

Covid-19 Pandemisinde Dijital Oyun Oynama Düzeyi Üzerine Bir Araştırma

Mert KÜÇÜKVARDAR* 
Elif TÜREL** 

ÖZ

Covid-19 pandemisi ile birlikte insanların günlük rutinleri değişikliğe uğramıştır. Pandemi döneminde dijitalleşmenin giderek yaygınlaşması ise dijital oyun sektörünün daha da önemli hale gelmesine yol açmıştır. Bu bağlamda çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin pandemi dönemi dijital oyun oynama düzeylerinin araştırılmasıdır. Araştırma Türkiye’de tam kapanmanın yaşandığı bir zaman aralığı olan 1 Mayıs – 15 Mayıs tarihleri arasında çevrim içi olarak yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini anket formunu dolduran 417 kişiden oluşmuştur. Araştırmanın bulgularına göre kullanıcıların oyun oynamak için en çok kullandığı aracın %36,5 (n=146) ile akıllı telefon olduğu ve her gün bir defa bile olsa oyun oynayan kullanıcıların ise %62 (n=248) düzeyinde olduğu görülmüştür. Ekonomik durumunu yüksek olarak değerlendiren kullanıcıların oyun oynamak için konsolları (%57,8), ekonomik durumunu düşük olarak değerlendiren kullanıcıların ise akıllı telefonları (%44,5) tercih ettiği görülmüştür. Erkek kullanıcıların en fazla aksiyon (%35,8) kadın kullanıcıların ise puzzle/bulmaca (%30,6) tarzı oyunları tercih ettiği görülmüştür. Pandemi öncesi kullanıcıların dijital oyunlarda en fazla 1-3 saat aralığında (%45) zaman harcadıkları pandemi sürecinde ise bu sürenin 4-6 saat aralığına (%45) yükseldiği görülmüştür. Pandemi öncesi kullanıcıların en çok tek oyunculu dijital oyunu modunu (%43,8) tercih ettiği pandemi süresinde ise çevrim içi oyunların daha çok tercih edildiği (%67,5) görülmüştür. Sonuç olarak kullanıcıların pandemi öncesi ve pandemi sürecinde dijital oyunlarda geçirdikleri zaman, oyun türü, oyun modları açısından farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur. Dijital oyun alanı gerek kullanıcı açısından gerekse bir ekonomik sektör olarak her geçen gün etkisini artırmaktadır. Özellikle pandemi süreciyle birlikte dijital oyun sektörünün bir dönüşüme uğradığı düşünüldüğünde sağlık, iletişim ve diğer bilim alanlarını da kapsayacak farklı çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital araç, Dijital iletişim, Dijital oyun, Dijital oyun modu

A Research on the Level of Digital Game Play in the Covid-19 Pandemic

ABSTRACT

Along with the covid-19 pandemic, people's daily routines have changed. The increasing spread of digitalization during the pandemic period has led to the digital gaming sector becoming even more important. In this context, the aim of the study is to investigate the level of digital game playing of university students during the pandemic period. The research was conducted as online between May 1 and May 15, a time period in which full closure is experienced in Turkey. The sample of the study consisted of 417 people who filled out the questionnaire. According to the results of the study, the most used tool for playing games by users was a smartphone with 36.5% (n=146), and users who played games even once every day were 62% (N=248). It was found that users who rated their economic status as high preferred consoles for gaming (57.8%) and users who rated their economic status as low (44.5%) preferred smartphones. It was seen that male users preferred mostly action (35.8%) and female users (30.6%) puzzle/puzzle style games. It was observed that before the pandemic, users spent a maximum of 1-3 hours (45%) on digital games, while during the pandemic this time increased to 4-6 hours (45%). It was observed that before the pandemic, users preferred the single-player digital game mode the most (43.8%), and during the pandemic, online games were more preferred (67.5%). As a result, it has been observed that there are differences in terms of time spent by users in digital games, game type, game modes before and during the pandemic. The digital playground is increasing its impact day by day, both in terms of users and as an economic sector. Especially given that the digital gaming sector has undergone a transformation with the pandemic process, it is thought that different studies including health, communication and other fields of science are needed.

Keywords: Digital tool, Digital communication, Digital game, Digital game mode

1. Giriş

Bilgisayar ve iletişim teknolojisinin günümüzde farklı bir gelişmişlik boyutu kazanmasıyla birlikte insanların gündelik yaşam döngüsü içerisine dijitalleşme kavramı yerleşmiştir. Bu dijital döngüde oyun kavramı da kendine bir yer edinmiş ve dijital çağa ayak uydurmuştur. Oyunlar; oyun alanlarının yetersizliği, kentleşme oranındaki artış, geleneksel oyunların kültürel aktarım içinde kaybolması, kişilerde oyun algısının değişmesi gibi nedenlerle yerini dijital oyunlara bırakmıştır. Son yıllarda dijital oyunlar özellikle ergenlik

* Dr., mertkvardar@gmail.com

** Öğr. Gör., İstanbul Rumeli Üniversitesi, elif.turel@rumeli.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 15.10.2021; Makalenin Kabul Tarihi: 19.01.2022

dönemindeki çocukların boş vakitlerinin çoğunu geçirdiği ve sosyalleşme ortamı olarak da kullanıldığı bir yer haline gelmiştir. Dijital oyunlar her yaş grubuna hitap edebilir ve istenildiği her zaman diliminde çevrim dışı (offline) veya çevrim içi (online) olarak oynanabilir (Dağ vd., 2021).

Covid-19 pandemisi insanların eğitim, çalışma, sosyalleşme, boş zamanlarını değerlendirme gibi süreçlerini etkilemiştir. Eve kapanmaların yaşanması gibi süreçler bunu takip eden ve gündelik yaşama yansıyan çeşitli kısıtlamalarla birlikte insanlar farklı bir yöneliş içerisine girmiştir. Gerek yaşamın getirdiği zorluklar gerekse sağlık süreçleriyle birlikte ortaya çıkan olumsuzluklardan uzaklaşmak amacıyla dijital oyunlara yöneliş yaşanmıştır. Dijital oyunlar çevrim içi biçimiyle internet ortamında çoklu kullanıcı seçenekleri sunarak oyuncunun diğer oyuncularla iletişime geçmesine olanak tanımaktadır. Oyunlar, farklı mobil cihazlar kullanılarak da oynanabilmektedir. Telefon veya bilgisayar gibi mobil cihazlara kurulan uygulamalar ile çevrim dışı olarak yani internet olmadan da oyun oynama seçenekleri oyunculara sunulmaktadır. Bu tarz oyunlarda diğer oyuncularla etkileşim bulunmamaktadır (Karataş, 2021). Tüm dünya çapında yaşanan Covid-19 pandemisi ile birlikte insanlar pandemi öncesi günlük yaşantı süreçlerinin dışında bir hayat yaşamaya başlamıştır. Küresel çapta yaşanan sokağa çıkma yasaklarıyla birlikte kendini hissettiren yalnızlık duygusunun bastırılması, kişilerin sosyalleşmesi ve boş vakitlerini geçirmesi dijital oyunlarla sağlanır hale gelmiştir (Tükel & Uzunöz, 2021).

Dönüşümün yaşandığı bir alan olan dijital oyun alanı kendisine yönelen oyuncu artışıyla birlikte önemli bir sektör haline gelmiştir. Bu nedenle bu alana yönelik akademik çalışmaların yapılması gerekmektedir. Covid-19 pandemisinde dijital oyun oynama düzeyine yönelik bir araştırmadan hareketle çeşitli çıkarımların yapılmasının amaçlandığı bu çalışmada aynı zamanda Türkiye'deki pandemi sürecinde dijital oyun alanına yönelik akademik katkının çeşitlendirilmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın örneklemini, çalışmaya katılan 417 üniversite öğrencisinden oluşmuştur. Betimsel tarama modelinin kullandığı bu çalışmada toplanan veriler, bulgular bölümünde verilmiştir. Bunlara ek olarak son bölümde çalışmanın sonuçları literatürde yer alan çalışmalarla karşılaştırılmıştır ve gerek bu çalışmanın sonuçları gerekse dijital oyun alanı açısından çeşitli çıkarımlarda bulunulmuştur.

2. Dijital Oyun Kavramı ve Alan Araştırmaları

Dijital oyun kavramı, bilgisayar, cep telefonu, oyun konsolları gibi araçlar aracılığıyla tek olarak veya çoklu ağlar üzerinden birlikte oynanabilen oyunları ifade etmektedir. Çoğunlukla eğlence ve boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilen dijital oyunlar belirli metin veyahut görsellik üstüne tasarlanmışlardır. Özellikle son 40 yılda popüler kültürün önemli bir parçası hale gelen dijital oyunlar, büyük bir endüstriyi temsil etmektedir. Covid-19 ile birlikte dijital oyun pazarında devasa boyutta artışlar görülmüştür. Sadece mobil oyunlar 2020 senesi içerisinde 77,2 milyar dolarlık bir gelir ağını oluşturmuştur. Konsol oyunları ise bu dönemde 729 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Bilgisayar oyunları açısından bakıldığında ise nispeten diğer alanlara oranla daha az artış görülmüştür (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 2020, s. 5-12). Mobil oyunların çok daha fazla tercih edilmesi ve diğer platformlara göre daha hızlı gelişmesinde belirli kriterler etkili olmuştur. Kriterler özellikle taşınabilir araçların sağladığı kullanım kolaylığı ve araçların çeşitliliği (telefon, tablet, nintendo vd.) üzerine yoğunlaşmaktadır. Aynı zamanda bilgisayar ve oyun konsolu gibi araçlara tasarlanan oyunların üretilmesi daha maliyetlidir bu nedenle mobil oyunlar daha hızlı, ucuz ve kolay şekilde yaygınlık kazanmaktadır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016, s. 26).

Eve kapanmaların yaşanmasıyla birlikte sosyalleşme ihtiyacını gidermek isteyen insanlar belirli aktivitelere yönelmişlerdir. Bunlar kaygı ve stresten uzaklaşmanın bir yolu olarak görülmüştür. Dijital oyunlar sosyalleşme ihtiyacının sağlanması ve kaygıdan uzaklaşmanın alternatifi haline gelmiştir (Ko & Yen, 2020). Özellikle Dünya Sağlık Örgütü (WHO), pandemi ile birlikte gençlerin daha fazla ekranlar başında kalmasına ve oyun oynama bozukluklarının ortaya çıkışı konusuna dikkat çekmiştir (WHO, 2020, s. 2).

Literatüre bakıldığında pandemi döneminde dijital oyun alanına yönelik yapılan belli başlı araştırmalardan hareketle çeşitli veri ve analizlerin ortaya konulduğu görülmektedir. Türkiye oyun sektörü raporuna (2020) göre, Türkiye'de 65 milyon civarında internet kullanıcısı bulunmaktadır. 16-64 yaş aralığındaki internet kullanıcılarının kullandıkları teknolojik cihazlarda harcadıkları ortalama süre ise 7 saat 57 dakikadır (Gaming Turkey, 2020, s. 12). Oyun sektörü rapora göre ayrıca Türkiye'deki mobil oyuncu sayısının 35 milyon, bilgisayar oyuncu sayısının 22 milyon, konsol oyuncu sayısının ise 17 milyon olduğu

tahmin edilmektedir (Gaming Turkey, 2020, s. 53). Rapora göre ayrıca dijital oyunlardaki kullanıcıların farklı platformlar üzerinden ortak noktalarda buluşmasıyla yeni sosyalleşme algıları ortaya çıkmıştır (Gaming Turkey, 2020, s. 31).

Pandemi sürecinde dijital oyunlara yönelik bir başka istatistikî bilgi de dijital oyunlarla ilgili satış yapan firmaların raporlarından gelmektedir. Bunlardan biri olan Oyunfor.com tarafından çeşitli veriler açıklanmıştır. Buna göre, pandemi süresinde dijital oyunlara yönelik ilgi yüksek düzeyde artmıştır. Bu ilgi oyun oynama sürelerinin yanında dijital oyunlara yönelik yapılan alışverişlerin %35 düzeyinde artmasını beraberinde getirmiştir. Özellikle bu süreç de dijital oyunlara yönelik yapılan harcamaların cinsiyet açısından değerlendirilmesi sonucu belirli verilere ulaşılmıştır. Buna göre, dijital oyunlar ve içerikleri açısından pandemi öncesi erkeklerin harcama düzeyi %90'iken pandemi döneminde kadınların harcama oranları erkeklere kıyasla hızla yükselmiştir (MarketingTürkiye, 2020).

2020 yılında AdColony ve Global Web Index'in yaptığı bir başka dijital oyun araştırmasına göre yetişkinlerin de dijital oyunlara olan ilgisi artmıştır. Araştırmaya göre ayrıca Türkiye'deki internet kullanıcılarının yaklaşık %84'ü en az bir teknolojik araç ile dijital oyun oynamaktadır. Türkiye'deki mobil oyunlara yönelik oyunculara ait veriler ise şu şekildedir: Türkiye'deki yetişkinlerin %79'u mobil oyunları tercih etmektedir, bu oyuncuların %50.2'si erkek, %49.8'i ise kadınlardan oluşmaktadır. Oyuncuların yaş düzeylerine bakıldığında 16-24 yaş arası %23,9, 25-34 yaş arası %28,5, 35-44 yaş arası %25,3 ve 45 yaş üstü ise %22,4 oranında dağılmaktadır. Araştırmaya göre aynı zamanda Türkiye'deki oyuncuların en çok tercih ettiği oyun türü %49.2 ile aksiyon oyunlarından oluşmaktadır. Bunu %46.2 ile puzzle ve bulmaca oyunları, %45.7 ile ise yarış oyunları, %45.6 ile spor oyunları takip etmektedir (Adcolony, 2020).

Pandemi öncesi ve pandemi sürecinde dijital oyun oynama profillerinin karşılaştırıldığı bir çalışmada ise katılımcıların yarısından fazlasının (%54,4) pandemi sürecinde oyun oynama sürelerinin fazlaştığı ortaya konulmuştur. Araştırmaya göre pandemi öncesi ve pandemi sürecindeki süreler bakıldığında dijital oyunlara yönelik haftalık harcanan süre ortalama 10,67 saatten 16,15 saate yükselmiştir (Çakıroğlu vd., 2021, s. 56). Pandemi dijital oyunların oynanmasına yönelik 427 öğrenciyle yapılan bir başka çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmaya göre, dijital oyuncuların pandemi döneminde dijital oyunları en çok akıllı telefonlarında oynadığı, en çok bulmaca ve zekâ türü oyunları tercih ettiği görülmüştür. Ayrıca pandemi öncesi ve pandemi sürecindeki veriler karşılaştırıldığında kullanıcıların pandemi sürecinde dijital oyun oynama süresinin önemli ölçüde arttığı tespit edilmiştir (Aktaş & Bostancı, 2021, s. 131-135). Pandemi döneminde yapılan bir başka çalışmada dijital oyun oynayan çocukların oranının da pandemi öncesine göre anlamlı derecede arttığı tespit edilmiştir (Ofly vd., 2020). Benzer bir çalışmada da pandemi sırasında çocuk ve ergenlerin oyunlara harcadıkları zamanda artış olduğu ortaya konulmuştur (Keskin & Aral, 2021, s. 1).

Pandemi döneminde global olarak yürütülen dijital oyun araştırmaları bulunmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, evde kalmanın artmasıyla birlikte kullanıcılar eğlenme amaçlı olarak mobil oyunlara yönelmektedir. Çin'de pandemi sürecinde dijital oyunların indirilme oranları ciddi biçimde artmıştır. Şubat 2020'de haftalık bazda oyun indirme oranları bir öncelik yılın oranları ile kıyaslandığında %80 düzeyinde artış göstermiştir. Virüsten en erken etkilenen ülkelerden biri olan Güney Kore'de de aynı dönemlerde dijital oyun indirme oranları %35 düzeyinde artmıştır (MMA Türkiye, 2020, s. 4-5). Pandemi dijital oyunlara olan bakışı etkilemiştir. Yoğun iş temposu nedeniyle dijital oyunlara vakit ayıramayan kullanıcılar uzun zaman sonra dijital araçların başına geçmiştir. Çevrim içi oyun platformu olan Steam'in verilerine göre Mart 2020'de oyun oynayan 20 milyondan fazla kullanıcı olduğu görülmüştür. ABD'de faaliyet gösteren bilişim şirketi Verizon ise Mart döneminde çevrim içi oyun oynama sürelerinin daha önceki dönemlere oranla %75 fazlaştığını belirtmiştir. Aynı dönemlerde Türkiye'de yüksek oranda dijital oyunlar teknolojik araçlara indirilmiştir. Bunun başında aksiyon tabanlı hayatta kalma oyunu PUBG gelmektedir (BBC News Türkçe, 2020). Oyun oynama davranışları üzerine yapılan başka bir çalışmada da pandemi sürecinde oyun oynamak için harcanan ortalama sürede artış yaşandığı vurgulanmıştır (King vd., 2020).

Covid-19 döneminde dijital oyun oynama düzeylerine yönelik yapılan bir başka çalışmada katılımcıların %50,8'inin dijital oyun oynama davranışlarında artış olduğu ortaya konulmuştur. Aynı zamanda dijital oyun oynamada artış ve bunun stresle başa çıkma açısından yararlı olduğunu düşünenlerde de artış gözlenmiştir (Balhara vd., 2020). Pandemi sürecinde dijital oyunların oynanması üzerine yapılan bir anket çalışmasında

ise oyun alışkanlıkları ve zamana yönelik belirli bulgular ortaya konulmuştur. Ankete katılanların, %71'inin oyun oynamak için harcadıkları zamanın arttığı gözlemlenmiştir (Stewart & Barr, 2021).

Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisinin dijital oyun alanına yönelik yaptığı bir araştırmada Covid-19 salgınıyla beraber bilgisayar ve telefon kullanımının yükseldiği ve dijital oyunlara olan ilginin fazlaştığı ifade edilmiştir. Rapora göre aynı zamanda dünya genelinde 2,5 milyar dijital oyuncunun olduğu belirtilmiştir (TRTHaber, 2021). Dijital verileri inceleyen We Are Social şirketi ve Hootsuiit platformu yayınladıkları raporda ise Covid-19 ile birlikte kullanıcıların dijital oyunları oynamak için daha fazla zaman harcadıklarını ortaya koymuştur. Pandemi sürecinde geniş çaplı yapılan bir araştırmada ise internet kullanıcılarının %85'i dijital oyunları oynadıklarını belirtmiştir. Yapılan araştırmada ayrıca Amerika Birleşik Devletleri, Japonya ve Filipinler'de oyunlara yönelik olan ilginin arttığı ortaya konulmuştur (We Are Social & Hootsuiit, 2021). Çin'de ise video denetleme kurumu artan dijital oyun kullanımını kontrol altına almak için bazı kısıtlamalar getirildiğini açıklamıştır. Buna göre, 18 yaşın altındaki kullanıcıların özellikle internet üzerinden oynanan oyunları hafta sonları ve tatil günleri gibi zaman dilimleri arasında kısıtlı bir şekilde oynayabileceklerini açıklamıştır (BBC News Türkçe, 2021).

3. Araştırma Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Amacı

Ele alınan araştırmanın genel amacı, pandemi dönemi dijital oyun oynama düzeyinin belirlenmesidir. Belirlenen bu amaca yönelik ayrıca ek olarak aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- H1: Cinsiyet grupları arasında *dijital oyun oynanan araç* bakımından *fark var mıdır?*
- H2: Cinsiyet grupları arasında *her gün oyun oynama* bakımından *fark var mıdır?*
- H3: Cinsiyet grupları arasında *tercih edilen oyun türü* açısından *fark var mıdır?*
- H4: Ekonomik durumlar arasında *dijital oyun oynanan araç* bakımından *fark var mıdır?*
- H5: Ekonomik durumlar arasında *her gün oyun oynama* bakımından *fark var mıdır?*
- H6: Pandemi öncesi ve pandemi sürecinde *dijital oyun oynama zaman dilimleri* açısından *fark var mıdır?*
- H7: Pandemi öncesi ve pandemi sürecinde *dijital oyunlarda geçirilen zaman* açısından *fark var mıdır?*
- H8: Pandemi öncesi ve pandemi sürecinde *en çok tercih edilen dijital oyun modu* açısından *fark var mıdır?*

Özellikle Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin pandemi öncesi ve pandemi sürecinde dijital oyunları oynama düzeylerine yönelik sınırlı sayıda çalışma olması nedeniyle alana yönelik yapılacak katkı da temel amaçlar arasında sayılabilir.

3.2. Örneklem

Bu araştırmada nicel bir yaklaşım olan betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Bu bağlamda betimsel tarama modeli, ele alınan konuyla alakalı olarak var olan durumun belirlenmesi ve betimlenmesini esas alan araştırma modelidir (Karasar, 2016). Araştırmanın örnekleme, çalışmaya katılan ve anket formunu dolduran 417 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Verilerin toplanmasından sonra değerlendirmeye geçilmeden, verilerde yer alan eksik, yanlış vd. hatalar belirlenmiştir ve 17 kişi veri setinin içerisinden çıkarılmıştır. Araştırmadaki veriler toplanırken herhangi bir üniversitenin öğrencileri hedef alınmamıştır. Bir başka ifadeyle araştırmaya katılan üniversite öğrencileri rastgele biçimde anketi dolduran kişilerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılmak için gerekli şartlar: 1. Ankete gönüllü olarak katılmak, 2. Üniversite öğrencisi olmak (ön lisans, lisans, yüksek lisans, doktora), 3. Dijital oyun oynamaktır. Bu şartların dışında dijital oyun oynamayan kullanıcılar devre dışı bırakılmıştır. Verilerin toplanması sonrası örneklem grubunu temsil eden üniversite öğrencilerinin 240'ı (%60) erkek, 160'ı (%40) ise kız öğrencilerden oluşmuştur. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin 109'u (%27,3) ön lisans, 182'si (%45,5) lisans, 45'i (%11,3) yüksek lisans, 64'ü (%16) ise doktora öğrencilerinden oluşmaktadır. Daha detaylı bilgiler bulgular bölümünde yer alan Tablo 1 üzerinde gösterilmiştir.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma verilerinin toplanması iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik verilerin toplanması hedefiyle araştırmacıların oluşturduğu demografik soruları (cinsiyet, eğitim durumu, yaş vd.) içeren bilgi formu kullanılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde ise pandemi dönemine yönelik olarak hazırlanmış, dijital oyun oynamaya düzeyine ait soruları içeren form kullanılmıştır. Anket sorularının belirlenmesinde literatür bölümünde de belirtilen çeşitli araştırmalardan (Gaming Turkey, 2020), (Adcolony, 2020), (Aktaş & Bostancı, 2021), (MMA Türkiye, 2020) yararlanılmıştır. Araştırma özellikle Türkiye’de 17 günlük tam kapanmanın yaşandığı 1 Mayıs 2021 – 15 Mayıs 2021 tarihleri arasında Google Formlar üzerinden hazırlanan bir biçimde çevrim içi olarak toplanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma elde edilen verilerin analizinde SPSS 25 programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde çeşitli tanımlayıcı (ortalama, yüzdelik vd.) özellikler kullanılmıştır. Genel dijital oyun oynama düzeylerine yönelik *Ki-Kare* analizi uygulanmıştır. Pandemi öncesi ve pandemi sonrası dijital oyun oynama durumunun karşılaştırıldığı verilere ilişkin tekrarlı ölçümlenelerde *T-testi* kullanılmıştır. Araştırmada ($p < 0.05$) değeri istatistiksel olarak *anlamlı* kabul edilmiştir.

3.5. Etik Kurul İzni

Bu çalışma İstanbul Rumeli Üniversitesi Etik Kurulu tarafından, 26.05.2021 tarihli, 05 madde numarası ve 2021/04 toplantı numarasını taşıyan onay formu ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

4. Bulgular

Pandemi dönemi dijital oyun oynama düzeyi araştırmasına katılan üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine bakıldığında %60’ının ($n=240$) erkek, %40’ının ($n=160$) kadın olduğu görülmektedir. Yaş aralıkları açısından bakıldığında 18-23 yaş aralığının %18,5 ($n=74$), 24-29 yaş aralığının %38,5 ($n=154$), 30-35 yaş aralığının %21,8 ($n=87$), 36 ve üzeri yaş aralığının ise %21,3 ($n=85$) olduğu görülmektedir. Eğitim durumları açısından bakıldığında ön lisans düzeyinde olanların %27,3 ($n=109$), lisans düzeyinde olanların %45,5 ($n=182$), yüksek lisans düzeyinde olanların %11,3 ($n=45$), doktora düzeyinde olanların %16 ($n=64$) olduğu görülmektedir. Ekonomik durum açısından bakıldığında ekonomik durumunu düşük olarak nitelendirilen katılımcılar %30,5 ($n=122$), orta olarak nitelendiren katılımcılar %47 ($n=188$), yüksek olarak nitelendiren katılımcılar ise %22,5 ($n=90$) olarak görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Araştırmaya katılan katılımcılarının demografik özellikleri

Demografik	N	%
Cinsiyet		
Erkek	240	60
Kadın	160	40
Yaş		
18-23	74	18,5
24-29	154	38,5
30-35	87	21,8
36 ve üzeri	85	21,3
Eğitim Durumu		
Ön lisans	109	27,3
Lisans	182	45,5
Yüksek Lisans	45	11,3
Doktora	64	16,0
Ekonomik Durum		
Düşük	122	30,5
Orta	188	47,0
Yüksek	90	22,5

Pandemi dönemi dijital oyun oynama düzeyi araştırmasına katılan üniversite öğrencilerinin dijital oyun oynama düzeylerine yönelik sorulara verdikleri cevapların dağılımı ise Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre

katılımcıların dijital oyun oynamak için en çok kullandığı araçların %36,5 (n=146) ile akıllı telefon, %26 (n=104) ile tablet, %22,3 (n=89) ile oyun konsolu ve %15,3 (n=61) ile bilgisayar olduğu görülmektedir. Her gün bir defa bile olsa oyun oynayan kullanıcılar %62 (n=248), oynamayanlar ise %38 (n=152) düzeyindedir. Pandemi öncesi dijital oyunların oynandığı zaman dilimlerine bakıldığında %45,3 (n=183) ile akşam saatleri, %24,5 (n=98) ile öğlen saatleri, %16,5 (n=66) ile gece yarısı, %13,3 (n=53) ile sabah saatlerinin tercih edildiği görülmektedir. Pandemi sürecinde dijital oyunların oynandığı zaman dilimlerine bakıldığında %41,5 (n=166) ile akşam saatleri, %30,3 (n=121) ile gece yarısı, %27,5 (n=110) ile öğlen saatleri, %0,8 (n=3) ile sabah saatlerinin tercih edildiği görülmektedir. Katılımcıların pandemi öncesinde dijital oyunlarda geçirdikleri süreye bakıldığında %45 (n=180) ile 1-3 saat aralığı, %27,5 (n=110) ile 4-6 saat aralığı, %27 (n=108) ile 1 saatten daha az süreyle ve de %0,5 (n=2) ile 7 saatten fazla süreyle dijital oyunlarda vakit geçirdikleri görülmektedir. Pandemi sürecinde dijital oyunlarda geçirdikleri süreye bakıldığında %45 (n=180) ile 4-6 saat aralığı, %40,5 (n=162) ile 1-3 saat aralığı, %7,8 (n=31) ile 7 saatten fazla süreyle ve de %6,8 (n=27) ile 1 saatten daha az süreyle vakit geçirdikleri görülmektedir.

Tablo 2. Dijital oyun oynama düzeylerine yönelik veriler

Dijital oyun oynama düzeyi	N	%
Dijital oyun oynamak için en çok kullandığınız araç hangisidir?		
Akıllı Telefon	146	36,5
Bilgisayar	61	15,3
Tablet	104	26,0
Oyun Konsolu	89	22,3
Her gün bir defa bile olsa oyun oynar mısınız?		
Evet	248	62
Hayır	152	38
Pandemi öncesi dijital oyunları genellikle hangi zaman diliminde oynardınız?		
Sabah	53	13,3
Öğlen	98	24,5
Akşam	183	45,8
Gece Yarısı	66	16,5
Pandemi sürecinde dijital oyunları genellikle hangi zaman diliminde oynarsınız?		
Sabah	3	0,8
Öğlen	110	27,5
Akşam	166	41,5
Gece Yarısı	121	30,3
Pandemi öncesi dijital oyunlarda geçirdiğiniz zaman aralığı nedir?		
1 saatten az	108	27,0
1 – 3 saat arası	180	45,0
4 – 6 saat arası	110	27,5
7 saatten fazla	2	0,5
Pandemi sürecinde dijital oyunlarda geçirdiğiniz zaman aralığı nedir?		
1 saatten az	27	6,8
1 – 3 saat arası	162	40,5
4 – 6 saat arası	180	45,0
7 saatten fazla	31	7,8
En çok tercih ettiğiniz dijital oyun türü hangisidir?		
Aksiyon	103	25,8
Dövüş	40	10,0
Spor	38	9,5
Simülasyon	52	13,0
Strateji	59	14,8
Yarış	56	14,0
Puzzle/Bulmaca	52	13,0
Pandemi öncesi en çok tercih ettiğiniz dijital oyun modu hangisidir?		
Tek Oyunculu (Single Player & Offline)	175	43,8
Çok oyunculu yerel (Multiplayer)	40	10,0
Çevrim içi çok oyunculu (Online)	185	46,3
Pandemi sürecinde en çok tercih ettiğiniz dijital oyun modu hangisidir?		
Tek Oyunculu (Single Player & Offline)	116	29,0

Çok oyunculu yerel (Multiplayer)	14	3,5
Çevrim içi çok oyunculu (Online)	270	67,5

Tablo 2’de yer alan ve kullanıcıların en çok tercih ettiği dijital oyun türü incelendiğinde %25,8 (n=103) ile aksiyon, %14,8 (n=59) ile strateji, %14 (n=56) ile yarış, %13 (n=52) ile puzzle/bulmaca, %13 (n=52) ile strateji, %10 (n=40) ile dövüş, %9,5 (n=38) ile spor oyun türlerinin tercih edildiği görülmektedir. Kullanıcıların pandemi öncesi en çok tercih ettiği dijital oyun modu incelendiğinde %46,3 (n=185) ile çevrim içi çok oyunculu, %43,8 (n=175) ile tek oyunculu, %10 (n=40) ile de çok oyunculu yerel oyun modlarını tercih ettiği görülmektedir. Pandemi sürecinde de kullanıcıların en çok tercih ettiği dijital oyun modu incelendiğinde %67,5 (n=270) ile çevrim içi çok oyunculu, %29 (n=116) ile tek oyunculu, %3,5 (n=14) ile de çok oyunculu yerel oyun modlarını tercih ettiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetlerine göre dijital oyun oynanan araçlar açısından bir farklılık olup olmadığına yönelik karşılaştırmalara bakıldığında (Tablo 3) anlamlı bir farklılığın olduğu ($X^2=25.667$; $p<0.001$) buna göre dijital oyun oynan araç bakımından kadınların en çok akıllı telefonu (%46,2) erkeklerin ise başta akıllı telefon (%30) olmak üzere diğer dijital araçları daha eşit oranda tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre her gün oyun oynama açısından da anlamlı bir farklılık olduğu ($X^2=10.215$; $p<0.001$) görülmektedir. Buna göre erkek kullanıcılar (%68), kadın kullanıcılara (%60) kıyasla her gün bir defa bile olsa oyun oynamayı daha fazla tercih etmektedir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre en çok tercih ettikleri dijital oyun türü açısından anlamlı bir farklılık olduğu ($X^2=139.888$; $p<0.001$) görülmektedir. Buna göre erkek kullanıcılar en çok aksiyon (%35,8) türü oyunları tercih ederken kadın kullanıcılar (%30,6) ise puzzle/bulmaca tarzı oyunları tercih etmektedir.

Tablo 3. Cinsiyet grupları açısından dijital oyun oynama düzeyleri

Cinsiyet grupları açısından	Erkek		Kadın		Toplam		X^2 ;p
	n	%	n	%	n	%	
Dijital oyun oynamak için en çok kullandığınız araç hangisidir?							
Akıllı Telefon	72	30,0	74	46,2	146	36,5	$X^2 = 25,667$ $p < 0,001$
Bilgisayar	53	22,1	8	5,0	61	15,2	
Tablet	60	25,0	44	27,5	104	26,0	
Oyun Konsolu	55	22,9	34	21,3	89	22,3	
Her gün bir defa bile olsa oyun oynar mısınız?							
Evet	164	68,3	84	52,5	248	62,0	$X^2 = 10,215$ $p < 0,001$
Hayır	76	31,7	76	47,5	152	38,0	
En çok tercih ettiğiniz dijital oyun türü hangisidir?							
Aksiyon	86	35,8	17	10,6	103	25,8	$X^2 = 139,888$ $p < 0,001$
Dövüş	24	10,0	16	10,0	40	10,0	
Spor	36	15,0	2	1,3	38	9,5	
Simülasyon	28	11,7	24	15,0	52	13,0	
Strateji	47	19,6	12	7,5	59	14,8	
Yarış	16	6,7	40	25,0	56	14,0	
Puzzle/Bulmaca	3	1,3	49	30,6	52	13,0	

Araştırmaya katılan kullanıcıların ekonomik durumlarıyla dijital oyun oynamak için en çok kullandıkları araç bakımından (Tablo 4) anlamlı bir farklılığın olduğu ($X^2=160.864$; $p<0.001$) görülmektedir. Buna göre ekonomik durumunu düşük olarak değerlendiren kullanıcılar en çok (%44,5) akıllı telefonda oyun oynarken ekonomik durumunu orta olarak değerlendiren kullanıcılar (%34) tablet, ekonomik durumunu yüksek olarak değerlendiren kullanıcılar ise (%57,8) oyun konsolunu tercih etmektedir. Kullanıcıların ekonomik durumlarıyla her gün bir defa bile olsa oyun oynama tercihleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı ($X^2=4.236$; $p>0.120$) görülmektedir.

Tablo 4. Ekonomik durumlar açısından dijital oyun oynama düzeyleri

Ekonomik durumlar açısından	Düşük		Orta		Yüksek		X ² ;p
	n	%	n	%	n	%	
Dijital oyun oynamak için en çok kullandığınız araç hangisidir?							
Akıllı Telefon	83	44,5	58	30,9	5	5,6	X ² =160.864 p<0.001
Bilgisayar	5	18,6	47	25,0	9	10,0	
Tablet	16	31,7	64	34,0	24	26,7	
Oyun Konsolu	18	27,1	19	10,1	52	57,8	
Her gün bir defa bile olsa oyun oynar mısınız?							
Evet	74	60,7	110	58,5	64	71,1	X ² =4,236 p>0.120
Hayır	48	39,3	78	41,5	26	28,9	

Araştırmaya katılan kullanıcıların pandemi öncesi ve pandemi sürecinde dijital oyun oynama zaman dilimleri açısından (Tablo 5) anlamlı bir farklılık olduğu ($t=-8,507$; $p<0.001$) görülmektedir. Buna göre, pandemi sürecinde akşam ve gece yarısı zaman dilimlerini tercih eden kullanıcıların pandemi öncesine kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Pandemi öncesi ve sürecinde dijital oyun oynama zaman dilimleri

Zaman dilimleri	Ort.±S.S.	t;p
Pandemi <i>öncesi</i> dijital oyunların oynanma zaman dilimleri	2,65 ±,90	t= -8,507
Pandemi <i>sürecinde</i> dijital oyunların oynanma zaman dilimleri	3,01 ±,78	p<0.001

Araştırmaya katılan kullanıcıların pandemi öncesi ve pandemi sürecinde dijital oyunlarda geçirdikleri zaman açısından (Tablo 6) anlamlı bir farklılığın olduğu ($t=-16.211$; $p<0.001$) görülmektedir. Buna göre pandemi öncesi kullanıcılar en çok (%45) 1-3 saat aralığında dijital oyunlarda zaman geçirirken pandemi sürecinde en çok (%45) 4-6 saat aralığında zaman dijital oyunlarda zaman geçirmektedir.

Tablo 6. Pandemi öncesi ve pandemi sürecinde dijital oyunların oynanma süreleri

Oynama süreleri	Ort.±S.S.	t;p
Pandemi <i>öncesi</i> dijital oyunların oynanma süreleri	2,01 ±,75	t= -16,211
Pandemi <i>sürecinde</i> dijital oyunların oynanma süreleri	2,53 ±,73	p<0.001

Araştırmaya katılan kullanıcıların pandemi öncesi ve pandemi sürecinde tercih ettikleri dijital oyun modu açısından (Tablo 7) anlamlı bir farklılığın olduğu ($t=-9.737$; $p<0.001$) görülmektedir. Buna göre, pandemi öncesi kullanıcıların tek oyunculu dijital oyunu modunu daha çok tercih (%43,8) ettiği pandemi sürecinde ise bu tercihin düşüş gösterdiği (%29) bunun yerine pandemi süresinde çevrim içi oyunların daha çok tercih edildiği (%67,5) görülmektedir.

Tablo 7. Pandemi öncesi ve pandemi sürecinde tercih edilen dijital oyun modu

Oyun modları	Ort.±S.S.	t;p
Pandemi <i>öncesi</i> tercih edilen dijital oyun modu	2,02 ±,94	t= -9.737
Pandemi <i>sürecinde</i> tercih edilen dijital oyun modu	2,38 ±,90	p<0.001

5. Tartışma ve Sonuç

Dijital oyun sektörü 2019 yılında Çin'de ortaya çıkan ve 2020 yılında kendini iyice hissettiren Covid-19 pandemisi nedeniyle bir dönüşüme uğramıştır. İnsanların zorunlu olarak evlerinde kapalı kalmasıyla birlikte dijital oyunlara ve dijital oyun sektörüne yönelik ilgi artmıştır. Bu durum sektörün hızlı gelişimine yol açmıştır. İnsanların işlerinin hatta sosyalleşme süreçlerinin eve taşınmasıyla birlikte farklı bir gündelik yaşam rutini gelişmiştir. İnsanlar boş zamanlarında eğlenmek ve sosyalleşmek için çevrim içi dijital oyunlara yönelmektedir. Bu durum dijital oyun sektörünün diğer tüm sektörlerle kıyasla pandemi döneminde çok daha hızlı büyümesine yardımcı olmuştur. Akıllı telefonlar, tabletler, masaüstü veya taşınabilir bilgisayarlar, özellikle de oyun konsolları ve internetle birlikte kullanıcı aralığını genişleten dijital oyun sektörü, en fazla yatırım alan alanlardan biri haline gelmiştir. Dijital oyun dünyasının bu denli

büyümesi bu alana yönelik akademik çalışmaların yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Türkiye’de özellikle Covid-19 pandemisi dönemindeki dijital oyun oynama durumlarının ortaya konulduğu araştırmaların çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

İnsanların evlere zorunlu olarak kapanması nedeniyle dijital oyunlara olan bakış değişmiştir. Araştırmalara göre, daha önce hiç dijital oyun oynamamış bireyler bile bu dönemde dijital oyunlara yönelmişlerdir (Gaming Turkey, 2020, s. 12). Bu durum pandemi döneminde gerek oyuncu sayılarının gerekse dijital oyunlara yönelik yapılan harcamaların artmasına yol açmıştır. Bir diğer istatistik ise çevrim dışı olarak tercih edilen oyunlar yerine çevrim içi oyunlara olan ilginin artmasıdır. Bu makale çalışmasının bulguları da benzer açıdan literatür çalışmalarında yer alan bulguları desteklemektedir: Pandemi öncesi kullanıcıların tek oyunculu dijital oyunu modunu (%43,8) daha çok tercih ettiği pandemi sürecinde ise bu tercihin düşüş gösterdiği (%29) bunun yerine pandemi süresinde çevrim içi oyunların daha çok tercih edildiği (%67,5) görülmektedir. Evlere mecbur kapanmaların yaşanması kullanıcıları; dijital olarak sosyalleşmeye yöneltmektedir. Bu durumun kullanıcıların çevrim içi oyunları daha fazla tercih etmesine yol açtığı düşünülmektedir.

Oyun sektörü raporuna göre, dijital oyun oynayan kullanıcıların gelir dağılımına bakıldığında kullanıcıların yüksek gelir (%40,8), düşük gelir (%29,8), orta gelir (%29,5) gruplarında yer aldığı görülmektedir. Bunlara ek olarak pandemi döneminde en çok oynanan dijital oyun türü ise Hypercasual tarzındaki FPS-Aksiyon oyunu olan PUBG Mobile ve benzeri oyunlar olmuştur (Gaming Turkey, 2020, s. 56). Bu makale çalışmasının bulguları da benzer açıdan literatür bulgularını desteklemektedir: Dijital oyun oynayan kullanıcıların ekonomik durumlarına bakıldığında benzer sonuçlar görülmektedir. Ekonomik durumu yüksek olan (%71,1) kullanıcıların her gün bir defa bile olsa oyun oynadıkları görülmektedir. Ayrıca ekonomik durumu yüksek olan kullanıcılar ağırlıklı olarak (%57,8) oyun konsolunu tercih etmektedir. Özellikle Türkiye’de oyun konsollarındaki vergilendirmenin daha yüksek olması ve konsolların ağırlıklı olarak sadece oyun oynama üzerine tasarlanması bu araçların maddi durumu daha yüksek kişiler tarafından tercih edilmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla ekonomik durumu daha alt seviye olan katılımcıların iletişim ve oyun oynama amaçlı kullandıkları cep telefonlarını, sadece oyun amaçlı olarak tasarlanmış konsollara tercih etmeleri -ekonomik açıdan- daha doğaldır.

2020 yılında AdColony ve Global Web Index’in yaptığı bir başka dijital oyun araştırmasına göre yetişkinlerin de dijital oyunlara olan ilgisi artmıştır. Bu makale çalışmasının bulguları da benzer açıdan literatür bulgularını desteklemektedir: Yaş düzeyleri açısından, 24-29 yaş aralığının (%38,5) araştırmaya ve dijital oyunlara en çok katılım yapan grubu oluşturduğu görülmüştür. Tercih edilen oyun türleri açısından bakıldığında ise araştırmanın genelinde en yüksek tercih oranı (%25,8) aksiyon oyunlarıdır. Erkek kullanıcılar en çok aksiyon (%35,8) türü oyunları tercih ederken kadın kullanıcılar (%30,6) ise puzzle/bulmaca tarzı oyunları tercih etmektedir. Literatürde yer alan çalışmalara cinsiyet açısından bakıldığında erkeklerin ağırlıklı olarak aksiyon oyunlarını tercih ettiği görülmektedir. Bu durumun aksiyon oyunlarının daha çok erkeklere göre tasarlanması (karakter tiplerini, silahlar, sesler vd.) nedeniyle ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.

Pandemi öncesi ve pandemi sürecindeki veriler karşılaştırıldığında kullanıcıların pandemi sürecinde dijital oyun oynama sürelerinin önemli ölçüde arttığı (Balhara vd., 2020), (Ofly vd., 2020), (King vd., 2020), (Aktaş & Bostancı, 2021, s. 131-135), (Çakıroğlu vd., 2021, s. 56), (Keskin & Aral, 2021, s. 1), (Stewart & Barr, 2021) ortaya konulduğu çalışmalar bulunmaktadır. Bu makale çalışmasının bulguları da benzer açıdan literatür çalışmalarını desteklemektedir. Buna göre, pandemi öncesi ve pandemi sürecinde kullanıcıların dijital oyunlarda geçirdikleri zaman açısından anlamlı bir farklılığın olduğu ($t=-16.211$; $p<0.001$) pandemi öncesi kullanıcıların en çok (%45) 1-3 saat aralığında dijital oyunlarda zaman geçirdiği, pandemi sürecinde ise en çok (%45) 4-6 saat aralığında zaman dijital oyunlarda zaman geçirdiği görülmektedir. Bir başka ifadeyle dijital oyunlarda geçirilen zaman artmıştır. Ayrıca dijital oyun oynamak için pandemi sürecinde akşam ve gece yarısı zaman dilimlerini tercih eden kullanıcıların pandemi öncesine kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunda insanların daha geç vakitlere kadar teknolojik araçlar ile vakit geçirmesinin, sosyalleşme amacıyla çok fazla alternatiflerinin bulunmamasının, boş zaman uğraşı olarak teknolojik araçların ön plana çıkması gibi sebeplerin payı olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak Covid-19 ile birlikte insanların gündelik yaşamlarında ciddi değişiklikler meydana gelmiştir. İnsanların boş vakitlerini geçirme konusundaki sınırlı seçeneklerden biri olan dijital oyunlar hem bir eğlence sektörü hem de yüksek kârlar getiren bir sektör olarak etkisini artırmıştır. Bu çalışmada da görüldüğü üzere insanların pandemi sürecinde dijital oyunlara olan ilgisi, dijital oyunlarla geçirdiği zaman, dijital oyun düzeyleri pandemi öncesine kıyasla değişiklik göstermiştir. Bu nedenle pandemi sürecinde dijital oyun oynama düzeylerine yönelik araştırmaların (özellikle sağlık ve iletişim alanlarından) fazlalaşması bu dönemin etkilerinin daha geniş düzeyde anlaşılabilmesine yardımcı olacaktır. Son olarak Türkiye’de özellikle pandemi döneminde dijital oyun alanına yönelik araştırmaların sınırlı olması nedeniyle bu çalışmanın alana bir katkıda bulunacağı umulmaktadır.

6. Extended Abstract

The digital game industry has undergone a transformation due to the pandemic that emerged in China in 2019 and spread worldwide in 2020. The digital gaming sector has become an important sector with the growth of players. With people staying locked in their homes, interest in digital games and the digital game industry has increased. A different daily life routine has developed with the moving of people's jobs and even their socialization processes to the house. People have preferred online digital games to have fun and socialize in their free time. The digital gaming sector, which has expanded its user network with smartphones, game consoles and the Internet, has been one of the areas that has received the most investment. The growth of the digital game world during the pandemic period reveals the necessity of academic studies in this field.

The aim of the research is to determine the level of digital game playing in the Covid-19 period. In addition, answers were sought to the following questions: Is there a difference between gender groups in terms of the means by which digital games are played?, Is there a difference between gender groups in terms of playing games every day?, Is there a difference between the gender groups in terms of the preferred game type?, Is there a difference between the economic conditions in terms of the means of playing digital games?, Is there a difference between economic situations in terms of playing games every day?, Is there a difference in terms of digital game playing time periods before and during the pandemic?, Is there a difference in terms of time spent in digital games before and during the pandemic?, Is there a difference in terms of the most preferred digital game mode before and during the pandemic? There are limited studies on the level of playing digital games of university students in Turkey before and during the pandemic. For this reason, the contribution to the field can be counted among the main objectives.

The descriptive survey model, which is a quantitative approach, was used in the research. The sample of the study consists of 417 university students who participated in the study and completed the questionnaire form. The collection of data in the research consists of two parts. In the first part, an information form containing demographic questions (gender, educational status, age, etc.) was used to collect demographic data. In the second part of the study, a form containing questions related to the level of digital gaming was used. The research was collected through Google Forms between May 1, 2021 – May 15, 2021, when there was a lockdown in Turkey due to Covid-19. SPSS 25 program was used in the analysis of the data obtained from the research. Various descriptive (mean, percentile, etc.) features were used in the analysis of the data. Chi-square analysis was applied for digital game playing levels. T-test was used in repeated measurements of data comparing the status of digital game playing before and after the pandemic.

It was observed that before Covid-19 pandemic, users preferred the single-player digital game mode (43.8%), while this preference decreased (29%) during the pandemic period. In addition, it was seen that online games were preferred more (67.5%) during the pandemic period. During the pandemic period, there have been mandatory home closures. This has led users to prefer socializing digitally. Therefore, the fact that online games are more preferred by users during the pandemic period is an indicator of this.

It has been observed that users with high economic status (71.1%) play games even once a day. In addition, it was revealed that users with high economic status (57.8%) preferred the game console. The higher taxation on game consoles in Turkey and the fact that consoles are mainly designed for gaming only cause these vehicles to be preferred by people with higher financial status.

It was observed that there was a significant difference ($t=-16.211$; $p<0.001$) in terms of the time spent by users in digital games before and during the pandemic. It was observed that before the pandemic, users (45%) spent the most time in digital games between 1-3 hours, and during the pandemic period (45%) they spent the most time in digital games between 4-6 hours. In addition, it was found that users who preferred the evening and midnight time zones during the pandemic process to play digital games were higher compared to before the pandemic.

As a result, serious changes have occurred in people's daily lives with the pandemic. Diversifying research on digital gaming during the pandemic will help to understand the effects at a broader level. It is hoped that this study will contribute to the field due to the lack of research on the field of digital gaming in Turkey, especially during Covid-19 pandemic period.

Keywords: Digital tool, Digital communication, Digital game, Digital game mode, Information technologies

Kaynakça

Adcolony. (2020). *Turkey Mobile Gaming Research*. Adcolony: <https://www.adcolony.com/reports/global-mobile-gaming-research-2020/>. [Erişim Tarihi: 05 Mayıs 2021].

Aktaş, B., & Bostancı, N. (2021). Covid-19 Pandemisinde Üniversite Öğrencilerindeki Oyun Bağımlılığı Düzeyleri ve Pandeminin Dijital Oyun Oynama Durumlarına Etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 22(2), 129 - 138.

Ankara Kalkınma Ajansı. (2016). <https://www.ankaraka.org.tr/archive/files/yayinlar/ankaraka-dijital-oyun-sektoru.pdf>. [Erişim Tarihi: 08 Ağustos 2021].

Balhara, Y., Kattula, D., Singh, S., Chukkali, S., & Bhargava, R. (2020). Impact of lockdown following COVID-19 on the gaming behavior of college students. *Indian Journal of Public Health*, 6(64), 172-176.

BBC News Türkçe. (2020). *Video oyunu yazarları anlatıyor: Türkiye'de karantınanın en popüler oyunları hangileri?* [bbc.com: https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52450818](https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52450818). [Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2021].

BBC News Türkçe. (2021, 08 30). *Çin'de çocuklar internetteki oyunları, tatil günlerinde sadece bir saat oynayabilecek.* [bbc.com: https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-58386462](https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-58386462) [Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2021].

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2020). *Dijital Oyunlar Raporu*.

Çakıroğlu, S., Soylu, N., & Görmez, V. (2021). Re-evaluating the Digital Gaming Profiles of Children and Adolescents during the COVID-19 Pandemic: A Comparative Analysis Comprising 2 Years of Pre-Pandemic Data. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 1(8), 51-57.

Dağ, Y., Yayan, Y., & Yayan, E. (2021). COVID-19 Sürecinde Çocukların Oyun Bağımlılığı Düzeylerinin Uyku ve Akademik Başarılarına Etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 22(4), 447-454.

Gaming Turkey. (2020). *Türkiye Oyun Sektörü Raporu*. Gaming in Turkey.

Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel akademik yayıncılık.

Karataş, B. (2021). Pandemi Sürecinde Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Dijital Oyun Bağımlılıklarının İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 23(2), 195-207.

Keskin, A., & Aral, N. (2021). Oyun Bağımlılığı: Güncel Bir Gözden Geçirme. *Bağımlılık Dergisi*, 3(22), 327-339.

King, D., Delfabbro, P., Billieux, J., & Potenza, M. (2020). Problematic online gaming and the COVID-19 pandemic. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(9), 184-186.

Ko, C.-H., & Yen, J.-Y. (2020). Impact of COVID-19 on gaming disorder: Monitoring and prevention. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(9), 187-189.

MarketingTürkiye. (2020). *Normalleşme süreci dijital oyunları nasıl etkiledi?* MarketingTürkiye: <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/normallesme-sureci-dijital-oyunlari-nasil-etkiledi/>. [Erişim Tarihi: 22 Mayıs 2021].

MMA Türkiye. (2020). *Covid-19 Virüsünün Dijital Medya ve Mobil Üzerindeki Etkisi*. MMA Türkiye.org.

Oflu, A., Bükülmez, A., Elmas, E., Tahta, E., & Çeleğen, M. (2020). Comparison of screen time and digital gaming habits of Turkish children before and during the coronavirus disease 2019 pandemic. *Turkish Archives of Pediatrics*, 1(56), 22-26.

Stewart, A., & Barr, M. (2021). Playing Video Games During the COVID-19 Pandemic and Effects on Players' Well-Being. *Games and Culture*, 0(0), 1-18.

TRTHaber. (2021). TRTHaber.com: <https://www.trthaber.com/haber/yasam/turkiyede-oyun-bagimlilik-artti-en-cok-aksiyon-oyunlari-tercih-edildi-583156.html/>. [Erişim Tarihi: 09 Eylül 2021].

Tükel, A., & Uzunöz, A. (2021). Covid-19 Sürecinde Evde Oyun Etkileşimli Baba Katılımı. *Kapadokya Eğitim Dergisi*, 1(2).

We Are Social. (2021, 07 01). *Digital Audiences Swell, But There May Be Trouble Ahead*. wearesocial.com: <https://wearesocial.com/us/blog/2021/07/digital-audiences-swell-but-there-may-be-trouble-ahead/>. [Erişim Tarihi: 09 Eylül 2021].

WHO. (2020). *Excessive screen use and gaming considerations during #COVID19*. World Health Organization: http://www.emro.who.int/images/stories/mnh/documents/excessive_screen_use_covid_19.pdf?ua=1&ua=1. [Erişim Tarihi: 09 Eylül 2021].

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %70/%30 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are %70/%30 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.