PAPER DETAILS

TITLE: TRANSMEDYA, KOLEKTIF ANLATI VE KENT: POKÉMON GO ÖRNEGI

AUTHORS: Cemile TOKGÖZ,Burak POLAT

PAGES: 114-129

ORIGINAL PDF URL: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/496934

TRANSMEDYA, KOLEKTİF ANLATI VE KENT: POKÉMON GO ÖRNEĞİ*

Cemile TOKGÖZ ŞAHOĞLU**

Burak POLAT***

ÖZET

Anlatı, insanın kendisini ve çevresini, anlamak ve anlatmak için ihtiyacı olan imgelerin taşıyıcısıdır. Yazılı, sözlü, görsel ya da dijital medyanın her biri anlatıya farklı etkiler katarken, bir anlatının birden fazla medya aracılığıyla aktarılması anlatının etki alanını genişletmek için çokça izlenen bir yoldur. Bir anlatının her bir versiyonunun kendi içinde bir bütünlüğü olmakla birlikte bir araya geldiğinde daha büyük bir bütün oluşturduğu, kuşatıcı anlatılar transmedya anlatılarıdır. Her bir parça temel anlatının karakter, olay, zaman, mekân gibi unsurlarından birinin derinine inerek bütüne katkı sağlamaktadır. Pokémon, anime, manga ve oyunlarıyla on yıllardır süregelen bir transmedya örneğidir. Pokémon'un dünyada oldukça ün kazanan son versiyonu da Konum Tabanlı Mobil Oyun ya da Artırılmış Gerçeklik Oyunu olarak adlandırılan Pokémon Go!'dur. Pokémon anlatısının, mobil cihazların, fiziksel mekânın ve kolektif eylemin buluşmasıyla oluşan Pokémon Go, mevcut Pokémon anlatısının fiziksel mekânla ve gündelik yaşamla ilişkisini derinleştirmektedir. Pokémon Go'nun çift katmanlı anlatısının birinci katmanı bilinen Pokémon anlatısı üzerinden oyun tasarımcılarının tasarladığı Pokémon Go anlatısı iken; ikinci katman tamamen oyuncuların kent sokaklarında oyunu oynarken kolektif olarak yarattıkları dinamik anlatıdır. Sokaklarda pokémonların bulunduğu yerlere giden, gündelik yaşamda rotasını buna göre tayin eden, Pokéstop'lara dönüşen kent öğeleri üzerinden kimlik ve sahiplik geliştiren oyuncu, tüm bu etkileşimler sonucunda farklı bir kent deneyimi ve kent imgesi geliştirmektedir. Bu çalışmada, konum tabanlı mobil oyunlar aracılığıyla ortaya çıkan kent deneyimlerinin kolektif transmedya anlatısındaki yerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Pokémon Go üzerine katılımcı gözlem ve derinlemesine görüşme yapılarak transmedya anlatılarına kentin eklemlenişi tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Transmedya, Kolektif Anlatı, Konum Tabanlı Mobil Oyunlar, Pokémon Go!.

TRANSMEDIA, COLLECTIVE NARRATIVE AND URBAN SPACE: THE CASE OF POKÉMON GO

ABSTRACT

The narrative contains the cognitive images that people needs for understanting themselves and their environments. Each media, written, visual or digital, have different effects on the narrative. Nevertheless, the presentation a narrative through multiple media platforms expands the influence of the narrative. Each version of the basic narrative is a whole in itself and, when all the pieces come together, they form a larger whole. These immersive narratives are named as transmedia narratives. Each piece contributes to the whole narrative by deepining one of the story elements such as characters, place, time or event. Pokémon is a famous transmedia example that has been going on for decades with anime, manga, games and cards. The latest version of the Pokémon narrative is "Pokémon Go!" which is called location based mobile games or augmented reality game. Pokémon Go that takes place in the intersection of Pokémon narrative, mobile devices, physical space and collective action, deepens the relationship between Pokémon narrative and urban spaces. The first layer of the

* International Symposium Communication in the Millenium adlı 25-28 Nisan 2018 tarihinde Eskişehir'de gerçekleştirilen sempozyumda sunulmuş olup tam metni hiçbir yerde yayınlanmamıştır.

** Arş. Gör. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Bilişim Anabilim Dalı, cemiletokgoz@gmail.com

*** Arş. Gör., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Bilişim Anabilim Dalı, burak.polat@marmara.edu.tr

Makale Gönderim Tarihi: 18.05.2018 – Makale Kabul Tarihi: 04.06.2018

double-layered Pokémon Go narrative is the location based mobile game narrative designed by game designers; the second layer is a dynamic and collective narrative that players create together while playing in the streets. The players catch the pokémons, go to Pokéstops for collecting items and constructs a player identity through urban elements, so they evolve new everyday life experiences and sense of urban place. In this study, it is aimed to reveal the influence of urban experiences emerged through location based mobile games on collective tranmedia narratives. In the light of participant observation and in-depth interviews on Pokémon Go, the integration of urban space on transmedia narratives is discussed.

Key Words: Transmedia, Collective Narrative, Location Based Mobile Games, Pokémon Go!.

GİRİŞ

İnsan dünyayı anlatı aracığıyla tanımakta, anlatıyı ise medya aracılığıyla algılamaktadır. Medya teknolojileri dönüşürken anlatı biçimleri de değişmiştir. Dijital medya ile dinleyiciden kullanıcıya dönüşen birey, hem kendi içeriğini üreterek ve hikâyesini çoklu ortam öğeleriyle zenginleştirerek anlatma ve ağda dolaşıma sokma şansına sahip olmuş; hem de kullanıcıların kolektif eylemiyle kolektif anlatılar daha hızlı ve kolay yaratılır olmuştur. Bu üretim zenginliğinde 2000'li yılların başından bu yana yükselişe geçen bir olgu transmedya anlatılarıdır. Çeşitli medya platformları ve dinleyicinin içerik üreticisine evrilmesiyle, aynı anlatının farklı mecralarda farklı özellikleri ön plana çıkartılarak anlatılması doğmuştur. Transmedya anlatılarından her bir parça kendi içinde bir bütün olmakla birlikte, biraraya gelerek daha büyük bir bütünü meydana getirmektedir.

Küresel çapta şöhrete sahip olan Pokémon anlatısı, anime, manga, oyun, kartlar, oyuncaklar ve son olarak *Pokémon GO!* mobil oyunu ile güçlü bir transmedya örneğidir. Pokémon anlatısını animeden izleyenler, video oyunu aracılığıyla animede olmayan detayları keşfetmekte, pokémon kartları ile pokémonların bir bir özelliklerini öğrenmekteydi. Pokémon evreninin son parçası olan *Pokémon GO!* ise dijital enformasyon ile fiziksel mekânı bir araya getiren arttırılmış gerçeklik özelliği ile on yıllardır süregelen Pokémon anlatısını buluşturmuştur. Gerçek kent haritaları üzerine yapılandırılan oyunda kente ait heykeller, parklar, mimari yapılar vb. oyunsal öğelerdir ve bu öğelerle etkileşime geçmesi için oyuncunun fiziksel olarak orada bulunması gerekmektedir. Bu çalışmada fiziksel mekân ve dijital enformasyonu bir araya getirerek insan-mekân etkileşimini etkileyen *Pokémon GO!'*nun kent, kolektif eylem ve transmedya anlatısı ekseninde tartışılması amaçlanmış, oyun üzerine nitel bir araştırma yapılmıştır.

MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ, DİJİTAL HİKAYE ANLATICILIĞI VE 'DÜNYALARDAN BİR DÜNYA' GÖRMEK

Hikayeler insan yaşamının bir parçasıdır ve insanlar dünyayı hikâyeler aracılığıyla yorumlamaktadır. Hikâyeler, bireyin kendi iç dünyasını ve onu kuşatan evreni anlamak ve anlatmak için ihtiyacı olan imgeleri aktaran sembollerin taşıyıcısıdır. Kelimeler bir araya gelip zihnimizde imgeler inşa etmektedir. Hikâyeler insanlara kim olduklarını, toplumsal değerlerini hatırlatmakta ve topluluk üyelerini birbirine bağlamaktadır (Barthes, 2014; Benjamin, 2012; Randall, 1999; Sanders, 1999). Hikâye, bir zaman ve uzamda, gerçek ya da hayali, olayların belirli bir düzenlemesidir. Hikâye ve anlatı birbirinden net bir şekilde ayrılacak nitelikte tanımlanmamıştır. Zoraki bir ayrımla anlatı bir cins, hikâye ise onun türlerinden biri olarak ifade edilebilse de anlatı ve hikâye çoğu zaman birbirinin yerine kullanılmaktadır. Randall (1999) gündelik dilde insanların hikâye sözcüğünü kullanma eğiliminin fazlalığından ötürü hikâye sözcüğünü tercih ettiğini açıklarken insan yaşamının bir parçası olan hikâyenin cazibesini vurgulamaktadır. Randall (1999: 99) *"film, haber ve romanlardan aldığımız kalıcı hazzı; fıkra, dedikodu ve reklamlara tiryakiliğimizi; tarih,*

biyografi, fantezi ve rüyalara yönelik dayanılmaz ilgimizi" hikâyelerin cazibesiyle açıklamaktadır. Hayatla anlatı arasındaki sınır belirsizdir ve hikâye yaşamı taklit etme gücüne sahiptir. Hikâye gündelik yaşamın bir parçasıdır ve ondan ayırt edilememektir. Randall söz konusu iç içeliği hikâyeler yazan yazarların bile hikâyeyi tanımlamakta ve gündelik yaşamdan ayırmakta zorlandıklarından bahsederek vurgulamıştır. Hikâyeyi tanımlamak için gereken üç şeyden birincisi, hikâyenin anlatıcısıdır. Anlatıcı, hikâyeyi yaratan ve bir bakış açısı sunandır. İkincisi gerçek ya da kurgusal karakterler, üçüncüsü ise karakterlerin durum ve davranışlarını planlayan bir çerçeve olarak olay örgüsüdür (Randall, 1999: 93).

Sarbin'e (1986) göre insanlar anlatı yapılarına göre düşünmekte, algılamakta, hayal etmekte ve seçim yapmaktadır. Hikâye anlatıcısının bakış açısı ve anlatının aktarıldığı medya insanların dünyayı algılama biçimini etkilemektedir. Yazılı kültür, kitle iletişim araçları, görsel kültür, dijital medya vb. her bir medya yapısal özellikleri doğrultusunda anlattıkları hikâyeleri biçimlendirmiştir. Dolayısıyla medyanın özellikleri içeriği görme ve algılama biçimlerimizi etkilemekte, zihinsel imgemizin oluşum sürecine katılmakta ve yeni bir anlatı kültürü oluşturmaktadır.

Medya ile dil, kültür, imgelem arasındaki etkileşimin yoğunlaşması kuşkusuz görsel kültürün yükselişiyle yaşanmıştır. Görsel medya gücünü duyu organları arasında en çok değer atfedilen görme duyusundan almaktadır ve görme gerçeklik duygusunu pekiştirdiği için güçlüdür (Berger, 2006: 7; Rigel, 2004: 7). Dijital medya ise hem çokluortam özelliğiyle görselliğin 'görme'den aldığı gücü diğer duyularla desteklemiş, hem de eşzamanlı ve etkileşimli yapısıyla gerçekliğe daha çok yaklaşmıştır. Yeni teknolojilerle imaj yaratımında sınırsız özgürlük ve esneklik imkânı doğmuştur (Robins, 2013). Burnett'e (2012) göre teknolojik araçlar algımızı dönüştürmektedir ve yaratılan imgeler dijital aygıtlarla etkileşimimizin bir ürünü olmaktadır. Böylece hikâye anlatıcısı kendi hikâyesini dijital medyanın imkânlarıyla yaratma ve sosyal medyada dolaşıma sokma şansına sahip olurken, sosyal medyada kullanıcılar ortak bir dil inşa etmekte, ortak bir imgelem oluşturmaktadır.

Benjamin (2012: 77) hikâye anlatıcısının artık medya olduğu çağda, insanın deneyimle değil medya yoluyla enforme edildiğini ifade etmiştir. Hikâye anlatıcılığı insanın varoluşsal bir özelliğidir ve dijital medya kullanıcısı yalnızca hikâye dinleme ve anlatma biçimini değiştirmiştir. Sosyal medya hikâyeleriyle gündelik yaşam fotoğraf, video, konum verisi, hashtag, kombinasyonlarıyla anlatılmaktadır. Dijital medya kullanıcısının takip ettiği anlatı araçları arasında mobil oyunlar geniş bir yer tutmaktadır. Vurgulanması gereken diğer bir özellik, dijital medya ile içerik üreticisine dönüşen kullanıcılar, kolektif anlatılar yaratma kabiliyeti kazanmıştır. Dijital medya kendi olanaklarıyla bir imaj bolluğu sunmaktadır ve bu imaj bolluğunda insan, Leppert'in deyimiyle asıl dünyayı değil 'dünyalardan bir dünya' görmektedir. *"İmgeler maden cevheri gibi kazılıp çıkarılan şeyler değil, belli bir sosyo-kültürel ortam içerisinde belli bir işlev görmesi için inşa edilen şeylerdir."* (Leppert, 2002: 14). Dijital anlatılar, kendi imge dünyasını ve dijital belleğini yaratmaktadır.

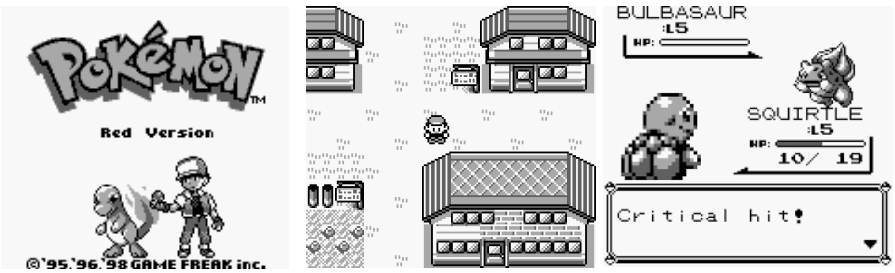
TRANSMEDYA ANLATILARI VE *POKÉMON* EVRENİ

Marsha Kinder 1991 yılında yayınlanan *İktidar ile Oynamak* (Playing with Power) eserinde ilk defa transmedya terimini kullanmıştır. 2003 yılından bu yana Henry Jenkins'in transmedya hikaye anlatıcılığı başlığındaki tartışmaları konuyla ilgili araştırmalara derinlik kazandırmaktadır. Konu ile ilgili çalışmaların ortak bakış açısı çağdaş hikaye anlatıcılığının bu etkileşimli formunun tüm eğlence ekosisteminin kapasitesini genişleterek dönüştürdüğü yönündedir (Nedelcheva, 2016:3735).

Transmedya anlatıları, medya yakınsaması ile ortaya çıkmıştır. Transmedya, birden fazla medyanın kullanılması ve katılımcı bir içerik üretimiyle eğlence deneyimini artırma unsurudur. İdeal transmedya anlatısında, bütünü oluşturan her parça kendi içinde tam ve güçlü bir anlatı örneği olmalıdır. Bir anlatı film olarak ortaya çıkabilir, çizgi roman ile genişletilebilir ve dijital oyunu ile oyuncular tarafından anlatısı keşfedilebilir. Fakat iyi bir transmedya örneğinde bütünü oluşturan parçaların her biri kendi içinde bir bütündür ve oyunu oynamak için filmi izleme mecburiyeti olmamalıdır. Transmedya anlatıları zincire eklenen her yeni medya ile hedef kitlesini büyütmeyi hedeflemektedir ve mevcut takipçilerinin ilgisi ve sadakatini sürdürmeyi amaçlamaktadır. Televizyon ve çizgi roman kitlesi birbirinden farklıdır. Transmedya anlatıları ile aynı anlatıyı birbirinden farklı kitlelere ulaştırma şansı oluşacağı gibi, çapraz piyasa yaratılarak televizyon hedef kitlesini çizgi romana çekmek de mümkün olmaktadır. Bununla birlikte medya tüketicisinin içeriği zenginleştirme şansı bulunmaktadır (Jenkins, 2006).

İdeal bir transmedya uygulamasında her öğe kendi kanalında kendi doğasına uygun şekilde en iyi ve yegane şeyi yapmaktadır. Bir hikaye önce sinema filmi olarak sunulup ardından televizyon, kitap, ve çizgi roman versiyonları ile devam edebilir; ve en nihayetinde yaratılan dünya tüm boyutlarıyla keşfe açık bir şekilde oyunlar aracılığıyla deneyimlenebilmektedir. Her öğe kendi çerçevesinde tüketilebilirdir; bir diğerine hakim olmadan da alıcı tarafından zevkle deneyimlenmektedir. Pokémon örneğini referans alırsak her ürünün bütüne hizmet ettiğini söylemek doğru olacaktır. Oyunlar, çizgi filmler, filmler, çizgi romanlar vs. birbirinden farklı ortamlar aracılığıyla sunulan yeni hikayeler barındıran medya öğeleri alıcılar için Pokémon evrenine dair daha fazla enformasyon sunmaktadır. Transmedya uygulamalarında her anlatı diğerinden ayrıdır ve bir o kadar da büyük anlatının bir parçası niteliği taşımaktadır. Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin katkısıyla transmedya katılımı vurgulayan deneyimsel bir doğaya sahip teknik bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugünün transmedya uygulamalarının kapasitesi ile alıcı hikayenin içine çekilerek hem alıcı, hem de anlatıcı, ve hatta üretici olabilmektedir (Nedelcheva, 2016; Gürel ve Tığlı, 2014). Kullanıcının tüketiciden katılımcıya dönüşmesiyle ve yaygın teknolojilerle dijital iletişime mekânın ve gündelik yaşamın daha fazla dahil olmasıyla, transmedya anlatıları yeni bir kimlik daha kazanmıştır.

Japonca Poketto Monsuttā yani cep canavarları kelimelerinin kısaltması olan Pokémon, oyun yapımcısı Satoshi Tajiri tarafından yaratılmış olan hayali canlılar ile insanlar arasındaki etkileşimi merkezine alan bir transmedya örneğidir. 1996 yılında Game Boy için üretilmiş olan rol yapma oyunu (RPG) olarak Game Freak Inc. tarafından piyasaya çıkan Pokémon anime, manga, kart oyunu, oyuncak, kitap, video ve mobil oyun olarak bir çok farklı ortamda karşımıza çıkmaktadır. 1998 yılında anime olarak yayımlanmaya başlanması ile birlikte Türkiye'de de bilinirliğe kavuşmuş olan Pokémon evreni an itibari ile toplam 18 farklı türde 806 adet Pokémon barındırmaktadır (Pokemon.com, 2018). Pokémon evreni 2018 itibarıyla 20 sezon 1000'i aşkın anime dizi bölümü, 20 sinema filmi, 9 kısa film, 12 seride 31 oyun ve 122'yi aşkın yan oyundan oluşmaktadır (WikiZero, 2017).



Görsel 1. İlk Pokémon Oyunu Pokémon Red'in Ekran Görüntüleri

Hem oyunlar hem de animeler ortak bir hikaye çerçevesine sahiptir. Dünya Pokémon denen canlılarla doludur, ana karakterimiz bu canlılara bağlıdır ve onların eğitmenliğini yapmak istemektedir. Pokémon evreni ile ilgili ilk detayları bize oyunun ve animenin önemli karakterlerinden Prof. Oak vermektedir ve Oak insan-Pokémon ilişkisini ilk oyunun giriş bölümünde şu şekilde betimlemektedir: *"Bazıları Pokémon'u evcil hayvan olarak görür, bazıları onları eğitir ve savaştırır, bazıları ise bilimsel olarak onları araştırır."*. Ana karakterimiz doğada dolaşarak farklı Pokémonlarla karşılaşmaya ve karşılaştıkça onlarla savaşıp ele geçirmeye çalışmaktadır; ele geçiridiği Pokémonları eğitmeye çalışıp, onlar ile turnuvalara katılıp ödüller kazanmaya çalışmaktadır.[*] Pokémon evreninin anlatısında hikayedeki ana rakiplerden farklı olarak hikayeyi iyilik-kötülük (bencillik-fedakarlık) ayrımına sokan yan hikayeler mevcuttur; bunların başında roket takımı gelmektedir. Roket takımı adı verilen, ana motifi Pokémon evrenini ele geçirmek olan, anlatıdaki çete ana karakterin Pokémonlarını çalmaya çalışarak, ilerlemeye çalıştığı patikalara tuzaklar kurarak ve benzeri türlü türlü zorluklar çıkarmaktadır. Söz konusu Pokémon anlatısı anime, manga, oyun bileşenleriyle bir bütün oluşturmaktadır ve bir transmedya anlatısı özelliğindedir.

Buckingham ve Sefton-Green'e (2004: 12) Pokémon'un transmedya özelliği şöyle ifade etmiştir:

> Pokémon, insanların sadece izledikleri, okudukları ya da tükettikleri bir şey değildir, yaptıkları bir şeydir. Pokémonların yüzlerce çeşidi ve her çeşidin evrimsel formları vardır. Çocuklar Pokémonlar hakkında bilgi edinmek için çizgi filmi izleyebilirler, oyununu oynayabilirler ya da kartları kullanabilirler. Pokémon kültürü takipçisini birden fazla medya kullanmaya ve başkalarıyla etkileşim halinde olmaya iter.

Yazarlar bu açıklamayı yaptıklarında Pokémon transmedya anlatısı henüz konum tabanlı mobil oyuna sahip değildi. Fakat o haliyle de, Pokémon'u kolektif bir anlatının ürünü olarak değerlendirmişlerdir. Pokémon anlatısını kolektif eylemin bir ürünü olarak ele almışlardır (Jenkins, 2006: 128-130). Castells (2001: 202), gençlerin enformasyonel avcı ve toplayıcılar haline geldiklerini, farklı medya tipleri arasındaki ilişki ve etkileşimi keyifle keşfettiklerini ifade etmiştir.

KONUM TABANLI MOBİL OYUNLAR, HİBRİT MEKÂN VE *POKÉMON GO!*

KTMO (konum tabanlı mobil oyunlar), mobil cihazlar, kablosuz iletişim, konum verisi, kent, kurgu ve anlatının kesiştiği noktada yer alan, mekânsal olarak hibrit özellik taşıyan, zamansal olarak oturumlara bölünmeksizin gerçek yaşamın sürekliliğine sahip olan oyunlardır. Oyuncular kent sokaklarında yürüyerek dolaşırken, mobil cihazlarında kentin dijital haritasını takip etmekte, zihinsel olarak oyunun dijital anlatısı aracılığıyla fiziksel olarak bulunduğu kenti deneyimlemektedir. Chee, bu tarz oyunların boş zaman-çalışma zamanı ya da kamusal alan-özel alan ikiliklerinin dışında ve hepsini kapsayan 'üçüncü uzam'da oynandığını belirtmiştir (Hjorth, 2013). McGonigal'a (2011) göre, KTMO gündelik nesneleri ve mekânları etkileşimli mecralara dönüştüren uygulamalardır. Jegers (2007) KTMO için mobil, sosyal ve hibrit (mekânsal olarak) sıfatlarını kullanmıştır. Hibrit mekân, fiziksel mekân ile mekâna ilişkin dijital enformasyonun iç içe geçmesiyle oluşmaktadır.

[*] Pokemonların en nihayetinde doğada bulunan canlılar olması ve onları mülk edinme, savaştırma ve benzeri eylemlerin hikaye anlatısının temelinde bulunması PETA gibi nice sivil toplum örgütünün oyunu protesto etmesine sebebiyet vermiştir (Truong, 2016). Hayvanların birbirleri ile dövüştürülmesi fikri son derece rahatsız edici gelse de Japon kültüründe tarihsel bir geçmişi olduğuna dair yorumlar da bulunmaktadır; oyunu tasarlayan Satoshi'nin ikinci dünya savaşında savaşın bunalımından kaçmaya çalışan çocukların çekirgeleri yakalayıp, eğitip dövüştürmesinden etkilenmiş olabileceği iddia edilmektedir. (Kincaid, 2014).

Fiziksel mekân ve sibermekân birbirine daha çok oyun içerisindeki algısal süreç ve eylemler aracılığıyla eklemlenmektedir. Dolayısıyla oyunun anlatısı fiziksel mekânı algılama sürecini etkilerken, kent sokaklarındaki oyun deneyimi de oyun anlatısını biçimlendirmektedir.

KTMO tanımını daha açık formüle etmek için klasik oyun tanımına yeni bir dokunuş yapılmıştır. Huizinga (2013), oyunu, gerçek yaşamı dışarıda bırakan, sihirli çember olarak adlandırılan bir sınıra sahip olan, oyuncunun dış dünyayı unutarak oyuna tamamen kapıldığı (immersion), kuralları olan ve kurallar dahilinde eylem özgürlüğü tanıyan bir olgu olarak tanımlamaktadır. Hjorth ve de Souza e Silva (2009) bu tanımı KTMO için gözden geçirerek, gerçekle oyun arasındaki sınırın silikleştiğini, zamansal ve mekânsal olarak sihirli çemberin genişlediğini vurgulamıştır. Bununla birlikte oyuna kapılma durumu, oyun mekânı ve kuralları ile sınırlı kalmayarak kent yaşamının özellikleriyle dönüşüme uğramıştır. Montola (2011) ise KTMO ile sihirli çemberin zamansal, mekânsal ve sosyal olarak genişlediğinin, oyunsal-ciddi ya da gerçek-kurgu sınırlarının geçirgen bir hale geldiğinin, kamusal alandaki toplumsal norm ve davranış kalıplarında yeni yönelimler oluştuğunun altını çizmiştir.

KTMO serüveninin atası GPS tabanlı bir hazine avı olarak özetlenebilecek *Geocaching* oyunlarıdır. Bu oyunları konum farkındalığı olan *Gowar, Alien Revolt, Mogi, Botfighters, Can You See Me Now?, Blast Theory* ve *Zombies, Run!* gibi strateji oyunları takip etmiştir. *Ingress* Niantic'in oldukça gelişmiş bir altyapıya sahip konum tabanlı oyunu olmakla birlikte *Pokémon GO!*'nun öncülüdür. *Pokémon GO!* ise, bir transmedya anlatısı olan Pokémon anlatısının konum tabanlı oyun versiyonudur.

Görsel 1. Pokémon GO!'daki PokeGym ve Artırılmış Gerçeklik Özelliği

Nintendo ve *Niantic Labs* ortaklığında yaratılan bir KTMO örneği olan *Pokémon GO!*, 2016 yazında yayınlanarak ilk oyunun 20. yılını devirmesinden sonra Pokémon'un küresel bir fenomen olarak namını korumasını sağlamıştır. Oyun tasarım perspektifi ile bakıldığında *Pokémon GO!* artırılmış gerçeklik arayüzü kullanan bir oyundur (Sicart, 2016). Oyun temel olarak günümüz mobil teknolojileri ve artırılmış gerçeklik uygulamalarını Pokémon hikaye anlatısı ile harmanlamaktadır. Oyun oyuncunun mobil cihazındaki GPS özelliğini kullanarak konumunda bulunan Pokémonları ve oyun objelerini ona sunmaktadır. Mäyrä'ya (2016) göre *Pokémon GO!* konum tabanlı bir oyun olarak oyuncuları dışarıya çıkmaya ve şehirlerin sokaklarında ve meydanlarında etkileşime geçmeye davet etmektedir. Oyuncu oyun içinde gerçek zamanlı konumunu gerçek şehir haritası üzerinde gözlemlemektedir; bu harita arayüzü aracılığıyla oyun içerisinde oyuncu yürüdükçe, obje topladıkça ve Pokémon yakaladıkça seviyesi yükselmektedir ve seviye yükseldikçe daha güçlü Pokémonlar ve de daha işlevsel

oyun objeleri oyuncunun karşısına çıkmaktadır (Paavilainen vd., 2017). Oyuncu oyunda 5. seviyeye geldiğinde *Instinct*, *Mystic* ve *Valor* takımlarından birini seçmesi gerekmektedir; oyuncu seçtiği takım ile birlikte *PokeGym* denen oyun merkezlerinde diğer takımlara katılmış olan oyuncuların Pokémonlarıyla kendi Pokémonlarını dövüştürebilmektedir. Bu bağlamda *Pokémon GO!* oyun tasarımının doğası gereği mümkün olduğunca farklı ve güçlü bütün Pokémonları toplayabilmeyi ve *PokeGym*'lerdeki müsabakaları kazanarak *PokeGym*'lere sahip olmayı oyunun temel amaçları olarak nitelendirilebilmektedir.

Önceki Pokémon oyunlarından farklı olarak *Pokémon GO!*'da kullanıcılar yakaladıkları pokémonları kullanarak seviyelerini ilerletememektedir. Bir Pokémon türünde daha gelişkin olanına sahip olmanın tek yolu oyuncu seviyesini yükselterek o pokémonun yenisini yakalamaktan geçmektedir. Özellikle bu noktada *Pokémon GO!* önceki Pokémon oyunlarının anlatısının doğasından uzaklaşmaktadır; ancak bu uzaklaşmayı özünde ivmelendiren olgunun sosyal süreçlerin doğası ile birlikte oyunun anlatısının yeniden inşa edilebilme potansiyeli olduğunu vurgulamak gerekmektedir.

Pokémon GO!, konum tabanlı mobil oyunların ilk örneği olmamasına rağmen öncüllerine göre oldukça fazla ün kazanmıştır. Bu ünü hem halihazırda bilinen ve sevilen bir anlatı olan Pokémon transmedya anlatısının gücüne hem de artırılmış gerçeklik özelliğinin oldukça iyi pazarlanmasına borçludur. Diğer yanda kent sokaklarında kolektif bir şekilde oynanıyor olması anlatıya yeni bir soluk getirmiştir.

KOLEKTİF ANLATI: *POKÉMON GO!* İLE KENTİN ÖYKÜSÜNÜ BERABER YAZMAK

Konum tabanlı teknolojilerle hem anlatı hem de mekân etkileşiminde yeni yönelimler ortaya çıkmakta ve anlatı-mekân-insan etkileşiminde konumsal medya dikkat çekmektedir. Özellikle, KTMO bu ilişkide oldukça kuvvetli bir etki sunmaktadır. Juul'a (2001) göre oyunlar etkileşimli hikaye anlatım aracıdır. Anlatı ile oyun arasındaki ilişki kendini en çok KTMO'da göstermektedir. Oyun - anlatı ilişkisinde, iç içe geçen bir yapı bulunmaktadır. Hem oyun anlatısıyla gelir, hem de oynarken anlatı yazılmaktadır (Montola, vd., 2009: 61). Özellikle, kent mekânında diğer oyuncularla işbirliği halinde oynanan oyunlarda, oyuncuların kentteki hareketliliği, diğer oyuncularla kurdukları etkileşim gibi öğelerle yeni hikayeler ortaya çıkmakta, oyuncular oyunun öyküsünün gidişatını kendileri yaratmaktadır. *Ingress*, *Pokémon GO!* gibi konum tabanlı oyunların anlatısı çift katmanlıdır. Birinci katman oyun tasarımcılarının yaratımı olan, oyun anlatısıdır. İkincisi oyuncuların kent sokaklarından oyunu oynarken, gündelik hayatın ve sosyal ilişkilerin etkisi altında gelişen, oyun topluluğunun faaliyetleriyle biçimlenen anlatıdır.

KTMO, medyanın her biçimi gibi kolektif bir temsil yaratılmasını ve bu temsilden hareketle anlatının yeniden yaratılmasını sağlamaktadır. Toplumsal temsiller, kişilerin neler konuştukları, deneyimlerine göre nasıl tutum geliştirdikleri, nasıl toplumsal gerçeklikler oluşturdukları, davranışlarının nasıl biçimlendiğini incelemektedir. Kolektif temsiller, iletişim esnasında üretilmekte, değişmekte ve yayılmaktadır. Bu durumda iletişim aracının dönüşümü, toplumsal temsil üretimini elbette etkilemektedir. Hayalgücü de bireylerin kamusal alanda üretilen temsillerinde etkileyicidir. Konum tabanlı oyunlar da kendi anlatısı ile hayal gücünü sosyalleşmede etkili hale getirmekte ve kolektif oyun özelliğiyle kolektif bir anlatı süreci meydana getirmektedir. Bu şekilde kolektif olarak yaratılan hayalgücüne ' dağıtık hayalgücü' (distributed imagination) denmektedir. *Pokémon GO!* da mobil cihazlar, imgeler, bedenler, oyun topluluğu ve fiziksel mekân arasında dağıtılmış haldedir (Giddings, 2017:61).

Kent sokaklarında oynanan ve gündelik yaşamın bir parçasına dönüşen bu oyunların

mottosu 'Bu bir oyun değildir!'dir (This is not a game!). Yalnızca mekânsal özelliğinden değil, anlatı yapısı düşünülerek böyle bir motto edinilmiştir. Bu oyunların zamanı gerçek hayat gibi doğrusaldır, geri çevrilemez, tekrarlanamazdır. Anlatısı ise doğrusal değil etkileşimlidir. Bu da kurgulanmış olan temel oyun anlatısının üzerine yazılan anlatının oyuncuların elinde olduğunu göstermektedir. Kolektif bir anlatı yazılmaktadır. Konum tabanlı mobil oyunlar, mekân ve oyuncu hikâyelerinin anlatıldığı bir yere dönüşmektedir. Konum tabanlı mobil oyunlar bir puzzle özelliği göstermektedir ve tek kişinin tamamlayamayacağı büyüklüktedir. Oyuncuyu kolektif eyleme itmektedir, oyuncu sosyal bir ağın parçası haline gelmektedir. Kolektif hareket başarılı olma ihtimalini de güçlendirmektedir.

Anlatı ve kent ilişkisinde, kentte yürümenin anlatıyla iç içe geçtiğini, kente yürümenin imgeler yarattığını, fakat küreselleşmenin yerel dokuları aşındıran etkisiyle kentin kendine has, derin öykü oluşturmasının mümkünatının azaldığını ifade etmek makul bir eleştiri olacaktır. Fakat de Souza e Silva ve Frith (2014: 41), bu sorgulamaya *"kenti yeniden öyküleştirmek mümkündür"* şeklinde yanıt vermektedir ve yazarlara göre konum tabanlı medya, kent anlatısı için oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Doğası gereği KTMO bir grup insanın kolektif eylemiyle ortaya çıkan anlatılardır. Oyuncuların zihnindeki hikâye yalnızca oyun tasarımcısının yazdığından ibaret değildir, keşfettikleri ipuçları, deneyimledikleri kolektif deneyimler, topluluk etkinlikleri, vs. hepsi iç içe geçmektedir. Oyuncuya göre hem kendisine ait anlatı vardır, hem de oyunun 'puzzle'ını nasıl çözdüklerinin hikâyesi bulunmaktadır. Birincisi, dağıtık anlatı, ikincisi kolektif anlatıdır. Kolektif anlatıda oyuncular kendi deneyimlerini birlikte anlatılaştırmaktadır. Oyunun önce topluluğu kurulur, sonra bu topluluk deneyimlerini paylaşarak kendi hikâyesini yazmaktadır. Oyunların çevrimiçi iletişim araçları da oyunun kolektif anlatısını oluşturmayı güçlendiren alanlardır. Strateji belirmek, oyunla ilgili forum tartışmaları yapmak, oyunun bir nevi kanaat önderleriyle iletişim kurmak vs. (Montola, vd., 2009: 150-151). Kolektif anlatı, bir topluluğun kendini sunumu, toplu öykülerinin inşasıdır.

Pokémon GO! oyuncularının, oyun anlatısı aracılığıyla inşa ettikleri temsiller ve gündelik yaşam deneyimleri, kent anlatısının bir parçasıdır. Diğer yandan bu şekilde yaratılan kent anlatısı, Pokémon transmedya anlatısının bir parçasını oluşturmaktadır. Bir KTMO örneği olan *Pokémon GO!* ile kentin ve kente ait öğelerin Pokémon transmedya anlatısına dahil edilme sürecini sorgulamak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

KONUM TABANLI MOBİL OYUNLAR İLE KENTİ TRANSMEDYA ANLATILARINA KATMAK: *POKÉMON GO!* ÜZERİNE NİTEL ARAŞTIRMA

Amaç ve Yöntem

Bu araştırma kapsamında *Pokémon GO!* oyunu üzerine nitel araştırma yapılmış, veri toplama tekniği olarak katılımcı gözlem ve derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Derinlemesine görüşmeler, yarı yapılandırılmış açık uçlu sorular ile gerçekleştirilmiştir. Oyuncu sözcüğü "O" olarak kısaltılmış ve yanına numaralandırılma yapılarak katılımcılar kodlanmıştır.

Pokémon GO! ülkemizdeki mobil mağazalarda yer almamaktadır. Her güncelleme oyunu yeniden farklı bir kaynaktan indirme arayışına sebep olduğu için uzun süredir oynayan oyunculara ulaşmak oldukça zor olmuştur. Bu sebeple derinlemesine görüşmelerin yapıldığı katılımcı sayısı beş kişi olarak kalmıştır.

Konum tabanlı mobil oyunların insan-mekân etkileşimi üzerindeki biçimlendirici etkisi birçok çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmada söz konusu biçimlendirici etki anlatı

ekseninde ele alınmıştır ve kent öğesinin transmedya anlatısına nasıl eklemlendiğini anlamak amaçlanmıştır. Çalışmanın esas amacı olan kentin anlatıya eklemlenişini ortaya koyabilmek için yapılan literatür taramasından hareketle alt unsurlar belirlenmiştir:

1. *Pokémon GO!* oyununun mekânsal olarak hibrit yapısı sebebiyle ve böylece kent sokaklarının oyun oynama pratiklerine dahil olmasından hareketle, fiziksel mekân ile oyun anlatısının bir araya gelme biçimleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Kentin oyunsal mekâna dönüşümü ve gündelik yaşamın oyunlaşması incelenmiştir;

2. Oyunun konum tabanlı mobil oyun olması sebebiyle kentte yüzyüze etkileşim imkânı bulan oyuncuların, kamusal alandaki sosyalleşme deneyimleri sorgulanmıştır;

3. Oyuncuların pokémonlar, *Pokestop*lar, *Pokegym*ler ya da takımları üzerinden geliştirdikleri sahiplik ve aidiyet sorgulanmıştır. Burada amaç kentin gerçek mekânsal öğelerinin oyun anlatısı içerisindeki etkisini ortaya koymaktır;

4. *Pokémon GO!* anlatısı içinde oyuncunun kimliği ile mekân kimliği arasındaki ilişkiyi oyun çerçevesinde değerlendirmek amaçlanmıştır.

Yukarıdaki öğelerin her biri kentin bir anlatı öğesi olarak oyun içerisinde nasıl yer aldığını ve transmedya bütününe nasıl katkı sağladığını ortaya koymayı hedefleyen alt başlıklara dönüştürülmüştür. Katılımcı gözlem ve derinlemesine görüşme verileri bu başlıklar doğrultusunda sınıflandırılarak aktarılmıştır.

Oyunsal Mekân Olarak Kent ve Gündelik Yaşamın Oyunlaşması

KTMO yapısı itibariyle fiziksel mekân ile dijital enformasyonu biraraya getirmektedir. Oyunsal mekân, oyunun anlatısı ve kentin gerçek haritası üzerine yapılandırılmıştır. Fiziksel kent öğeleri oyunun unsurları olarak yer almaktadır ve oyuncunun fiziksel olarak hedefe gitmesi gerekmektedir. Böylece kent oyunsal mekâna dönüşmektedir ve sihirli çember, KTMO ile hem zamansal hem mekânsal bir genişleme yaratmaktadır. Oyun mekânı ve zamanı, gündelik yaşamın zamansal ve mekânsal alanına daha çok taşmıştır. Bu da gündelik yaşamın zemini olan kamusal alan deneyimlerini dönüştürmektedir. Kentin oyunsal mekâna dönüşmesiyle, kamusal alanda bir yerden bir yere giden kentli, o süreyi oyun anlatısına kapılarak geçirmektedir.

> O2: Evden işe giderken, işten eve dönerken ve öğle yemeği molalarında oynama rutinim var. Her gün kullandığım güzargaha girmeden önce civarda nerede ne tip pokémon var diye bakarım. İhtiyacım olan bir pokémon var ise o yolu seçerim.

Gündelik yaşamında rutin eylemlerini gerçekleştirirken oyun oynayan kentlinin, kentteki rota tayininde (personal mobility) oyun etkili olmakta, gideceği yolu değiştirmesine sebep olabilmektedir. Kentte dolaşırken *Pokémon GO!* haritası açık olan oyuncular, pokémon toplamak için pokémonların bulunduğu yerlere, malzeme (item) toplamak için pokestopların bulunduğu yerlere yönelerek kentte ona göre bir rota tayin etmektedir (Hjorth ve Richardson, 2017).

> O1: Oyunu oynadığım dönemlerde Pokémon GO! telefonumda sürekli açık oluyor. Periyodik kontrol ediyorum. Yumurta çatlatma için yolumu uzatıyorum. Güzel bir park varsa bazen parkta bir saatten fazla vakit geçiriyorum.

Bir yerden bir yere giderken kentliye eşlik eden ve rota tayininde etkileyici olan *Pokémon GO!*, aynı zamanda arttırılmış gerçeklik özelliği ile fiziksel mekânı oyuna dahil etme pratiğini pekiştirmiştir. Esasen oyunun anlatısı içerisinde arttırılmış gerçeklik özelliğinin belirleyici bir önemi olmadığı gözlemlense de oyuncuyu oyuna çekmek ve kent ile oyun arasındaki ilişkiyi somutlaştırarak gözler önüne sermek açısından oyunu üretenler tarafından oldukça etkili bir araç olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte kent sokaklarında

pokémonlarının fotoğraflarını çeken ve sosyal medyada dolaşıma sokan kullanıcıların paylaşımları, Pokémon transmedya anlatısının görsel dünyasına kent sokaklarını katmıştır.

> O4: Pokémonları olduğun yerde görmek, arkadaşlarının pokémonlarla fotoğraflarını çekmek vs. güzeldi zaten oyunu indirme sebeplerimden biriydi.

Pokémon GO! teknik olarak oldukça basit bir artırılmış gerçeklik özelliği sunsa da, konum tabanlı mobil oyunların, serbest zaman ile çalışma zamanı, kamusal alan ile özel alan vb. ikilikleri bozan yapısını ortaya koymak için kuvvetli bir örnek olmuştur.

> O2: Normal oyunlar ile gerçek hayat arasında bir bağ kurulamaz. Artırılmış gerçeklik teknolojileri ile günümüzde bu sağlanmaya çalışılıyor. Pokémon GO!'da ise olay oyuncuyu sahaya çıkarmak ve işe yaradığıda görülüyor.

Dourish ve Bell'e (2011) göre, konum tabanlı teknolojiler mekânı algılamamızda yeni bir lens işlevi görmekte ve fiziksel mekâna oyunsal bir katman eklemektedir. de Souza e Silva ve Hjorth'a (2009) göre, konum tabanlı mobil oyunlar ve ağlar, kenti oyunsallaştırmaktadır. Oyunlaştırma (gamification), oyun öğelerinin oyun olmayan bir içeriğe uygulanmasıdır ve bir uygulamayı keyifli hale getirmek için endüstriyel bir araca dönüşmüştür. McGonigal'a (2011) göre oyunsal unsurlar gündelik yaşamın zorluklarına dayanma gücünü artırmaktadır. KTMO gündelik yaşamı kuşatmakta, böylece oyunsallık gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir (Montola, vd., 2009). Oyunsallık gündelik yaşamın içerisindedir ve kent sokakları mobil teknolojiler olmadan da oyunsal aktivitelerin mekânı olmuştur.

Pokémon GO! ile Sosyalleşmek ya da Kamusal Alanı Filtrelemek

Konum tabanlı mobil oyunlar, oyuncunun kentte diğer oyuncularla karşılaşmasını ve yüzyüze iletişim kurmasını sağladığı için kamusal alandaki sosyalleşme pratiklerini etkilemektedir. Yalnızca oyuncular arasında değil, oyunu oynamayan kentliler de bazı oyun türlerinde oyun anlatısına dahil edilmektedir. Oyuncular *Pokestop*ların ya da *PokeGym*lerin bulunduğu yerlerde fiziksel olarak bulunmak zorunda oldukları için oyuncular arasında yüzyüze etkileşim olasılığı oyunun sosyalleştirici yönü olarak ele alınmaktadır. Fakat katılımcı gözlem doğrultusunda oyuncuların genellikle mevcut arkadaşlarıyla oynadıkları ya da yeni oyuncularla tanışsalar bile yüzeysel bir iletişimden öteye gitmedikleri gözlemlenmiştir. Katılımcıların ifadeleri de bu gözlemi doğrular niteliktedir.

> O1: Pokémon GO! aracılığıyla oyundan yeni arkadaş edinmedim. Oyun içi etkileşim özelliği olmadığı için çok sosyalleştirmiyor. Fakat mevcut arkadaşlarımla samimiyetimi ilerlettiğim oldu. Beraber çıkıp sokaklarda yürüyorduk Pokémon yakalamak için.

> O5: Oyun için uzun yürüyüşe çıktığımda oynayanları görünce laf atıp selamlaşmışlığım oldu; ancak bu sosyalleşme küçük bir sohbetin ötesine geçmedi. Sosyal medyadan aynı takımda olan birilerini bulmak için arayışa girmişliğim oldu, buldum da ancak saatlerce tanımadığım biriyle uzun uzun vakit geçirmek çok cazip gelmedi.

Yukarıdaki ifadelerden farklı olarak O3 oyuncusunun görüşü oyunun sosyalleştirici olduğunu destekler nitelikte görünse de sosyalleşmek için farklı mecraları kullanarak oyuncunun çaba gösterdiği açıktır.

> O3: Oyunda takımların rolü önemli, bu sebeple sarı ekipten olan başka kişileri bulmam gerekti. Ekşisözlük'ten duyuru yaptım, whatsapp grubu kurup Kadıköy'de oturan sarı ekip ile buluşmalar düzenledik. Bir kaç defa toplu bir şekilde buluştuk, Göztepe Parkı'nda oturup muhabbet ederken Pokémon GO! oynadık. Teknik olarak aynı mahallede oturup tanımadığım kişilerle sırf aynı oyunu oynadığım için tanışmışlığım oldu. Bir nevi sosyalleştiriyor diyebiliriz.

Pokémon GO!'da 'lure' denen malzemenin eklendiği Pokestoplar, bir süreliğine daha fazla Pokémon çekmeye başlamaktadır. Böylece oyun haritası üzerinden o *Pokestop*a 'lure'

olduğunu gören diğer oyuncular da, daha fazla pokémon toplayabilmek için oraya gitmektedir. *Pokémon GO!*'nun bu özelliği oyuncuları belirli bir mekânda toplayarak birbirleriyle tanışmasına ya da beraber oynamasına ön ayak olabilmektedir. Bu yönüyle sosyalleştirici bir etkisi olsa da *Ingress* gibi örneklere kıyasla sosyal yönü zayıf kalmaktadır. Takım ve strateji oyunu olma özelliğine sahip oyunlarda oyun içi sohbet (in-game chat) özelliği bulunmaktadır ve bu oyuncuları daha çok etkileşime itmektedir. *Pokémon GO!* her ne kadar oyuncuları takımlara ayırsa da, takım içi işbirliğinin gelişmesini sağlayacak araçları oyuna eklememiştir. Halbuki bu sosyalleştirici araçlar oyunun anlatısı üzerinde oyuncunun etkisini ve kolektif eylemi daha fazla arttırabilecek nitelikte olabilirdi (Tokgöz ve Polat, 2018).

Konum tabanlı teknolojiler fiziksel mekânı sosyalleşme unsuruna çevirebileceği gibi fiziksel mekânın kişiye özel filtrelenmesine de olanak tanımaktadır. de Souza ve Frith (2010a) konum tabanlı teknolojilerin, kamusal alana konuma göre uygulanan bir filtre olarak ele almış, konum tabanlı teknolojilerin kişiselleştirme ve kamusal alanı kendine göre kontrol etme imkânı üzerinden değerlendirmiştir. Yazarlar vurguladıkları yalnız kalma hakkını Simmel'in bıkkın tutum (*blasé attitude)* yaklaşımıyla açıklamaktadır. Simmel metropolde yaşayan kentlilerin gündelik hayatta maruz kaldıkları çok fazla uyarana karşı geliştirdikleri duyarsızlaşma tavrını tanımlamıştır. Burada kentlinin çevreyi algılamasında psikolojik bir filtre uygulamakta, tüm uyaranları dikkate almamaktadır. Kentleşmeyle kamusal alanda kalabalıklara ve çok fazla uyarana maruz kalan kentli kendi kişisel alanını korumak için bu kaosa zihinsel bir filtre uygulamak zorundaydı. Örneğin toplu taşımada kitap okuyan ya da müzik dinleyen kentli kendini diğer kentlilerle iletişim kurma ihtimalinden korumakta, dışarıda kalan kaos müzik dinlerken akan düşüncelerin arka planına dönüşmekteydi. Konum tabanlı oyunlar da, bulunulan mekâna ilişkin bir anlatı sunmaktadır ve gündelik yaşamın kaosunu geride bırakmak isteyen kentli, kent sokaklarına bir filtre uygulayarak sadece oyunsal unsurlara kapılıp gerisini reddebilmektedir, bir başka deyişle kamusal alanı kişiselleştirmektedir (Humphreys, 2017). Buna istinaden Russel *"Eğer bir cihaz size tanımadığınız bir mekâna ilişkin kişiselleştirilmiş bir bakış sunuyorsa, bu mekânı deneyimleme biçimimizi değiştireceği anlamına gelir."* ifadesini kullanmıştır (de Souza e Silva & Frith, 2010b: 490-491). *Pokémon GO!*'da oyuncu çevredeki oyuna ilişkin öğeleri filtreleyerek geriye kalanı göz ardı etme eğilimine girebilmektedir. Oyunun yeni çıktığı Temmuz 2016'da oyuncularında oyuna kendilerini kaptırarak kentte çeşitli tehlikelere maruz kaldıklarına dair birçok haber yapılmıştır.

Pokegym'ler Üzerinden Aidiyet ve Sahiplik Geliştirilmesi

Pokémon GO!'da oyuncuların biriktirip eğittikleri pokémonlarıyla ve ellerinde tuutuları Pokegym'lerle sahiplik ve aidiyet ilişkisi kurabilmektedir.

> O1: Pokémon GO! oynarken en büyük motivasyonum pokémonları biriktirmek. Tüm RGP oyunlarındaki gibi karakter geliştirmek benim için işin önemli kısmı. Pokémon GO!'da da koleksiyon ve geliştirme yönü bana hitap ediyor.

Pokémon biriktirme kısmındaki sahiplik Pokémon transmedyasına *Pokémon GO!* ile girmiş bir şey olmadığı gibi *Pokémon GO!*'yu Pokémon transmedyasının diğer öğelerinden ayıran farklılık fiziksel mekân ile oyun aracılığıyla kurulan ilişkidir. Mekânsal aidiyet, kişinin kendini mekânın bir parçası olarak görmesi ve mekân üzerinde bağlılık hissetmesiyle ilişkilidir. Mekâna karşı duyulan duygusal bağlılık aidiyeti beslemektedir. Mekâna bağlılık, insanın mekâna ilişkin kişisel deneyim ve anılarıyla kurulurken; toplumu bulundukları mekân aracılığıyla birbirine bağlayan sembolik bir öğedir. Low ve Altman'ın geliştirdiği mekâna bağlılık (place attachment) insanın çevresiyle kurduğu duygusal bağdır ve bu duygu psikolojik olarak insanın kendini güvende hissetmesi için önemlidir (Göregenli, 2015). Kent sosyolojisi açısından mekân bağlılığı toplumsal unsurlar barındırmaktadır ve toplumsal

ilişkilerin bir öğesidir. Mekâna olan bağlılığımız, o mekândaki insanlara yönelik duygu ve düşüncelerimizi etkilemektedir. Schwartz'ın (2015), mekân bağlılığını *Foursquare* üzerinden incelediği ve *Çevrimiçi Mekân Bağlılığı (Online Place Attachment)* yaklaşımını geliştirdiği çalışmasında, kullanıcıların *mayor*ı oldukları mekânlarla ilgili sahiplik ve aitlik hissettiklerini ifade etmiştir. Yapılan araştırmada kullanıcılar sahibi hissettileri mekânla aralarında farklı bir bağ oluştuğunu ve o mekândayken kendilerini diğer insanlara göre ayrıcalıklı hissettiklerini ifade etmiştir. Bununla birlikte kullanıcılar *mayor*lığı başkalarına kaptırdıklarında ise kızgınlık hissettiklerini ve yeniden ele geçirmek için o mekâna gitmeyi tercih ettiklerini dile getirmiştir (Schwartz, 2015). Aynı sahiplik ve aidiyet hissi *Ingress*'deki 'portal'lar ve Pokémon Go'daki 'Gym'ler için de geçerlidir.

> O5: Ele geçirdiğim gym, uzun süre bende kalırsa iyi hissetiriyordu.
>
> O2: Gym'e sahipsen ordaki pokémonunu düzenli olarak kontrol etmelisin. Yeri geldiğinde neresi olursa olsun oraya gidip bakmalısın. Buna teşvik edildiğinden dolayı sahiplik duygusu verilebilmektedir.

Frith (2013) Foursquare üzerinden yaptığı araştırmada mayor'lık üzerinden mekânla kurulan ilişkiyi "dijital sahiplik" olarak adlandırmıştır. *Pokémon GO!*'da da Gym'i ele geçiren, Gym'i yetiştirdiği pokémon aracılığıyla koruyan eğitici, hem mekâna hem oradaki pokémonuna karşı sahiplik hissetmektedir.

Pokémon GO! ile Oyuncu ve Mekân Kimliği

Sutko ve de Souza e Silva (2010), Goffman'ın gündelik yaşamda benliğin sunumu yaklaşımını mekânın sunumuna uyarlamıştır. Konum tabanlı mobil oyunlar ve konum tabanlı sosyal ağlar aracılığıyla, sahiplik ve aitlik ilişkisi kurulan mekân ile kullanıcı arasında bir kimlik aktarımı oluşmaktadır. Oyun topluluğu içindeki kimlik algısı, ait olunan takım, sahip olunan Gym'ler, pokémonlar ve oynanan mekân üzerinden şekillenmektedir.

> O1: Pokémon GO!'daki takımlar bir aidiyet hissi yaratıyor. Esasen çok bir işe yaramasa da ofisteki bir arkadaşım falan Sarı gruba katılınca seviniyorum.

Oyuncular ait oldukları takım, seviyeleri ve sahip oldukları Pokémonlar üzerinden kimliklerini tanımlama eğiliminde olsalar da *Pokémon GO!* özelinde değinilmesi gereken mekân kimliğinin oyuncu kimliği ile ilişkisidir. Mekâna ilişkin enformasyon kimliğin bir parçası haline gelmekte, mekânın kimliği ile oyuncunun kimliği birbirine eklemlenmektedir. *Pokémon GO!*'da oyuncunun sahip olduğu Gym'ler gündelik yaşamını sürdürdüğü yerlerin göstergesi sayılacaktır ve oyuncunun kimliğine ilişkin sosyo-kültürel ipucu niteliğindedir. Mekânın kimliğinin oyuncu kimliği üzerinde yarattığı intibanın yanı sıra, oyun anlatısının mekânın kimliği üzerindeki etkisi çok daha can alıcıdır. Kentlinin gündelik yaşamında önem arz etmeyen mekânlar, oyun aracılığıyla anlam kazanabilmektedir. Augé (1995), ilişkiselliği ve tarihselliği olmayan mekânları *yok-yer* (non-places) olarak adlandırmıştır. Havaalanları, istasyonlar, oteller gibi tarih ya da yerelle özgün bir ilişkisi bulunmayan yerler dünyanın her yerinde birbirine benzemektedir. Konum tabanlı medya ile yok-yer olarak ifade edilen yerler mekânsal kimlik kazanmaktadır (Gazzard, 2011). Mekân kimliğinde tarihsel ya da sanatsal öğeler barındırmayan sıradan yerler bile oyun içerisinde oyuncu için anlamlı bir yer dönüşebilmektedir. Kalabalıkların akıp gittiği duraklar, iskeleler bir Gym ya da *Pokéstop*'a dönüştüğünde, kenti oyun gözlüğüyle gören oyuncu için yok-yer'den anlamlı bir mekâna dönüşebilmektedir. Kent sokaklarının alışılmış sıradan yerleri, pokémonların yakalanması için keyifli bir yer haline gelebilmektedir.

Mekânın oyun üzerinden kazandığı anlam, yalnızca oyuncuların zihinsel imgelerini ve oyun içi eylemlerini etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda pazarlama stratejisi olarak da kullanılmaktadır. Örneğin *Pokémon GO!*'nun şöhret kazandığı zamanlarda *Pokestop*ların kesişim alanında bulunan kafelerin müşterilerinin arttığı gözlemlenmiştir. Konum tabanlı

reklamcılığın (location based advertising) bir çeşidi konum tabanlı oyunlarda oyuncuları çeken noktalara reklam koymak ya da reklam öğelerinin olduğu yerlere *Pokestop*lar koyulmasını sağlayarak oyun topluluğunu çekmek üzerinden gelişmiştir. Böylece mekâna, oyun öğelerinin yanı sıra tüketim unsurları üzerinden de bir kimlik kazandırılmaktadır.

SONUÇ

Anlatının, dijital teknolojilerle geçirdiği dönüşümlerden biri transmedya anlatılarının ve içerik üretiminde kolektif eylemin yaygınlaşması olmuştur. *Pokémon GO!* hem pokémon transmedya anlatısının bir parçası olması hem de kolektif eylemin hibrit mekânda vücut bulmuş hali olması sebebiyle kolektif transmedya anlatıları için uygun bir araştırma aracı olarak görülmüştür. Transmedya anlatılarının her bir öğesi, genel anlatının farklı bir özelliğini derinleştirmektedir. Bu çalışmada *Pokémon GO!'*nun Pokémon transmedya anlatısının mekânsal yönünü derinleştirdiği öngörüsü sorgulanarak, yapılan nitel araştırma sonucunda kenti ve kentlinin gündelik yaşam pratiklerini oyun anlatısına dahil ettiği ortaya konmuştur.

Fiziksel mekân, dijital oyun arayüzü ve oyun anlatısını biraraya getirerek hibrit mekân deneyimi sunan *Pokémon GO!,* oyuncuların kent sokaklarında gerçek kent öğeleriyle etkileşime girdiği bir oyun olması sebebiyle, oyuncuları için kenti oyun mekânına dönüştürmektedir. Kent sokaklarında oynanan *Pokémon GO!* böylece gündelik yaşam pratiklerinin bir parçasına dönüşmekte, kentlinin gündelik aktivitelerine renk katarak, gündelik yaşamı oyunsallaştırmaktadır. Katılımcılar kentteki yön ve mekân tercihlerinde oyunun belirleyici olduğunu ifade etmiştir. Bunlarla birlikte oyuncular fiziksel mekânda karşılaşarak yüz yüze etkileşime geçmekte, kamusal alanda oyun dolayımıyla yeni sosyalleşme biçimleri ortaya çıkmaktadır. Oyunun anlatısı oyuncuların yüz yüze etkileşimleri ve kolektif eylemleri sonucu dinamik bir şekilde inşa edilirken, söz konusu anlatıya kent, oyun topluluğu, oyuncu, gündelik yaşam ve yerel kültüre dair tüm unsurlar dahil olmaktadır. KTMO oyun olmanın tüm cazibesine ve küresel çapta ün sahibi bir transmedya anlatısının bir parçası olmasına kıyasla, yarattığı sosyalleşme deneyimleri belirli sınırlarda kalmıştır. Çünkü, *Pokémon GO!'*nun içerdiği sosyalleşme deneyimleri, kent anlatısına katkıda bulunmakla birlikte, uzun süreli dinamik bir oyun deneyimini sağlayacak alt yapıya sahip olarak tasarlanmamıştır.

Kentin oyun mekânına dönüştüğü, oyun topluluğu ile kamusal alandaki sosyalleşme pratiklerinin iç içe geçtiği gözlemlenen oyun deneyiminde, fiziksel mekânlara dijital olarak ait olma deneyimleri ortaya çıkmaktadır. Konum tabanlı sosyal ağlar üzerinde yapılan araştırmalarda çevrimiçi mekân bağlılığı olarak ifade edilen kavramın, yapılan araştırmada *Pokémon GO!* örneğinde de geçerliliğini koruduğu doğrulanmıştır. Bununla birlikte gündelik yaşamda farklı anlamlar içeren ya da herhangi bir anlam içermeyen (yok-yer) mekânlar, oyun öğesine dönüştüğünde oyun anlatısından hareketle yeni kimlikler kazanmaktadır.

Pokémon GO! oyuncuları kent sokaklarında kolektif oyun deneyimi yaşarken, kent öğeleriyle yeni aidiyet örüntüleri, kimlik ilişkileri ve sosyalleşme biçimleri inşa etmektedir ve kentin öyküsünü yeniden yazmaktadır. Diğer yandan kentin fiziksel öğelerini ve kentliyi içeren bu anlatı, Pokémon transmedya anlatısının bir parçasını oluşturmaktadır. Coğrafi yapıdan sosyo-kültürel değerlerine kadar kentin karakteri oyuna intikal etmektedir. Bu çalışmada *Pokémon GO!* aracılığıyla Pokémon transmedya anlatısına kentin dahil oluşu ortaya koyulurken, ülkemizde oldukça yeni bir alan olan konumsal medyanın anlatıyla ilişkisine dair akademik çalışmalara ilham kaynağı olmaya çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

AUGÉ, Marc (1995). *Non-Places: An Introduction to an Anthrophology of Supermodernity.* London: Verso.

BENJAMIN, Walter (2012). *Son Bakışta Aşk.* İstanbul: Metis.

BUCKINGHAM, David - SEFTON-GREEN, Julian (2004). Structure, Agency, and Pedagogy in Children's Media Culture. *Pikachu's Global Adventure: The Rise and Fall of Pokémon,* Ed. Joseph Tobin, Durham: Duke University Press.

BURNETT, Ron (2012). *İmgeler Nasıl Düşünür?.* Çev. Güçsal Pusar. İstanbul: Metis.

CANPOLAT, Emre (2013). Küreselleşmenin İzini Foursquare'de Sürmek. *İleti-ş-im*, Sayı:19, 65-83.

CASTELLS, Manuel (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society.* Oxford: Oxford University Press.

DE SOUZA E SILVA, Adriana (2016). Pokémon GO! as an HRG: Mobility, sociability, and surveillance in hybrid spaces. *Mobile Media & Communication*, 1-4.

DE SOUZA E SILVA, Adriana - FRITH, Jordan (2014). Re-Narrating the City through the Presentation of Location. *The Mobile Story: Narrative Practices with Locative Technologies,* Ed. Josan Farman, New York: Routledge.

DE SOUZA E SILVA, Adriana - FRITH, Jordan (2010a). Locational Privacy in Public Spaces: Media Discourses on Location-Aware Mobile Technologies. *Communication, Culture & Critique*, 3(4), 503-525.

DE SOUZA E SILVA, Adriana - FRITH, Jordan (2010b). Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location in Urban Spaces. *Mobilities,* 5(4), 485-505.

DOURISH, Paul - BELL, Genevieve (2011). *Divining A Digital Futura: Mess And Mythology In Ubiquitous Computing.* London: MIT.

FRITH, Jordan (2013). Turning Life Into A Game: Foursquare, Gamification, and Personal Mobility. *Mobile Media & Communication ,* 1(2), 248-262.

GÖREGENLİ, Melek (2015). *Çevre Psikolojisi: İnsan-Mekân İlişkileri.* İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

GÜREL, Emet - TIĞLI, Öykü (2014). New World Created by Social Media: Transmedia Storytelling. *Journal of Media Critiques*, 35-63.

GAZZARD, Alison (2011). Location, Location, Location: Collecting Space and Place in Mobile Media. *Convergence,* 17(4), 405-417.

GIDDINGS, Seth (2017). Pokémon GO! as distributed imagination. *Mobile Media & Communication ,* 5(1), 59-62.

HJORTH, Larissa (2013). The Place Of The Emplaced Mobile: A Case Study Into Gendered Locative Media Practices. *Mobile Media & Communication ,* 1(1), 110-115.

HJORTH, Larissa - DE SOUZA E SILVA, Adriana (2009). Playful Urban Spaces: A Historical Approach To Mobile Games. *Simulation & Gaming*, 40(5) 1-24.

HJORTH, Larissa - RICHARDSON, Ingrid (2017). Pokémon GO!: Mobile Media Play, Place-Making, and the Digital Wayfarer. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 3-14.

HUIZINGA, Johan (2013). *Homo Ludens.* Çev. Mehmet Ali Kılıçbay. İstanbul: Ayrıntı.

HUMPHREYS, Lee (2017). Involvement shield or social catalyst: Thoughts on sociospatial practice of Pokémon GO!. *Mobile Media & Communication ,* 5(1), 15-19.

JEGERS, Kalle (2007). Pervasive Game Flow: Understanding Player Enjoyment In Pervasive Gaming. *Computers in Entertainment ,* 5(1), 1-11.

JENKINS, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York: New York Univesity Press.

JUUL, Jesper (2001). Games Telling Stories: A Brief Note On Games and Narratives. *The International Journal Of Computer Game Research*. http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/. Erişim Tarihi: 12.04.2018.

LAMBERT, Joe (2013). *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community.* New York: Routledge.

LEPPERT, Richard (2002). *Sanatta Anlamın Görüntüsü:İmgelerin Toplumsal İşlevi.* Çev.İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

McGONIGAL, Jane (2011). *Reality is Broken.* New York: The Penguin Press.

McLUHAN, Marshall (1999). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanının Oluşumu.* Çev. Gül Çağalı Güven. İstanbul: YKY.

McLUHAN, Marshall (1994). *Understanding Media: The Extension of Man.* Cambridge: MIT Press.

MONTOLA, Markus (2011). A Ludological View On The Pervasive Mixed-Reality Game Research Paradigm. *Personal and Ubiquitous Computing*, 15(1), 3-12.

MONTOLA, Markus, WAERN, Annika - STENROS, Jaakko (2009). *Pervasive Games:Experiences on the Boundary Between Life and Play.* USA: Elsevier.

NEDELCHEVA, Iva (2016). Analysis of Transmedia Storytelling in Pokémon GO. *International Journal of Humanities and Social Sciences ,* 10(11), 3734-3742.

Pokedex. https://www.pokemon.com/us/pokedex/. Erişim Tarihi: 11.04.2018.

RANDALL, William Lowell (1999). *Bizi 'Biz' Yapan Hikâyeler: Kendimizi Yaratma Üzerine Bir Deneme.* Çev. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı.

ROBINS, Kevin (2013). *İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası.* Çev. Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı.

SALEN Katie, & ZIMMERMAN, Eric (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamentals.* Cambridge: MIT.

SCHWARTZ, Raz (2015). Online Place Attachment: Exploring Technological Ties To Physical Places. *Mobility and Locative Media: Mobile Communication in Hybrid Spaces,* Ed. Adriana de Souza e Silva - Mimi Sheller, NewYork: Routledge.

SEVİM, Bilgen Aydın (2010). Walter Benjamin'in Kavramlarıyla Kültür Endüstrisi: "Aura", "Öykü Anlatıcısı" ve "Flâneur". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi ,* 3(11), 509-516.

SICART, Miguel (2016). Reality has always been augmented: Play and the promises of Pokemon GO!. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 1-4.

SUTKO, Daniel & DE SOUZA E SILVA, Adriana (2010). Location-Aware Mobile Media and Urban Sociability. *New Media & Society ,* 13(5), 807-823.

ŞİMŞEK, Burcu (2012). Enhancing Women's Participation in Turkey through Digital Storytelling. *Journal of Cultural Science*, 5(4), 28-46.

TOKGÖZ, Cemile - POLAT, Burak (2018). Sociability on Location Based Mobile Games: An Ethnographic Research on Pokémon Go and Ingress in Istanbul. *European Journal of Social Sciences ,* 12 (1), 120-129.

WikiZero. https://www.wikizero.com/tr/Pokemon. Erişim Tarihi: 14.04.2018.