateji oyunları gerçek zamanlı ve sıra tabanlı olmak üzere ikiye ayırılmakta, oyuncu ya bir ülkeyi ya da savaşı yönetmektedir. Gerçek zamanlı oyunlarda oyuncular eş zamanlı etkileşime girebilmekte, hamle yapabilmekte iken, sıra tabanlı strateji oyunlarında karşındaki kişinin hamlesini beklemek zorunda kalmaktadır.

Spor Oyunları: sporun çeşitli dallarının bireysel ya da takım olarak oynamasına imkân sağlayan futbol, tenis, basketbol, boks, voleybol, avcılık gibi spor türünün dijital ortamda gerçekleştirilmesini mümkün kılan oyunlardır.

Dövüş Dijital Oyunlar: iki rakibin birbirine üstün gelme mücadelesinin anlatıldığı, büyük ölçüde uzak doğu dövüş sporları üzerinde inşa edilen en ilgi çekilen oyunlar arasında yer almaktadır.

Haber Oyunları: gazetecilik alanında kullanılan, habercilik alanında konuyu okuyucuya iyi aktarabilmek amacıyla kurgulanmakta ve okuyucu oyuncu olarak olaya dâhil edilmektedir (Pazarbaşı, 2019: 266, 267).

Miguel Sicart'a göre, haberoyunlar, kamu tartışmasına katılmak amacıyla, prosedürel söylemleri aracılığıyla haberlerin belirli ve somut bir yönünü göstermek için tasarlanmış ciddi bilgisayar oyunlarıdır. Haber oyunları, gösterdikleri haberler kadar kısa ömürlüdür ve genellikle ana medyaları tarafından dikte edilen satırlara karşılık gelen editoryal satırlara sahiptirler. Bununla birlikte Sicart'a göre, haberoyunlar genel soyası konuları kapsamayıp siyası kampanyalar için kullanılamaz. Haberoyunlar, belirli bir haber parçasına eşlik edecek şekilde tasarlanmıştır. Bu da haber oyunlarının kolektif hafızada uzun süre kalma niyetinde olmadığını ve tekrar oynanabilirlik gereksiniminin olmadığını gösteriyor. Haberoyunlar haberleri gösterir ve yorumlar ve haberlerin kendileri kadar çabuk bozulur (2008: 28).

Anna Wiehl haberi, demokratik toplumda kültürel açıdan önemli ve değerli olarak tanımlamaktadır, fakat oyunların sadece çocukları eğlenmek için olduğunu ve yetişkinler için asla ciddi bir iş olmadığından bahsetmektedir. Görsel-işitsel medya ürünleri olarak haber oyunları görsel, sözlü ve prosedürel retorik yöntemleri kullanılmaktadır. Buna göre, basılı, infografik, sesli ve videolu klasik gazetecilik uygulamalarını sinerjik bir şekilde 'dijital' medyanın tipik pratikleri ile -yani ansiklopedik kapsam, uzmansallık, prosedürellik, etkileşip- birleştirmeye çalışılmaktadır (Wiehl, 2014: 2).

Pazarbaş'a göre, Haber oyununun genel kabul görmüş, ulaşılmış bir tanımı olmasa da, bilim adamlarının üzerinde fikir birliğine vardığı belirli kriterleri söz konusudur. Bu kriterleri şu şekildedir:

Gerçek olaylara yanıt olarak ortaya çıkmıştır: haber oyunlarının tümü güncel ya da geçmişe ait gerçek olayları ifade eder.

Erişimi kolaydır: haber oyunlarının geniş bir kitleye hitap edebilmek için, oyuncuların zaten iyi bildikleri basit ve önceden mevcut olan mekanikleri kullanması gerekir. Bu durum oyun içeriğine hızlı ve kolay erişim imkânı sağlayacaktır. Haberin herkes için evrensel düzeyde erişebilir olması gerekir. Haber oyunları doğrudan web tarayıcısı penceresinde ya da mobil cihazlar üzerinden uygulama olarak indirilmek suretiyle internet üzerinden kurulabilir.

İkna edicidir: dijital oyunlarda olduğu gibi, haber oyunlarının kurallarının yapay, modellenmiş karakteri ile ikna edici bir yönü vardır. Zira haber oyunlarındaki kurallar ve oyun mekaniği, oyunun konusuyla ilgili olarak tasarımcılarının fikirlerini desteklemek için prosedürel retorik araçları kullanılarak yaratılmıştır. Ancak bu durum haber oyunlarının politik bir karikatür veya editör yorumuyla sınırlı olduğu anlamına gelmez.

Geleneksel haberlere ek olarak tasarlanmıştır: haber oyunları kurallar ve oyun mekaniği bilgilerini aktardığı ve daha da önemlisi herhangi bir konuya ilişkin bakış açısı sunabildiği için, birçok kişi oyunlarda nelerin gösterildiğine ve sunulan içeriğin amacının ne olduğuna dair şaffaflık beklemektedir. Oyunların bilgiyi iletmek amacıyla kuralları ve metnin kombinasyonunu nasıl kullandığı anlamak için, oyuncuların video oyunlarıyla ilgili belli bir düzeyde medya okuryazarlığına sahip olmaları gerekmektedir. (Pazarbaşı, 2019: 271, 272).

Haber oyunlarının genel etkinliğine ilişkin çalışmalar hala nadir olmakla birlikte, okuyucuların ve editörlerin haber web sitelerindeki etkileşimli içeriği, içeriği anlamada ve içerikle etkileşimde bulunmaya yardımcı olarak algıladıklarını gösteren çalışmalar vardır. Bu oyunlarda oluşturulan gerçek içerik hakkında daha da az şey biliniyor. Oyun mekaniği her oyuna çok özel olsa da, bilgi iletmek için etkileşimli ortam "oyunun" avantajlarından nasıl yararlandıklarını açıklamak için örnek oyunların yapısının sistematik analizine hala ihtiyaç vardır (Plewe ve Fürsich, 2017: 2473).

Örnek olarak, İngiliz gazetesi The Guardian tarafından The Refugee Challange (2014), Birleşmiş Milletler Mülteci Ajansı (UNHCR 2005) tarafından *Against All Odds* ve *The Migrant Trail*, film yapımcısı Marco Williams (Gigantic Mechanic 2013) ile işbirliği içinde yazılım stüdyosu Gigantic Mechanic tarafından geliştirildi. Eleştirmenlerce beğenilen bu oyunlar, konuyu oyuncuya sunarken altta yatan ayırt edici oyun konseptlerini kullanmıştır. Ayrıca, farklı türdeki haber oyunlarına da örnek teşkil etmektedirler. Çevrimiçi bir gazete tarafından geliştirilen *The Refugee Challange*, haber oyunlarının dar tanımlarına bile kolayca uyarmıştı. Bir gazetecilik kuruluşu tarafından yapılmasa da *The Migrant Route*, gazetecilik/araştırma amaçlı bir belgesel film projesinin parçasıdır. *Only Against All Odds*, genç oyuncuları hedefleyen net bir eğitim odaklı hükümetler arası bir kuruluş tarafından geliştirildiği için haber oyunları kavramından uzaklaşıyor gibi görünmektedir (Plewe ve Fürsich, 2017: 2473).

Anna Wiehl'e göre, eğer haberoyunlar bir röportaj veya bir özellik işlevini üstlenseydi, medya şirketleri genellikle onlara haber oyunların yerinde röportaj oyunları kavramı kullanırdı. Dikkatlice araştırılmış bu programlar, editoryal oyunlardan daha karmaşıktır ve gerçeklere dayalı raporlamayı taklit etmekte. Ancak, belgesel oyunların aksine, daha az ansiklopediktirler ve çoklu çevrimiçi oynamaya ve hatta yaratıcı kullanıcı içeriği katkısına izin vermezler. Bunun nedeni, güncel etkinlik oyunlarının bir alt türü olarak, ele aldıkları konuların hala güncel olması gerektiğinden hızlı bir şekilde üretilip piyasaya sürülmeleri gerektiğidir (Wiehl, 2014: 5).

Sicart'a göre, haberoyunların siyasi bir gündemi ve bir editoryal çizgisi vardır, ancak bunlar tartışma için açık bir alan olarak sunulur. Siyasi ve ikna edici oyunlar partizana, haber oyunları vatandaşa hitap eder. Ancak haber oyunları ideolojik olarak tarafsız değildir ve olmamalıdır. Halka hitap eden diğer söylem biçimleri gibi, bu oyunların da gerçek olarak değil, argümanlar olarak sunulan bir gündemi vardır. Haber oyunları, kamuya açık bir tartışmaya katılan, prosedürel retorik kullanarak söylemleri ifade eden bilgisayar oyunlarıdır (2008: 29).

Bununla birlikte Sicart NewsGames: Theory and Design adlı makalesinde, haber oyunların özel tasarımdan bahsetmektedir, önemli unsuru olarak haber oyunlarla vermek istediği bilginin açıklığı ve netliği belirtmektedir. Sicart'a göre, bir retorik araç olarak oyun, haberlerin yorumlanmasının farkında olmalıdır ve bu da oyuncu için açık ve net hale getirilmelidir. Politik ve propaganda oyunları, oyuncu etkileşimini dışavurumcu amaçlarla sınırladıkları gerçeğini gizleyebilir; haber oyunları, editoryal olmak ama yönlendirici olmamak için, bu tasarım koşullarını oyuncuya açıkça iletmelidir (2008: 31). Örneğin, İn Madrid adlı oyununda oyuncuların sadece bir görevi vardır: Mum yakmak. Oyuncular mumların üzerinde fare ile tıklayarak oyuna devam etmektedirler, eğer bir süre oyuncu tarafından hareket olmayacaksa oyuncu, oyundan çıkarılır ve ekrana oyunun sona ereceğine dair bilgi verilir. Oyunun kazanma koşulu yoktur, fakat hem son durumu hem de kaybetme koşulları belirleyen kuralları vardır. Oyunculara bitmeyen bir görevi vererek oyunculara, ,, hafıza aktif bir çabadır ve bir trajedinin ardından hatırlamak için de hareket etmeliyiz'' içerikli mesaj verilmekte. Bu mesaj, kazanma koşulunun olmaması gibi oyun mekanikleri ve kuralları manipüle edilerek iletilmektedir (Sicart, 2008: 31).

Son on yılda internetin büyük büyümesi ve mobil cihazlar aracılığıyla bilgi dağıtımının artan olanakları haber endüstrisi üzerinde güçlü bir etkiye sahipti. Haber şirketleri bu gelişime uyum sağlamak ve izleyicilerini cezbetmek için sürekli olarak dijital hikâye anlatımının yeni yollarını aramak zorunda kalmışlardır. Bu yeni yolların arasında etkili olabilecek araçlardan biri olarak dijital oyunlar gözükmektedir. Haber üretiminde dijital oyunlar haber oyunlara dönüşmekle topluma daha ilgi çekici ve açık bir şekilde görsel, yazı ve grafiksel olarak üretilmiş haberleri sunmaktadır.

Huizinga oyunu, "özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizatihi bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile 'alışılmış hayattan 'başka türlü olmak' bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem ve faaliyet" (2015: 50) olarak tanımlanmaktadır. Plewe ve Fürsich'e göre, araştırmacıların haber oyunu kavramı üzerinde fikir birliğine vardığı kategoriler; gerçek olaylara cevap vermek üzere

yaratılmaları, bireylerin hâlihazırda tanıdık olduğu oyun mekanikleri ile tasarlandığından kullanıcı deneyiminin basit olması, inandırıcılık ve geleneksel haberleri tamamlayıcılık olarak sıralanmaktadır (2017: 472). Sicart, bir haber metninde yer alan bilgilerin, en doğru ve açık şekilde oyun tasarımı içerisine yedirilmesi gerektiğinin, ancak bu şekilde kullanıcı oyun ile etkileşime girdiği anda klasik bir haber metninden alacağı tüm bilgileri alabilmesinin mümkün olduğunun altını çizmektedir (2008: 31).

Teknoloji gelişmelerle birlikte ortaya çıkan yeni medya hayatımızda değişikliklere neden olmuştur. Toplumun çevrimiçi ortaya kayması ve internet üzerinde kurulduğu hayatta sürekli yeni kavramlar ortaya çıkmaktadır. Yeni medya ile birlikte ortaya çıkan dijital oyunları haber üretimin sürecinde büyük etki yaratmıştır. Yeni medyanın gündeme geldiği günden beri karşımıza sürekli sosyal ve siyasal içerikli video oyunlar çıkmaktadır. Son yıllarda büyük şirketler ve organizasyon taraflarından popülaritesini arttırmak ve geliştirmek için oyunları üretilip piyasaya çıkarılmaktadır. Zamanla bu video oyunları haberoyunlar (newsgames) kavramı olarak değiştirildi (Treanor ve Mateas, 2009).

Haberoyun elimesini türeten kişi Gonzalo Frasca, haberoyunları "simülasyon politik karikatürlerle buluşuyor" ifadesiyle tanımlamıştır. Diğer bir deyişle, haberoyunları, siyasi karikatürlere eşdeğer video oyunudur. Bu karşılaştırma, politik karikatürlerin işleyiş biçimlerini inceleyerek haber oyunlarının nasıl işlediğini anlamak için değerli bir başlangıç noktası sağlar (Treanor ve Mateas, 2009). Haberoyunlar çoğunlukla ciddi oyunların daha dar bir alt kümesi olarak ele alınmakla beraber, konuyu oyunlaştırma perspektifinden ele alan çalışma ve örnekler de bulunmaktadır. Örneğin Ferrer Cornill (2016), gazetecilik pratiğinde oyunlaştırmayı incelediği çalışmasında, "okurların web sitesinde haberi tüketme pratiğinin oyunlaştırılması" üzerinden bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmacı, bu bağlamda ele aldığı oyunlaştırılmış haber sitelerini, profesyonel gazetecilik mantığı, işletme mantığı, reklam mantığı ve oyunsal mantık olarak kategorize ettiği birbiriyle çatışan dört yaklaşım çerçevesinde incelemiştir (Özkan, 2020: 155).

Sicart Newsgames: Theory and Design adlı kitabında, haberoyunların toplum içerisinde gerçekleşen tartışmaların nasıl bir parçası olabileceğini sormaktadır. Bunun cevabı ise Fraska tarafından yazılmış, "simulasion meets political cartoons'' (simülasyon siyası karikatürlerle buluşuyor) makalesinde, haberoyunların toplumun tartışmalarına dahil olup onların hayatlarına dair bilgileri aktarmayı mümkün kıldığı şeklinde yer almıştır (Treanor and Mateas, 2009).

Haberoyunlar sadece tarihsel bilgileri aktarıp eğitim aracı olarak kalmayıp ayını zamanda siyası anlatımların bir parçası da olmuştur, haberoyunlarda siyasi kişilere çok fazla yer verilmektedir.

Siyasi karikatür, siyaset, politikacılar ve güncel olaylar hakkında editoryal yorum yapmak amacıyla yapılmış çizimdir (genellikle karikatür dâhil). Bu tür karikatürler, ifade ve basın özgürlüğünü sağlayan bir toplumun siyasi söyleminde rol oynar. Bunlar, öncelikle fikir odaklı bir araçtır ve genellikle gazetelerin ve diğer gazetecilik yayınlarının editör sayfalarında, basılı veya elektronik biçimde bulunabilirler. Konuları genellikle güncel ve haber değeri taşıyan siyasi konulardır ve bunların anlaşılabilmesi için okuyucuların, ideal olarak yayınlandıkları ortam tarafından sağlanan konularıyla ilgili bazı temel arka plan bilgisine sahip olmaları gerekir (Knieper, https://www.britannica.com/topic/political-cartoon, erişim tarihi: 25.05.2022).

Siyası karikatürler çoğu zaman komik şekillerde yapılmış siyası kişilerin karakterleri anlatmakta, onları genelde gazetelerde ya da sarı dergilerde yer bulmaktadır. Son yıllarda karikatürlerin tasarımları daha da iyi bir hal almıştır, artık onlar üretilerek retorik olarak şekillendirilip çok önemli siyası kişilerin komik ya da hayat hikâyeleri ve olayları anlatılmakta (Treanor and Mateas, 2009).

Siyası konular genellikle strateji ya da savaş tür oyunlarda bulunmaktadır, bu oyunlarda ülke ya da oluşturduğunuz grubu siz yönetiyorsunuz, genellikle siyası konular içeren strateji oyunlar aksiyonla doludur ve gerçek bir tarihsel olaylara dayanarak düzeltilmektedir. Bu oyunların gerçekçiliği göze alınarak oyunların haber üretiminde değişiklikler getirdiğini belirtmek mümkün olacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. 'SYRİAN JOURNEY' VE 'THE REFUGEE CHALLAHGE: CAN YOU BREAK INTO FORTRESS EUROPE?' OYUNLARIN PROSEDÜREL ANALİZİ

Bu bölümde haberoyunlarda siyasi karikatürlerin kullanılması konusundan bahsedilmiştir, ardından analiz için Syrian Jourrney Ve The Refugee Challenge: Can You Break InTo Fortress Europe? Oyunları ele alınmıştır. Oyunlar üzerine prosedürel retorik analizi yapılarak haberoyunların gazetecilikte nasıl bir yer tuttuğunu açıklamaya çalışılmıştır. Araştırmanın kapsamı, amacı ve yöntemi anlatılarak bölümü tamamlanmıştır.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Günümüzde, teknoloji gelişmeler ve internet, hayatımızı tamamen değiştirmektedir. Günden güne sürekli karşımıza çıkan yenilikleri ister istemez yaşam tarzımıza uydurmak zorunda kalıyoruz. Çevrimiçi ortam ve sanal gerçeklik iletişimde yeni yolların ve yöntemlerin getirmesine neden olmaktadır.

Sürekli değişen dünyada olan biten her şeyden haberdar olmak insanın en büyük isteğidir. Akıllı makineler hayatımızın ayırılmaz bir parçası olmuş ve McLuhan dediği gibi yaşadığımız dünya 'küresel bir köye dönüşmüştür'. İnsanlar bilgi üretim, paylaşım ve edinme sürecinde bizzat kendileri katılma fırsatı bulunmakta, sanal ortamlar zaman ve mesafe kavramlarını dönüştürmektedir (McLuhan, 2001).

Bu çalışmada, çevrimiçi gazetecilikle birlikte ortaya çıkan haber oyunlar teorik açıdan incelenmiş, haberoyunların habercilik açısından avantaj ve dezavantajları tartışılmıştır. Modern dünyada en etkili olan bilgisayar oyunların hayatımızdaki önemini göstermek için Siryan Journey ve The Refugee Challange: Can You Break İnti Fortress Europe? Oyunları üzerinden prosedürel retorik analizi yapılmış, haber

oyunların sahip olduğu kurallar ve anlatımın ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın soruları şu şekilde belirlenmiştir:

AS1: Örneklem içindeki haberoyunlar kamuoyunun gündemine göre mi hazırlanmıştır?

AS2: Örneklem içindeki haberoyunlar kolay anlaşılır ve ulaşılır mıdır?

AS3: Örneklem içindeki haberoyunlar bir sorunu ve çözüm önerisini ortaya koymakta mıdır?

AS4: Örneklem içindeki haberoyunlar ne tür kural ve seçenekler içermektedir?

AS5: Örneklem içindeki haberoyunlar görsel, ses ve oyun yoluyla nasıl bir retorik anlatıma sahiptir?

Çalışma, yeni teknolojilerle birlikte gündeme gelen yeni içerik formatlarından biri olan ancak sınırlı çalışmaya konu edinilen haber oyun alanına katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, çevrimiçi gazetecilikte haber üretimi ve yeni medyada haber sunumu üzerinde yapılan çalışmalarından yola çıkarak ele alınmıştır. Huizinga J, Pavlik John V, Tokgöz M, Terranova T, Sicart M. vb. araştırmacıları tarafından yapılan ilgili çalışmaları ele alınmıştır. Çalışma, çevrimiçi gazetecilikte haber üretim ve sunumu taktikleri ve haberoyunların bu süreç içerisinde olduğu önemi kapsamaktadır.

Araştırma, *Syrian Journey* ve *The Refugee Challange* oyunların üzerine prosedürel retorik analizi yapılarak yürütülmüştür. Prosedürel retorik analizi bir konu ya da olayı anlamak için uygulanan analiz yöntemidir. Bogost'a göre, karşılaştırmalı bir yaklaşım kullanarak güncel edebi analiz ile bilgisayar biliminin benzer

prensiplere dayandığını öne sürer ve bu savının merkezindeki kesişimi dünyada henüz yerini bulamamış bir söylemsel üretim alanı olarak nitelendirdiği video oyunlarının analizinde kullanılır (Karadeniz, 2017: 71). Çoğu insan, bir kurallar sisteminin anlamı nasıl kodlayabileceğini anlamada, görüntüleri anlamada olduğu kadar deneyimli değil, Prosedürel anlamın bu gizli doğası, insanlar prosedürel olarak daha okuryazar ve eleştirel hale geldikçe, karmaşık haber oyunlarının yaratılması ve yaygınlaştırılmasıyla değişebilir (Treanor ve Mateas, 2009).

Retorik analiz hemen hemen her metne veya resme uygulanabilir: bir konuşma, bir deneme, bir reklam, bir şiir, bir fotoğraf, bir web sayfası çıkartması. Edebi bir çalışmaya başvurulduğunda, retorik analiz, eseri estetik bir nesne olarak değil, iletişim için sanatsal olarak yapılandırılmış bir araç olarak görür. Prosedürel retorik kavramlaştırması oyunlara dair çalışmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır, öyle ki Miguel Sicart, Against Procedurality makalesinde prosedürelliği ludoloji benzeri bir okul olarak tanımlar (http://gamestudies.org/1103/articles/sicart_ap, erişim tarihi: 30.05.2022).

Treanor ve Mateas Newsgames: Procedural Rhetoric Meets Political Cartoons (prosedürel retorikle siyası karikatürlerin karşılaştırılması) adlı makalesinde, haberoyunlar, insanların zihninde kalan güncel hikâyelere göre oluşturulur ve kısa sürede oynamak ve anlaşılmak içindir. Siyasi karikatürler gibi, haberoyunlar, bir hikâyenin editörlük yapar ve haberi özetler. Önemli editoryal yorum sağlamayan haber oyunlar, Siyasi Karikatürler yerine daha çok Sosyal Yorumları içeren karikatürler kategorisine benzer. Politik karikatürler yalnızca görüntü kullanarak iletişim kurarken ve dil, haber oyunları, oyun yoluyla sunulurken retorik yöntemleri de kullandığını belirtmişti. (Treanor ve Mateas, 2009). Böylece anlatılacak hikâye daha anlaşılır ve kalıcı olmaktadır. Yazılı bilgilerin görsel şekilleri yöntemi ile gösterilmek insanlarda daha fazla ilgi ve heyecan yaratmaktadır.

Bogost, prosedürel retorik terimini “süreçler aracılığıyla ikna etme” veya “bir video oyununun hesaplama yapısında ideolojiyi somutlaştırma yolu” olarak tanımlar (Treanor ve Mateas, 2009). Frasca, oyunların anlatılardan ziyade simülasyonlar olarak en iyi nasıl anlaşılabileceğini ve bu simülasyonların bir dizi belirli anlatıya

nasıl ayrıcalık tanıyabileceğini veya bunları nasıl karşılayabileceğini açıklıyor. Simülasyonlar, oyuncunun etkileşimine bağlı olarak binlerce anlatım sağlayabilir. Ancak simülasyonlar, herhangi bir sonucun mümkün olduğu tarafsız oyun alanları değildir. O zaman oyunun olası yorumlarını, onu yöneten kuralları yaratırken hayal etmek oyun tasarımcısının işidir (Treanor ve Mateas, 2009).

Güçlü bir haber oyunu, yazarın oyun tasarımında olduğu kadar görüntü ve seste de editoryal duruşunu kodlar. Bu editoryal ifade stratejisi, haberoyunlarının politik karikatürlere benzer ve daha iyi nasıl işleyebileceğini göstermektedir. Bir haber oyunu, güncel ya da geçmiş bir olayla ilgili bir soruna işaret edebilir ve oyuncuyu önerilen çözümü uygulamaya yönlendirerek ve böylece başarısını göstererek bir çözüm gösterebilir. Bir haberoyununun yazarı, etkileşimin sonuçlarını büyük ölçüde kontrol edebildiği bir simülasyon yaratır. Potansiyel sonuçların bu manipülasyonlarını görmek genellikle zordur ve simülasyonun tarafsız görünmesine neden olabilmektedir (Treanor ve Mateas, 2009).

Treanor ve Mateas (2009) tarafından, ideal bir haber üretmek için bazı kriterlerden bahsedilmektedir, bunlar:

- Güncel bir olaya yanıt olarak oluşturulması;
- Anlatılacak konuya çok yakın olması;
- Birkaç dakika içinde anlaşılabilmesi;
- Oyuncuyu belirli bir bakış açısıyla etkilemek ve ikna edici olması;
- Bir sorunun işaret edilmesi;
- Bir problemden çözüm yolu gösterilmesi;
- Görsel, ses ve oyun yoluyla retorik olarak iletişim kurması.

Bir haber oyununun mekaniği prosedürel retorik daha karmaşık hale geldikçe, haber oyunları ve siyasi karikatürler arasındaki orijinal paralellik bozulmaya başlar. Bu tür oyunlar, siyasi karikatürlere paralel olmaktan ziyade gazete tür haberlerle ve yapısıyla paralel olarak daha iyi anlaşılır (Treanor ve Mateas, 2009). Haber oyunları gazetelerin, dolaysıyla kamuoyunun gündemine göre belirlenmekte, medyada yoğun şekilde habere konu olan olaylar haber oyununa çevrilmektedir. Böylece okuyucu,

oyuncu karakteriyle olaya etkileşimsellik düzeyinde dâhil edilmekte ve konu hakkında ayrıntılı bir şekilde bilgilendirilmektedir (Pazarbaşı, 2019: 272).

3.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evreni içerisinden amaca uygun örneklem yöntemiyle bir seçilmiştir. Amaçlı örneklem, kasti olarak araştırmacı tarafından belirlenebilen çalışma grubu olarak tanımlanmaktadır. Konu hakkında bilgi sahibi olan araştırmacının inisiyatifine bağlı olarak seçilmektedir. Amaçlı örneklemde araştırmacı çalışmaya uygun olabilecek grubu, gözlemleriyle ulaştığı kendi yargısıyla belirleyebilmektedir (Aziz, 2020: 52). Araştırmanın ana kütlesini çevrimiçi ortamda yayınlanmış haberoyunlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise amaçlı örneklem tekniğine bağlı olarak çevrimiçi ortamda yayınlanmış haberoyunlar arasından Suriyeli mültecilerle ilgili haberoyunlar olarak seçilerek belirlenmiştir.

Syrian Journey, Suriyeli bir aile ülkesinde gerçekleşen bombalamalardan dolayı başka bir ülkeye gidip mülteci olarak sığınmak zorunda kalmıştır. Fakat gidebilecek ülkelere vizesiz giriş yapamamaktadırlar. Kaçakçılık yoluyla kara ya da deniz yolları kullanarak Türkiye'ye ya da Mısır'a gitmeye çalışmaktadırlar. Kendi ülkelerinde evleri çok ucuz fiyata satıp o parayla ortak kişilerden yardım alırlar. Yolculuk sırasında polise yakalanma tehlikesi bulunmaktadır, fakat çaresiz bir durumda oldukları için bir yolu seçmek zorundadırlar. Türkiye'ye seçtiğinizde Avrupa'ya gitmek için Yunanistan sınırı geçmeniz gerekmektedir, deniz yoluyla başka mültecilerle yolculuğa çıkıyorsunuz fakat burada boğulmak üzere olan kadını ve kızı kurtarmak için denize atlamak zorunda kalmaktasınız, yolculuğu başladığınız yere geri geliyorsunuz ve yakalanıyorsunuz, sonunda, aileniz Yunanistan'da siz ise Türkiye'de bulunmaktasınız.

Mısır seçerseniz eğer burada hedefinize ulaşma şansınız daha yüksek gözükmektedir. Çünkü oyun karakterinin ailesi buradan vize alabilmiştir. Cairo'da bir hafta kaldıktan sonra bir kaçakçı yardımıyla ya İtalya'ya ya da Libya'ya gitme seçeneğiniz vardır. Alexandra'dan geçerek İtalya'ya gitmek daha tehlikelidir o yüzden Libya'ya gitmeye dair karara varmaktasınız. Libya Mısır sınırında Zuwara'da

başka mültecilerin yanında bir gemide bulunmaktasınız. Gece saatlerde bir saldırıya uğruyorsunuz, gemi bozuldu ve sahile doğru yüzmek zorunda kalmaktasınız. Burada karşınıza bir İtalyan gemi çıkmıştır ve çığlık atarak sizi görmelerini sağlıyorsunuz, onlar sizi İtalya'ya götürüyor ve sonunda Avrupa'da varmaktasınız.

The Refugee Challange haberoyununda ise okur, Suriyeli, 28 yaşında ve iki çocuğu olan bir kadın rolündedir. Kadın bir saldırıda kocasını kaybetmiştir ve ülkedeki can güvenliği sebebiyle başka bir ülkeye gitmek zorunda kalmıştır. Kadın, Türkiye ve Avrupa arasında bir seçenek yapmak zorunda kalmıştır. Avrupa'ya yolculuk biraz daha zor gözükmektedir. Kadın mülteci olarak Avrupa'ya gitmek için başvuruda bulunup, diğer 600.000 mülteciyle birlikte sıra beklemektedir. Kadın ya UNCHR programıyla Türkiye'de kalıp Türkiye tarafından ihtiyaçlarını karşılamasını bekleyecektir ya da AB'ye iltica yoluyla gitmeye çalışacaktır. Fakat AB seçtiğinizde güvenlik güçleri tarafından Türkiye'ye geri çevrilmektedir.

Kadının gidebileceği diğer seçenekler arasında Bulgaristan yer almaktadır. Bulgaristan'a kara yoluyla ormandan gitmeye çalıştığında yakalanıyor ve Türkiye'ye geri gönderilmekte. Fakat tekrar Bulgaristan'a gitmeyi denerse başarma şansı daha yüksek gözükmektedir. Kadın Bulgaristan'da diğer ülkelerden gelen mültecilerin arasında bir kampta bulunmaktadır. Buradaki durumlar çok kötü olsa da Avrupa'ya gitme şansı daha yüksek olduğundan dolayı kadın bu kampta kalmayı tercih etmiştir.

3.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde örneklem olarak seçilen *Siryan Journey* ve *The Refugee Challange* haberoyunları üzerine prosedürel retorik analizi yapılmıştır.

3.4.1. Siryan Journey Haberoyununa Yönelik Bulgular

Suriye'de her gün gerçekleşen çatışmalar ve saldırılar ülkeyi paramparça etmektedir, her gün binlerce insan hayatını kaybediyor ve milyonlarca insanı kendi evlerini terk etmek zorunda bırakmaktadır. Sayısı günden güne artan mülteciler kendi ülkelerinden kaçıp daha güvenli bir yeri Avrupa Ülkelerinde aramaktadırlar, fakat

illegal oldukları için bunu yapmak çok zordur. Ülkenin sınırlarını geçmek için farklı yasa dışı yolları kullanılmaktadır. Bunlardan çoğu komşu ülkelere mülteci olarak sığınmaktadır, ancak diğerleri onları Avrupa'ya götürmeleri için insan tacirlerine para ödüyor, fakat bununla ölüm, yakalanma ve sınır dışı edilme riskiyle karşı karşıya gelmektedirler.

'Syrian Journey' oyunu, BBC tarafından kendi internet gazetesinin sayfasında yayınlanmış olduğu kapsamlı araştırmalara ve yolculuğu yapan Suriyelilerin gerçek hikâyelerine dayanmaktadır. Oyuna başlamak için önce cinsiyetinizi seçmeniz gerekmektedir, oyunda kendi ülkeleri terk eden Suriyeli ailelerin arasında kendinizi bulmaktasınız (Görsel 1). Lubnan'da olduğunuz için Şam'daki evinizi çok ucuz bir fiyata satmıştınız, evin değeri 20.000 Dolar, fakat daha güvenli bir Avrupa ülkesini aramaktasınız. Seyahate çıkmak ister deniz ister kara yoldan, kaçakçılık nedeniyle sizin için büyük bir tehlike içermektedir. Bir Süriyeli olarak karşınıza çıkan iki seçenek arasında kalmaktasınız, ya Mısır'a gitmeniz gerek ya da Türkiye'ye (Görsel 2). Mısır ucuz ama yaşam tarzı olarak çok fakır bir ülke olarak sunulurken Türkiye Pahalı fakat Yaşam tarzı daha iyi ve gelişmiş bir ülke olarak sunulmaktadır. Oyunda karşınıza çıkan resimler durumu net bir şekilde anlatmaktadır, bir oyuncu değil gerçekten Suriyeli bir ailenizden olduğunuzu hissettirmek için tasarlanan bu resimler hedefine ulaşmıştır.



Şekil 1. 'Syrian Journey' Oyundaki Mülteci Bir Ailenin Resmi



Şekil 2. 'Syrian Journey' Oyununda Size Sunulan Seçenek Ülkelerin Haritası

Oyunlarda göstermiş olduğu resimlerden hareket etmeden ve oynatmadan bilgi verilmektedir. Oyunu bu şekilde tasarlamak, Frasca'nın oyunun mikro dünyasındaki editoryal ifadesini, oyuncuya bir dereceye kadar aracılık ile istenmeyen sonucu canlandırmasını sağlayarak kanıtlıyor. Ajans, bir editoryal görüşü nasıl doğallaştırdığı için önemli bir retorik araçtır. Bu durumda, temsilcilik, oyuncuya çok az etkileşimin yanı sıra, oyuncu için mevcut olandan başka herhangi bir eylemi gerçekleştirmeyi hayal etmek için çok az motivasyon veya fırsat vererek elde edilir. (Treanor ve Mateas, 2009).

Sunulan iki seçenekten Türkiye'yi seçtiğiniz takdirde Beirut'tten İstanbul'a uçakla gidebilmek için paranın büyük miktarı gerekmektedir. Bir hafta sonra İstanbul'da kaçak Abu Hasan ile görüşeceksiniz, o sizi şehir merkezinde kalabalık bir kafeye çağırmıştır (Görsel 3).



Şekil 3. Syrian Journey, Abu Hasanla Görüştüğünüz Kalabalık Bir Ortam

O size Yunanistan'a götürmek için kişi başı deposit olarak 3.000 dolar isteyecektir. Oyunda, *Do You Pay Him The deposit?* Sorarak iki seçeneğiniz var, ya parayı vereceksiniz, fakat İstanbul'da olduğunuz sürece artık elinizde olan imkânlarınızın çoğunu kullanmışsınız, ya da ortalarda çok dolandırıcı olduğu bildiğiniz için reddedersiniz. Abu Hasan'a güvenmediğinizden dolayı Teklifi reddettikten sonra İstanbul'da ortak birisi arayıp olan ofisle ilgili bilgi almaya başlıyorsunuz, Abu Hasan ortak kişiden siz Yunanistan'a vardıktan sonra para almayı kabul etmıştır. Şimdi karşınıza iki seçenek çıkmaktadır: ya kişi başı 7.500 dolar ödeyerek kara yoldan Edirne'ye g, ya da kişi başı 5.000 doları ödeyip denizden İzmir'e gideceksiniz. Deniz yoldan gitmek risklidir çükü tekneler sürekli arızalanıyor fakat yakalanma riski az gözükmektedir. Kara yolu ise risk içermez ve birkaç yolu var fakat yakalanma ihtimali yüksektir. *You Have To Choose!* (Görsel 4).



Şekil 4. 'Syrian Journey' Gitmeniz İçin Sunulan Seçeneğin Haritası

Frasca, oyunların anlatılardan ziyade simülasyonlar olarak en iyi nasıl anlaşılabileceğini ve bu simülasyonların bir dizi belirli anlatıya nasıl ayrıcalık tanıyabileceğini veya bunları nasıl karşılayabileceğini açıklıyor. Simülasyonlar, oyuncunun etkileşimine bağlı olarak binlerce anlatım sağlayabilir. Ancak simülasyonlar, herhangi bir sonucun mümkün olduğu tarafsız oyun alanları değildir. O zaman oyunun olası yorumlarını, onu yöneten kuralları yaratırken hayal etmek oyun tasarımcısının işidir (Treanor ve Mateas, 2009).

Kara yolu seçtiğinizde 26 Suriyeli ile İstanbul'dan Meriç'e (Yunanistan sınırına yakın) çok uzun bir otobüs yolculuğunun sonuna gelmektesiniz. Maritsa nehri Yunanistan ile Türkiye arasındaki doğal sınırdır (Görsel 5). Sınır muhafızları bölgede devriye geziyor ve nehir 50 metre genişliğindedir. Abu Hassan'ın, diğer tarafa geçebilmeniz için bir şişme botu var. Sizi gruplara ayırıyor. Ailenizle birlikte ilk grupta yer almaktasınız.



Şekil 5. 'Syrian Journey' Diğer Tarafa Geçmek İçin Yunanistan Türkiye Deniz Sınırı

Diğer tarafa geçtiğiniz süre içerisinde ikinci grup botu çok fazla kişi alamadığı için mücadele etmektedir, paniğe kapıldılar ve botu arızalanıp yuvarlanmıştır. Yüzerek diğer tarafa geçmeye çalışan Bir kadını ve kızı görmüştünüz. Ya onları kurtaracaksınız ya da ormana doğru kaçacaksınız. Bildiğin halde onları orda bırakacak mısın yoksa onlara yardım mı edeceksin tehlikeli olmasının bilmene rağmen?

Burada, oyuncuyu kendi vicdanıyla yalnız bırakılmıştır. Oyunu tasarlayanlar sanki mülteci olmak yeterli değilmiş gibi sizi insanlık duygusuyla aileniz arasında seçenek yapmak zorunda bırakmıştır, açık gösterilmese da içeriğinde çok net iki seçeneğin arasında kalmaktasınız, eğer denize atlarsanız geri gelemeyebilirsiniz ve ailenizden uzakta olmak zorunda kalırsınız, bununla birlikte gittiğinizde yakalanma tehlikesi de artmaktadır. Fakat eğer bunu yapmazsan ve ölümle yaşam arasında görmüş olduğunuz kişilere yardım etmezseniz bunun için hiçbir zaman rahat olmayabilirsiniz. Her iki seçeneğin sonuçları da çok açık ve karar tamamen sana bırakılmıştır.

Kurtarmayı seçtiğinizde denize atlıyorsunuz ve onları kurtarıyorsunuz, ama şimdi yine diğer tarafa geçmeye başladığınız noktada bulunmaktasınız. Aileniz

Yunanistan'da siz ise Türkiye'de bulunmaktasınız. Kargaşa dikkat çekmiştir. Türk sınır muhafızları gelir ve sizi ve kalan yolcuları toplamıştır. Şimdi siz Türkiye'deki mülteciler kampında (Görsel 6) bulunmaktasın ailesiz ve parasız, elinizde olan tek şey ailenizin başarabildiğinle umutlanmaktır.



Şekil 6. 'Syrian Journey' Oyununda Bulunduğunuz Mülteciler Kampı

SYRİAN JOURNEY: İf You Choose Egipt!

Mısır'da 130.000'den daha fazla Suriyeli mülteci bulunmaktadır. Mısır istikrarlı bir ülke değildir ve işler de çok azdır. 2013 yılına kadar Mısır'da vizesiz Suriyeli mültecileri kabul edilmemekteydi, ama aileniz bu konuda biraz şanslı olduğu için vizeyi eline geçirebilmiştir. Kahire'de bir hafta kaldıktan sonra kaçakçı olarak tanınmış Ahmed ile buluşmuştunuz, Ahmed size yardım edebileceğini söylüyor, ona güvenip güvenmediğinizden emin değilsiniz, fakat seyahat etmek için bu riske girmeniz gerekmektedir. Ahmad size iki seçeneği sundu: Ya Aleksandrya'dan İtalya'ya deniz yoldan gidersiniz ya da Deniz geçişini daha kısa olduğu Libya'ya. *You Have To Choose!*

Libya'ya giden kısa geçiş olan yer Bingazi'dan geçmektedir, fakat yolda polis gruplarla karşılaşma tehlikesi bulunmaktadır. İskenderiye'den giderseniz çok uzun

sürer ve hem yakalanma şansı da daha yüksektir. Libya seçtiğinizde Ahmed sizi sınıra götürüyor, çok tehlikeli 10 saatlık yolculuktan sonra siz Mısır'daki El Salloum şehrinde varmaktasınız (Görsel 7). Ahmed sizi ara sokakta bir evde bırakıyor ve o gelene kadar orda kalmanızı söylemiştir çünkü birilerden dikkat çekmenizi istememiştir. Seyahat için çok endişelisiniz ve hem suya, ilaçlara ve kurtarma yeleğe ihtiyaç duymaktasınız.



Şekil 7. Syrian Journey: İf You Choose Egipt. El Sallomun'da Kaldığınız Ev

İs Now The Time? Or Do You Wait? Bu sizin tek şansınız olabilir tedarikli olmak için ya da dışarı çıktığınızda birileri görürse tehlikeli olabilir, seçmeniz gerekmektedir. Dışarı çıkmayı seçiyorsunuz ve ihtiyaç duyduğun her şey alıyorsunuz. İki gün sonra Ahmed geri geliyor ve Libya-Mısır sınıra götürmek için bir kamyon bulduğunu söylüyor, siz kamyona biniyorsunuz. Adjabya'da şoför size: ya kişi başı 4.000 ödeyerek Bingazi'ye, ya da kişi başı 3.000 ödeyerek Zuwara'ya gitmenizi söylemiştir.

Zuwara'ya giden yolda yakalanma şansı, Bengazi'ya giden yolda ise denizde boğulma tehlikesi bulunmaktadır. Zuwara'yı seçip başka mültecilerle birlikte bir gemide bulunmaktasınız. (Görsel 8).

Gece saaatlerde ateş saldırısına uğramıştınız ve kaçakçılar tarafından yaptığını düşünüyorsunuz. İnsanların bir kısmı denize atlayıp sahile doğru yüzmeye başlamıştır. *Do You Jump?* Gemi size yanaşıyor ve kaçakçılar onlara para veriyor, artık yolunuza devam edebileceğinizi umuyorsunuz fakat gemi arızalanır ve denizde buluyorsunuz kendinizi, ailenizin şişme ceketleri var ve yüzmeye devam etmektesiniz.



Şekil 8. Syrian Journey. Zuwara'daki Gemi ve Sığınan Mülteciler

Karanlıkta bir İtalyan gemiyi gördünüz (Görsel 9), sizi görmeleri için çığlık atmaya başlıyorsunuz, başardınız, onlar sizi İtalya'ya götürüyor ve sonunda Avrupa'ya vararak hedefe ulaşılmıştır.



Şekil 9. Syrian Journey: İtalyan Gemiyle Karşılaşma

Mültecilerle ilgili yapılmış bu haber oyunla çok kısa bir süreçte mülteci hayatı ile ilgili çok uzun bir hikâye anlatılmaktadır. Hikâye içinde kullanılmış resimler ve sunulan seçenekler grafiksel olarak tasarlanmış, hiçbir hareket etmeden hikâyenin detaylı anlaşılmasında çok büyük bir rol oynamaktadır. Mülteci hayatı ve özellikle Suriyelilerin sürekli savaşma ve çatışma sürecin içerisinde olmaları çok yayığın bir konudur ve her zaman güncel olarak algılamaktadır.

3.4.2. The Refugee Challange: Can You Break İnto Fortress Europe? Haberoyununa Yönelik Bulgular

Mülteci konusu kapsayan EU tarafından tasarlanmış diğer bir oyun The Guardian internet gazetesinin sayfasında paylaştığı *The Refugee Challange: Can You Break İnto Fortress Europe? Oyunudur.* Oyunda isminiz Karma, 8 yaşındaki bir kız ve 10 yaşındaki erkek çocuğa sahip olan 28 yaşındaki bir anne olarak karakteriniz belirtilmiştir. Kocanızı bir harç saldırısında hayatı kaybetmiştir, ülkenizde sürekli devam eden bombalanmalardan dolayı başka bir ülkeye gitmek zorunda kalmaktasınız (Görsel 10). Elinizdeki az miktar parayla ya Avrupa'ya ya da Türkiye'ye gitme seçeneğiniz bulunmaktadır.



Şekil 10. The Refugee Challange, Alepo

Avrupa yolu seçtiğinizde Eylül 2013'te İsveç'in tüm Suriyeli mültecilere kalıcı ikamet izni vereceğini açıkladığını öğreniyorsunuz. İki kuzeniniz Stockholm'de sığınma hakkı almıştır ve size İsveç'teki yaşamın bir mülteci kampından daha iyi olduğunu söylemiştir. Ama İsveç'te iltica başvurusunda bulunmak için oraya gitmeniz gerekmektedir - ülke dışından başvurma imkânı bulunmamaktadır. Bu kural tüm Avrupa için geçerlidir. *Nasıl gideceksiniz?* En güvenli ve en kolay yol uçakla gitmektir. Diğer yol ise kara yolla Türkiye'den geçip orada bir mülteci kampta kalmaktır (Görsel 11). En tehlikeli Mültecilerin çoğunun uçakla Avrupa Ülkelerin en kuzey yerlere gittiğini ve oradaki mülteci kamplarda kaldıklarını öğrenmiştiniz.



Şekil 11. The Refugee Challange. Türkiye'deki Mülteci Kampı

Şu anda Türkiye'de mülteci olarak kayıtlı yaklaşık 600.000 Suriyeli arasında bulunmaktasınız. Türkiye, Cenevre sözleşmelerinden çekilme hakkına sahiptir ve Avrupa Birliği dışından kişilere sığınma hakkı tanımamaktadır. Birçok Suriyeli kamplarda arafta kalmaktansa iş bulmak için İstanbul gibi şehirlere gitse de size kampta destek veriliyor ama burada yasal olarak çalışma hakkınız bulunmamaktadır. Mültecileri yeni bir hayat kurmak için tam destekle doğrudan Avrupa ülkelerine taşıyan UNHCR yerleştirme programı aracılığıyla Türkiye'de kalabilir ve yeniden yerleştirmeyi umut edebilirsiniz. Veya karadan AB'ye giden tehlikeli bir rotayı takip edebilir ve orada bir kez iltica başvurusunda bulunabilirsiniz.

AB seçtiğiniz takdirde Kuzey Avrupa'ya ulaşırsanız, Suriye'ye dönmeniz güvenli olana kadar çalışma ve normal bir yaşam hakkı da dâhil olmak üzere uluslararası koruma şansınız bulunmaktadır. Çocuklarınızla birlikte İstanbul'a doğru yola çıktınız, burada Suriye toplumundaki arkadaşlarınızın sizi Yunanistan sınırını geçmenize bir bedel karşılığında yardım etmeye çalışmaktadır.



Şekil 12. The Refugee Challange. AB'ye Gitmek İçin Geçmeniz Gereken Sınır

Ne yazık ki, size kötü davranan sınır muhafızları (Görsel 12) tarafından durduruluyorsunuz ve size Yunanistan'a sığınma talebinde bulunma şansı vermeden sizi Türkiye'ye geri götürülmektesiniz.

Yakın tarihli bir rapor, Türkiye ile Yunanistan arasındaki hem kara hem de deniz sınırında yasadışı bir "geri itme" politikasının ayrıntılı kanıtlarını içermektedir.

The Refugee Challange: İf You Choose Bulgarya!

Bir kaçakçıya para ödüyorsunuz ve Türkiye-Bulgaristan sınırındaki sık ormanlardan geçerek yönlendirdikleri insan grubuna katılmıştınız. Ormanların içinden geçerken, hepinizi bir minibüse bindiren Bulgar sınır muhafızları tarafından durduruluyorsunuz (Görsel 13), Bazı aileler birbirlerinde koptu ve artık nasıl bir araya geleceklerine dair hiçbir fikirleri yoktur.

Bu tür "geri itmeler" yasa dışı olsa da, Suriyelilerin Bulgaristan sınırından geri çevrildiklerine veya adil bir sığınma prosedürüne erişimleri olmadan doğrudan Türkiye'ye sürüldüklerine dair raporlar bulunmaktadır. Do You Stay İn Turkey Or Try Again To Get İnto Bulgarya?



Şekil 13. The Refugee Challange: İf You Choose Bulgarya. Bulgaristan Muhafızları

Tekrardan Bulgaristan'a gitmeye çalışıyorsunuz, Bu sefer sınıra geldiğinizde sizi alan gardiyanlar sizi Suriyeli mültecileri barındırmak için kurulmuş birkaç kamptan birine götürüyor, oradaki koşullar son derece kötü gözükmektedir. Sadece Suriyeliler değil, Afganlar, Bangladeşliler ve hatta bazı Afrikalılar da dâhil olmak üzere binlerce göçmen yer almaktadır, Türkiye'den Bulgaristan'a AB'ye girmek için daha önce neredeyse hiç kullanılmayan bir rotayı kullanmaya başlamıştır. Uluslararası Af Örgütü tarafından, Ocak ve Kasım 2013 arasında Suriye'den 5.000 mültecinin geldiğini tahmin edilmektedir.

The Guardian tarafından, yakın zamanda Harmanlı'ya yapıldığı bir ziyarette, çoğu kadın ve çocuk olan yeni gelen mülteciler için resmi desteğin bulunmadığını ve içerideki koşulların çok kötü olduğunu tespit edilmiştir. (https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2014/jan/refugee-choices-interactive, erişim tarihi: 30.05.2022).



Şekil 14. The Refugee Challange. Bulgaristan'daki Mülteciler Kampı

Sizin için ileri veya geri bir yol bulunmamaktadır. UNHCR, Bulgaristan'daki koşulların iyileştirilmesi için bastırıyor ve hükümet daha fazla destek sağlama sözü verdi, ancak şimdilik sıkışıp bulunduğunuz yerde kalmak zorunda bırakılmıştınız.

Mülteciler konusu sürekli güncel bir konu olduğundan dolayı New York Times, BBC, The Guardian vb. çok popüler gazetelerde hikâyeli oyunlar tarzında yer almaktadır. Oyunların hedefi oynayarak olay anlamak ve ikna edilmektir. Oyunlarda mültecilerin tarafından geçtiği yolları ve yaşamını çok kısa ama detaylı bir şekilde yazılı ve görsel bir şekilde anlatılmaktadır. Oyunlarda sunulduğu seçenekler sizin kaderinizi belirtiyor, oyunda siz kendiniz değil bir mülteci olarak oynuyorsunuz, bu özellikler oyunları, en ilginç ve etkileyici olmasını sağlamaktadır.

3.4.3. Siryan Journey ve The Refugee Challange: Can You Break Into Fortress Europe? Haberoyunlarına Yönelik Prosedürel Retorik Analizi

Syrian Journey ve *The Refugee Challange* oyunlar üzerinde prosedürel retorik analizi yapılarak çalışma yürütülmüştür. Ele almış olduğumuz oyunlar mülteci

konusunu kapsamaktadır. Gündeme gelen ve sürekli güncel haberler arasında yer bulunan mülteci sorunları popüler gazetelerin internet sayfalarında yer almaktadır. Gazetecilikte haber üretiminde değişiklikler getiren haberoyunları da bu gazetelerin internet sayfalarında karşımıza çıkmaktadır. Syrian Journey ve The Refugee Challange haberoyunların örnekleridir. Oyunlar gerçek olaylardan yola çıkarak tasarlanmış, oyuna girdiğinizde karşınıza sürekli seçenekler çıkmaktadır ve onları seçerek ilerlemek gerekmektedir.

Syrian Journey oyununda Suriyeli bir aile olarak oyuna devam ediyorsunuz, ülkenizden gitmek için Mısır ya Da Türkiye seçenek arasında kalmıştınız, her iki ülkeye gitmek için de kuralları ve sonradan karşınıza çıkacak problemleri oyunda yer almaktadır. Seçtiğiniz her yolda sürekli karşınıza sorunlar çıkıyor ve siz onları bir miktar para ödeyerek bazı ortak kişilerle çözmek zorunda kalıyorsunuz. Fakat burada dolandırıcılar tarafından kandırılmaktan korkuyorsunuz, size yardım eden kişiye güvenip güvenmediğinize dair *Will You pay Him or Refuse*? Diye soruyla karşılaşıyorsunuz, sonradan para vermeye kabul ettiriyorsunuz. Sonunda problemleri aşarak kendiniz mülteci kamplarda bulunmaktasınız. Oyunda kullanılmış olduğu grafiksel fotoğraflarla hareket etmeden ve herhangi yazısı olmadan seçeneklerden sonra bulunduğunuz durumları anlatılmaktadır, oyun tamamen hikâye ve şartları anlatarak, seçenekleri sunularak ve sonradan karşınıza çıkacak problemleri görsel ve yazı olarak göstererek ilerlemektedir.

The Refugee Challange oyununda 28 yaşındaki ve iki çocuğu olan bir anne olarak karakteriniz seçilmiştir. Oyun tasarımcısı pek kuralları koymamıştır, fakat burada da karşınıza bir türlü seçenek sunulmaktadır, burada da seçeceğiniz her yolda karşınıza bir türlü problemler çıkmaktadır. Oyun gerçek hikâyeye dayanarak tasarlanmış, mülteci hayatı ve kamplardaki durumu anlatan gerçek fotoğraflar ve videolar içermektedir. UNHCR programları kapsamında Türkiye'de kalabilirsin ya da AB yolu seçip bir iltica başvurusunda bulunabilirsin. Fakat burada başvurunuz kabul edilmedi ve tekrar Türkiye'ye gönderiliyorsunuz.

Syrian Journey oyununda Türkiye ya da Mısır arasında Türkiye'yi seçtiğinizde oyun tasarımcısı sunulan sorunlarla kalmayıp aynı zamanda vicdan ve insanlık sınavları karşınıza çıkarmaktadır. Bunun bir Örneği, oyun sırasında Yunanistan'a

gittiğinizde mülteci diğer bir aileden denize düşmüş kadını ve kızı görüyorsunuz ve burada: *Bildiğin halde onları orda bırakacak mısın yoksa onlara yardım mı edeceksin tehlikeli olduğu bilmene rağmen*? Diye Soruyla karşı karşıya gelmektesiniz. Aileniz ve vicdanınız arasında bir seçenek yapmak zorundasınız ve vicdanı seçtiğinizde onları kurtarıp ailenizden kopuyorsunuz, siz yine Türkiye'de mülteci kampta buluyorsunuz kendinizi ve elinizde kalan tek şey ailenizin buna başarmış olmakla umutlanmaktır.

The Refugee Challange oyununda İkinci seçenek Bulgaristan'dır, kaçakçıya para ödeyerek Bulgaristan'a varmaya çalışıyorsunuz fakat burada muhafızlar tarafından yakalanıp geri gönderiliörsunuz. Oyunda ikinci şansı olarak yine seçenek sunulmaktadır *Do You Stay In Turkey Or Try Again To Get Into Bulgarya*? Şansınızı tekrar deniyorsunuz ve bu sefer Bulgaristan'da varıyorsunuz, orada kalmış olduğunuz kamplardaki durumu ne kadar kötü olsa da Burada Avrupa'ya gidebilme şansınız daha yüksek gözükmektedir.

Syrian Journey oyununda iki seçeneği Mısır'ı seçtiğinizde, burada denizden geçerken bir saldırıya uğruyorsunuz, gemi arızalanıyor ve kendinizi ailenizle birlikte denizin ortasında bulunmaktasınız, umut ettiğiniz tek şey üstünüzdeki şişme ceketlerdir, sahile doğru yüzdüğünüzde bir Gemiyi görüp çığlık atıyorsunuz, onlar da sizi İtalya'ya götürüyor ve sonunda Avrupa'da varıyorsunuz. Bu seçenekte karşınıza fazla problem ve kural çıkmıyor ve daha kolay bir şekilde hedefe ulaşmıştınız.

- Her iki oyunda da doğru seçeneği seçtiğinizde hedefinize ulaşmış oluyorsunuz fakat bu hedefi alabilmek için sürekli farklı yolları ve çözümleri arayarak binlerce problemle karşı karşıya getirilmektesiniz.
- Her iki oyunda karşınıza çıkan seçenekleri seçip ona göre ilerlemeniz gerekmektedir, kader elinizdedir fakat her ihtimali göze almanız gerekmektedir.
- Seçtiğiniz yollar sürekli sorunlarla ve engellerle doludur ve siz bunları aşmak için çabalamaktasınız, bunca problemlerin yanı sıra insanlık konusu da ön plana çıkmaktadır.

- Her iki oyunda seçtiğiniz seçeneklere göre bazen istediğiniz bazen de istemediğiniz sonuçları ele alıyorsunuz, istediğiniz sonuca varamayınca geri dönüp ikinci yolu deneme fırsatınız bulunmaktadır.
- Her iki oyun aynı konu, mülteciliği kapsamaktadır ve güncel haberlere ve hikâyelere dayanarak tasarlanmıştır, oyunda gerçek olaylara uyum sağlayan görselleri kullanılmıştır ve bu oyunların daha etkileyici ve ikna edici kılmıştır.

SONUÇ

Son zamanlarda video oyunların habercilikte kullanılması gündeme gelmiştir. Çevrimiçi gazetecilikte habercilik ve haber üretim taktikleri gün geçtikçe yenilenmeye devam etmektedir. Haberi kişilere ulaştırmada yeni yollar ve türler denense de, amaç yine insanları önemli olaylardan haberdar etmektir. Bilhassa 2010'lu yıllardan itibaren görsellik ve hikâye anlatıcılığı da yeni nesil gazetecilikte yoğunlukla kullanıldığı görülmektedir. Video oyunlarının haberlere yansıması da bu bakımından değerlendirilebilir. Bu tür haberlerin üretilmesi haberoyunlar kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bazı araştırmacılar, haberoyunları gazeteciliğin bir parçası olarak görülürken bazı araştırmacılar da geçici bir haber üretim aracı olarak görmektedir. Haberoyunlar geçmiş ya da güncel haberlere dayanarak yapılmakta ve haber üretim sürecinde başrol oynamasa da kullanılan teknik ve yarattığı kullanıcı deneyimi açısından önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda dijital oyunlar gerek hikayeleştirme seçenekleri gerek tasarım süreçleri ile kişinin hem zihnine hem duygularına hitap etmektedir.

Mülteciler konusu dünya gündemini uzun süredir meşgul eden ve güncelliğini koruyan konuların başında gelmektedir. Konunun önemi ve yaşananların daha dikkat çekici bir şekilde anlatılması gerekliliği, New York Times, BBC, The Guardian vb. popüler gazetelerde konunun hikayeleştirilerek oyun şeklinde sunumunu ortaya çıkarmıştır. Oyunların hedefi oyun yoluyla hikâyeyi anlatmak ve okurun içerikten etkilenmesini sağlamaktır. Oyunlarda mültecilerin geçtiği yollar ve yaşamları çok kısa ama detaylı bir şekilde yazılı ve görsel bir şekilde anlatılmaktadır. Oyunlarda okur karşısına çıkan seçeneklerle ilerlemekte, bir mülteci rolünde oyuna devam etmektedir. Haberoyunda ilerlerken, birçok sorunla karşılaşılmakta ve okur yaptığı tercihlerle problemleri çözme yoluna gitmektedir.

Dijital oyunlar hayatın her alanına girmesinin yanı sıra siyasi konulara da dâhil olmuştur. Geçmiş ya da güncel olaylara dayanarak üretilmiş bu tür oyunlar genellikle strateji ve savaş oyunlardandır. Gerçek hikâyeleri içeren bu tür oyunlar oyunculara büyük ilgi ve heyecan yaratmaktadır.

Haberoyunlar, prosedürel retoriğin nasıl uygulamaya konulduğunun en doğrudan örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Haberoyunların nasıl işlediğine ve diğer oyun türlerinden nasıl ayrıldığına dair bir anlayışla, bir oyun tasarımcısı kasıtlı olarak politik karikatürler ve gazete başyazılarından daha iyi bir editoryal duruşu temsil edebilecek bir oyun (daha derin ve daha ikna edici bir güce sahip) yaratmaya başlayabilir. Oyunların hedefi, okurun deneyimi yoluyla olayı anlatmak ve okuru hikayenin içine çekmektir.

Bu çalışmada, Syrian Journey ve The Refugee Challange örnekleri üzerine prosedürel analiz yapılmış, haberoyunların anlatımı ve oyun kuralları çerçevesinde konunun nasıl hikâyeleştirildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın soruları şu şekilde yanıtlanmıştır:

AS1: Örneklem içindeki *Siryan Journey* ve *The Refugee Challange: Can You Break Into Fortress Europe?* haberoyunları sürekli gündemde olan ve güncelliği koruyan Suriyeli mülteciler konusunu, haberde gerçeklik, önemlilik ve insan ilgisi bağlamında ele almakta; haberin inandırıcılığı açısından kaynak kullanımı ile sağlamaktadır.

AS2: Örneklem içindeki haberoyunlar, yazılı ve görsel ögeler kullanılarak hazırlanmıştır. Oyunlar hikâyeleri net ve açık bir şekilde görselleri de ekleyerek anlatmaktadır. Kullanılan görseller ve multimedya ögeleri son derece dikkat çekici olup, gerçeği yansıtmaktadır. Haberoyuna bir mülteci aile ya da aile üyesi olarak başlanmakta ve sunulan seçeneklerle ilerlenerek hikâyede ilerlenmektedir. Bu seçenekler arasında, temel bir dijital ve teknoloji okuryazarlığı beçerisi ile ilerlenebilir. Bu nedenle incelenen haberoyunların teknik altyapısı oldukça basit hazırlanmıştır denebilir.

AS3: Örneklem içindeki haberoyunlarda, mülteci rolündeki okurun yola devam edebilmesi için karşısına çıkan yol seçeneklerinden birini seçerek ilerlemesi gerekmektedir. Bununla birlikte hangi seçeneğin seçileceğine bağlı olarak, ileride ne tür problemle karşılaşılabileceğine dair bilgi verilmektedir. Bir problemle karşı karşıya gelindiğinde, başka bir ülkeye gitmek ya da birinden yardım almak

gerekliliği çözüm yolları olarak sunulmaktadır. Her iki haberoyunda da bir problemle karşılaşıldığında bunun nasıl çözüleceğine dair seçenekler mevcuttur.

AS4: Örneklem içindeki haberoyunlar, oyun içerisinde kalındığı sürece, baştan sona kadar seçenekler sunmaktadır. Bu seçeneklerde hangi ülkeye ve hangi yolla gidilebileceğine dair bilgiler yer almaktadır ve okurun bir seçeneği seçmesi beklenmektedir. Seçilen yola göre okurun karşısına birtakım kullar çıkmaktadır. Bunlar bazen bir ücret ödeme yükümlülüğü, bazen ormanda birkaç gün kalma mecburiyeti, bazen de mülteciye yardımcı olan kişinin söylediklerine göre hareket etme zorunluluğudur. Oyuna herhangi bir adım atlayarak devam etme imkânı bulunmamaktadır.

AS5: Örneklem içindeki haberoyunlar, hikâyeyi anlatmak için yazılı metnin yanı sıra görseller de kullanılmaktadır. Bu görseller içinde bulunulan duruma göre tasarlanmıştır. Haberoyunda ilerlediğinde görseller, seçeneklere ve kurallara göre değişiklik göstermektedir. Kullanılan resimlerin/fotoğrafların her biri ayrı bir hikâye anlatmaktadır. Bu resimler/fotoğraflar kimi zaman bulunulan bir yeri ve ortamı kimi zamanda durumu net bir şekilde göstermektedir. Syrian Journey haberoyununda yazılı metinle birlikte, olaya göre tasarlanmış resimler kullanılmıştır. Fakat The Refugee Challange: Can You Break Into Fortress Europe? haberoyununda metnin yanı sıra gerçek fotoğraf ve video görüntüleri kullanılmıştır. Video görüntülerinde mülteci ailelerin yolculukları sırasında karşılaştıkları durumlar ve problemler anlatılmaktadır.

Elde edilen bulgular, haberoyunların normal bir haber metnine göre daha detaylı bir şekilde hazırlandığı, sunulan seçeneklerle okurun hikâyenin farklı yönlerini görebilmesini sağladığını söylemek mümkündür. Gazetecilikte yeni nesil bir anlatım biçimi olarak haberoyunlar, önemli olayların okurlar tarafından deneyimlenmesini ve akılda kalıcılığın sağlaması açısından dikkat çekerken, hazırlanmasının zaman alması ve hazırlayanın editoryal birikimi yanında teknik bilgiye de sahip olması gerekliliğinden dolayı sınırlı sayıda örnekle karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

1. Kitaplar

Akyüz, Selman Selim; Mete Kazaz. (2019). Sahte Haber. Karatay/Konya: Literatürk Academia.

Atasoy, Fahri. (2007). Kültürel Üzerinde Bilişim Devriminin Etkisi. Modern Türklük Araştırmaları Dergisi. Cilt 4, sayı 2.

Aydoğan, Filiz. (2011). Küresel Medya. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtımı.

Aydoğan, Filiz; Ayşen Akyüz, . (2010). İkinci Medya Çağında İnternet. Cağaloğlu/ Yayınları.

Aziz, Aysel (2020). İstanbul: Alfa Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Nobel Yayınları.

Barbier, Frederic; Catherine Bortho Lavenir, . (2001). Diderot'dan İnternete. (Çeviren: Kerem Etsen). İstanbul: Okyanus Yayınevi.

Batı, Unal. (2011). Dijital Oyunlarİ Sekizinci Sanatın İnşası. Topkapı/İstanbul: Derin yayınları. 4-31.

Bostan, Barbaros. (2011). Dijital Oyunlar: Sanal Gerçeklik Ve Dijital Oyunlar. Topkapı/İstanbul: Derin yayınları. 149-175.

Çetinkaya, Aysel. (2018). İçerik Üretiminde Reklama Çevrimiçi Gazetecilik. Ankara: Atlas Akademik Basın Yayın Dağıtımı.

Dağlı, Özgül. (2011). Dijital Oyunlar: Bir İletişim Biçim Olarak Reklam Ve Dijital Oyunlar İlişkisi, Görsel retorik Ve Söylem Analizi Çerçevesinde Değerlendirme. Topkapı/İstanbul: Derin yayınları. 35-62.

Demirbaş, Yavuz Kerem. (2012). Dijitalleşen hayat Karşısında Edebiyat Ve sanat: Bilgisayar Oyunları, Dijitalleşme Ve Sanat. Edebiyatta Üç Nokta. 67-68

Erdoğan, İrfan. (2002). İletişimi Anlamak. Ankara: Pozitif Matbaacılık, İvedik OSB.

Eskidemir, Seda Meral; Fatma Tezel Şahin,. (2019). Dijital Nesillerin teknoloji Bağımlılığı: Teknoloji İle Büyüyen Çocuklar. Ankara: Atlas Akademik basım yayınları. 89-109.

Gezgin, Suat. (2002). Geleneksen Basın Ve İnternet Gazeteciliği: İnternet Çağında Gazetecilik. İstanbul: Siyah-Beyaz Yayınları.

Huizinga, Johan. (2006). Homo Ludens. Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerinde Bir Deneme. (Çeviren: Mehmet Ali kılıçbay). Eminönü/İstanbul: Ayrıntı yayınları.

Huizinga, Johan. (2018). Homo Ludens. Oyunun Kültür içindeki Yeri zerinde Bir İnceleme. (Çeviren: Orhan Düz). Bayrampaşa/İstanbul: Alfa yayınları.

İgit, Aslı. (2019). Dijital Oyunlarda Empatik İletişim. Ankara: Atlas Akademik Basım yayınları.

Kara, Tolga. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi: İnsan, Toplum, Ekonomi. Cağaloğlu/İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kocatürk, Metin; Gamze İnan Kaya,. (2019). Dijital Nesillerin Teknoloji bağımlılığı. Dijital Oyunlar. Akara: Nobel Akademik Yayıncılık. 27-53.

Koç Akgül, Selma. (2019). İletişim Araştırmaları Ve Medya Analizleri: Çok Platformlu haber Medyasının yaratıcı Yıkım Ve Yeniden Bileşiminin Bir Ürünü Olarak Haber. İstanbul: Hiper yayın.1. Baskı. 181-199.

Kuyucu, Mihalis; Tuba Karahisar,. (2013). Yeni İletişim Teknolojileri Ve Yeni Medya. Edirnekapı/İstanbul: Zinde Yayınları.

McLuhan, Marshall. (2001). Global Köy. 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında Ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler. (Çeviren: Bahar Öcal Düzgören). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Medya İletişim Dizisi (2012). Yeni Medya Ve… Basın Ve Sosyal yayıncılık Teknolojileri.

Pavlik, John Vernon. (2001).Yeni Medya Ve Gazetecilik. (Çeviren: Müge Demir, Berrin Kalsın). Kızılay/Ankara: Phoenix Yayınevi.

Pazarbaşı, Betül. (2019). İletişim Araştırmaları ve Medya Analizleri: gazetecilikte Sanal Gerçeklik Ve Dijital Oyun, Haber Oyunları. İstanbul: Hiper yayın.1. Baskı, 255-283.

Sayımer, İdil. (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.

Tanşu, Okan. (2017). Digicrimination. Dijitalleşmeyle Gelen yeni Bir Ayırımcılık: Bunlar İyi Günlerimiz. Cağaloğlu/İstanbul: Literatürk Academya.

Terranova, Tiziana. (2020). Ağ Kültürü Enformasyon Çağında Siyaset. (Çeviren: Ezgi Kaya). Kızılay/Ankara: Utopya Yayınevi.

Timisi, Nilüfer. (2016). Dijital: Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler. Zeytinburnu/İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Uluç, Güliz. (2003). Küreselleşen Medya: İktidar Ve Mücadele Alanı: Olanaklar-Sorunlar-Tartışmalar. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınları.

Uysal, Meyrem Tuna. (2019). Dijital Nesillerin teknoloji Bağımlılığı: Dijitalleşmiş Şiddet, Dijital Oyunlardaki Şiddet Öğelerinin Çocuklar zerinde Etkisi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık. 113-138.

Vasseur, Frederic. (1993). Geleceğin Medyaları. (Çeviren: Galip Üstün). Cep Üniversitesi, İstanbul: İletişim Yayınları.

Yedig, Serhan; Haşim Akman,. (2001). İnternet Çağında Gazetecilik. İstanbul: Metis Yayınları.

Yıldırım, Yusuf. (2019). Dijital Nesillerin teknoloji bağımlılığı: Dijital Yerlileri Tehdit Eden Teknoloji Bağmlılığı ve Siber Zorbalık Tehlikeleri. Ankara: Atlas Akademik Basım Yayınları. 61-86.

Yılmaz, Ercan Altuğ. (2015). Oyunlaştırma. Topkapı/İstanbul: Abaküs yayınları.

2. Makaleler, Bildiriler, Diğer Basılı Yayınlar

Aktaş, Celalettin. (2007). İnternetin Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi. İSSN. 5(1). 30-41.

Aktaş, Celalettin. (2013). İnternetin Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi. Selçuk İletişim, 5(1), 30-41.

Aslan, Hüseyin. (2015). Geleneksel Gazeteciliğin Çevrimiçi Gazeteciliğin Bir Sonucu Olarak Dönüşümü. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.

Aslanyürek, Malik. (2016). İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcılarının İnternet Güvenliği ve Çevrimiçi Gizlilik ile İlgili Kanaatleri ve Farkındalıkları. İstanbul gelişim Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi. Maltepe Üniversitesi İletişim fakültesi Dergisi. 3(1), 80-106.

Ataş, Furkan. (2018). Bilgisayar Oyunları Ve Bilinçaltı Mesaj. Diyarbakır Bağlar TOBB Ferdi Yiğit Anadolu İmam Hatip Lisesi. Sayıfa sayısı: 18.

Aydoğan, Aylin. (2012). İletişim Araştırmalarında İnternet Gazeteciliği: Bağlamsal çalışmaların eksikliği. Ankara Üniversitesi İletişim fakültesi. İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi. Sayı: 35, 19-41.

Bulunmaz, Barış. İnternet Gazeteciliğin Medya Dünyası İçindeki Rolü Ve Ekonomik Boyutları. Marmara Üniversitesi. Türkiye İletişim Araştırma Dergisi. 27-46.

Buyruk, Halil. (2018). Gelişen Teknolojiler, Değişen İşgücü Nitelikleri Ve Eğitim. Ankara Üniversitesi eğitim Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi. OPUS. Çankaya/Ankara. (8), 599-632.

Büyükbaykal, Ceyda İlgaz; Mustafa Fidan. (2020). Yeni Gözetim Alanı Olarak İnternet Ve Sosyal Medya. İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı. Atlas Dergisi. 4(5). 63-75.

Çaba, Deniz. (2019). Sosyal Medya Çağında Gazetecilik Ve İnovasyon: Twitter'da Gazetecilik Pratikleri zerinde Bir Analiz. İlef dergisi, Araştırma Makalesi. 6(1). 95-120.

Çavuş, Selahattin; Ayhan, Bünyamin; Mehmet Tuncer. (2016). Bilgisayar Oyunları Ve Bağımlılık: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi. İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi. Sayı: 43, 265-289.

Çetinkaya, Aysel. (2016). Çevrimiçi Gzetecilikte Yeni Bir Reklam Modeli Olarak Doğal Reklamlar. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi. AJİT-e: Online Academic journal Of İnformation Technology. (7), sayı: 25. 124-136.

Çetinkaya, Aysel. (2017). Basın İşletmelerinde Çevrimiçi Gazetecilik İle İstihdam Ve İşgücü Becerilerinin Dönüşümü. Kocaeli Üniversitesi İletişim fakültesi. Erciyes İletişim Dergisi. 5(1), 380-398.

Demirtaş, Mine. (2012). Yerel Yönetimlerde Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarının Kullanımı: Üsküdar Belediyesi Örneği. E-journal Of New World Sciences Academy. (7). 291-314.

Denizel, Deniz. (2012). Sanatın Yeni Evresi Olarak Bilgisayar Oyunları. Felsefe Ve Sosyal Bilimler Dergisi. Sayı: 13. 107-143.

Doğan, Derya; Gurkan Özocak,. (2013). Dijital Oyunlar, Multimedya Yaratımlar Ve Güncel Hukuki Problemler. 3. Uluslararası Bilişim Hukuku Kurultayı Bildiriler Kitabı. Sayıfa Sayısı: 15.

Dönmez, İ. Hakan. (2010). İnternet Haberciliğinde Tıklanma Kaygısı ve Kapan Manşetler. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. (14), 105-109.

Eraslan, Pınar. (2014). Gazetecilik Mesleğindeki Değişim ve 21. Yüzyılda Gazetecilik. Marmara İletişim Dergisi. (6), 221-234.

Gedik, Yasemin. (2021). Çevrimiçi Dünyada Yükselen Bir Trend: Video Pazarlama Üzerinde Kavramsal Bir Değerlendirme. 1Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. İstanbul. 4(1), 117-157.

Hancığaz, Erhan. (2022). Yabancılaşma Unsuru Olarak Hikayeli Bilgisayar Oyunları. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Basın ve Yayıncılık Bölümü. Araştırma Makalesi. Atatürk Üniversitesi yayınları. 26(1). 143-149.

Karadeniz, Oğuz Özgür. (2017). Oyun İncelemelerinde Ludoloji-Narratoloji Tartışması Ve Alternatif Kuramsal Arayışlar. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi. (27), 57-78.

Kayserilioğlu, Kürşat. (2020). Türkiye'de Ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları. Sayıfa Sayısı: 34.

Koçer, Sevim; Aysel Çetinkaya. (2014). Sosyal Medyanın Ekonomisi: Youtube, Facebook, Twitter ve Google'ın İncelenmesi, I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, Kocaeli Üniversitesi, 694-724.

Özkan, Çiğdem. (2020). Yeni Medyada Dijital Hikâye Anlatısına Yeni Bir Yaklaşım: Haber Oyunları. Üsküdar Üniversitesi, İletişim fakültesi, Akademik Dergisi, Araştırma Makalesi. (6), 146-167.

Prensky, Marc. (2001). Fun, Play And Games. What Makes games Engaging: İn Digital Game-Based Learnimg. MC Graw-Hill.

Savaş, Serkan; Osman Güler; Kemal Kaya; Gürhan Çoban; Mehmet Suat Güzel. (2021). Eğitimde Dijital Oyunlar Ve Oyun İle Öğrenme. İnternational Journnal Of Active Learning, Araştırma Makalesi. Dergipark. 6(2). 117-140.

Sezen, Diğdem. (2013). Bir sanatsal İfade Aracı Olarak Dijital Oyunlar. İstanbül Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. (45), 129-147.

Şirin, Alican. (2017). Dijitalleşme Ve Oyun Sektörü. Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon Ve Sinema Bölümü. Mezuniyet Projesi. Sayıfa Sayısı: 31.

Sicart, M. (2011). Against Procedurality. Game Studies - The International Journal Of Computer Game Research. 11(3). http://gamestudies.org/1103/articles/sicart_ap, erişim tarihi: 30.05.2022.

Sucu, İpek. (2020). Dijital Çağda Değişen Gazete ve Gazetecilik kıtabında „İletişimde Yeni Medyanın Getirdiği Değişimler, Gazetecilik ve Haber İletişiminde Dönüşüm. Ankara: İksad Publication. 39-67.

Tokgöz, Mert. (2020). İnternet Ve Sosyal Medya Kullanımının Psiko-Sosyal Değişkenlerle İlişkisi. Lisans Bitirme Projesi. İstanbul.

Topal, Atakan. (2015). Dijital Oyunların Medya Kullanım Alışkanlıklarına Etkisi: World Of Warcraft Örneği. Kocaeli Üniversitesi. 4. Sosyal Bilimler Kongresi. Sayıfa Sayısı: 23.

Treanor, Mike; Michael Mateas. (2009). Newsgames: Procedural rhetoric Meets Political Cartoons. University Of California. Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory. Proceedings of DiGRA 2009.

Turan, Nuray. (2007). Yeni Medya Ve Gazetecilik. Ankara Üniversitesi Yüksek Lisans tezi.

Wiehl, Anna: (2014). Newsgames : Typological approach, re-contextualization and potential of an underestimated emerging genre. University Of Bayreuth, Germany, Medya Studes. Sayıfa Sayısı: 14.

Yengin, Deniz. (2014). İletişim Ve…: Dijital Oyunlar Ve Şiddet. İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat Ve tasarım Fakültesi. 317-331.

Yılmaz, Berkant. (2016). Yeni Medya Ortamlarında İçerik Oluşturma Aracı Olarak Dijital/Görsel Hikayecilik Anlatımı. 2. Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi. Antalya. 1108-1121.

Yurdigül, Yusuf; Hakan Yüksel. (2012). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyada Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri. Akdeniz Üniversitesi Dergisi, İletişim Fakültesi. (18). 140-161.

3. Elektronik Kaynaklar

https://tr.eferrit.com/retorik-analiz, Erişim tarihi: 25.05.2022.

http://gamestudies.org/1103/articles/sicart_ap, Erişim tarihi: 30.05.2022.

https://www.bbc.com/news/world-middle-east-32057601, Erişim Tarihi: 30.05.2022.

https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2014/jan/refugee-choices-interactive, Erişim tarihi: 30.05.2022

ÖZGEÇMİŞ

Mari Khozrevanidze ilk, orta ve lise eğitim Gürcistan'da tamamlamıştır. 2018 yılında Shuakhevi Tbel Abuseridze Üniversitesi Gazetecilik bölümünden mezun oldu. Lisans dördüncü sınıfın ikinci döneminde Adjara TV kanalında yardımcı muhabir olarak staj yapmıştır. 2018 yılın ekim ayında Kocaeli Üniversitesi Gazetecilik bölümünde yüksek lisans görmeye başladı. Halen tez aşamasında öğrenciliğini sürdürmektedir.