

Konum Tabanlı Mobil Oyunlar ve Mekân Algısı: *Ingress* Üzerine Etnografik Bir Araştırma

Cemile Tokgöz

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

cemiletokgoz@marmara.edu.tr

Öz

Konumsal medya, ağ, mobil cihazlar, konum verisi ve kenti biraraya getiren yapısıyla iletişim, kent sosyolojisi ve çevre psikolojisinin kesişim alanında yer alan disiplinlerarası bir araştırma konusudur. Fiziksel mekân ile dijital enformasyonu bir araya getirmekte, kullanıcı ile kent arasında arayüz işlevi görmektedir. Mekânı görme biçimlerini değiştiren konum tabanlı sosyal ağlar ve konum tabanlı mobil oyunların yarattığı hibrit mekân deneyimi, fiziksel mekân ile siber mekânı bir araya getirerek mekânsal dönüşümün son halkasını oluşturmaktadır. Konum tabanlı mobil oyunlar, kent sokaklarında oynanan ve gerçek kent öğeleriyle etkileşimli oyunlardır. Bu çalışma konum tabanlı mobil oyunların kent imgesi üzerindeki etkisini konu edinmektedir. *Ingress* adlı mobil oyun üzerine yapılan etnografik araştırmayla, konum tabanlı mobil oyunların, gündelik yaşam-oyun ilişkisi, mekân imgesinin oluşumu, mevcut kent imgesinin yeniden üretilmesi ve mekân kimliğinin sunumu üzerindeki etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Konumsal medya, konum tabanlı mobil oyunlar, mekân algısı, hibrit mekân, *Ingress*

• • • • •

Makale geliş tarihi: 14.2.2017 • Makale kabul tarihi: 10.5.2017

<http://ilefdergisi.org/2017/4/2/>

ilef dergisi • © 2017 • 4(2) • sonbahar/autumn: 7-36

<https://doi.org/10.24955/ilef.357094>

Location-Based Mobile Games and Sense of Place: An Ethnographic Study on *Ingress*

Cemile Tokgöz

Marmara University Communication Faculty
cemiletokgoz@gmail.com

Abstract

Locative media, which consists of network, mobile devices, locational data and urban spaces, is an interdisciplinary research topic at the intersection of communication, urban sociology and ecological psychology. It merges digital information into physical places and functions as an interface between user and the urban space. Location-based social networks and location-based mobile games change the ways of seeing the place and create hybrid place experiences. Hybrid places which consist of physical place and cyberspace occur in the last phase of spatial transformation. Location-based mobile games are being played on city streets and provide interaction with urban environments. This study is about the effects of location-based mobile games on sense of place. Drawing on an ethnographic study on a mobile game, *Ingress*, this paper explores the effects of location-based mobile games on the relationship between games and everyday life, production of sense of place, reproduction of images of places and presentation of place.

Keywords: Locative media, Location-based mobile games, sense of place, hybrid spaces, *Ingress*.

İletişim teknolojilerinin gelişim sürecinde mesafeleri aşmak ve bunu hep daha hızlı yapmak amaçlanmıştır. Buradaki hız, mesafelere rağmen eşzamanlılık sağlayabilmek, ulaşım teknolojilerinin bedensel harekete bağımlı hantallığını aşıp zihinsel olarak uzağa gidebilmek anlamındadır. İletişim ve bilişim teknolojileriyle küresel erişimin çapı dünyada internet erişimi olan her yeri içine alacak düzeyde büyümüştür. Hızla mesafeler aşılrken, zaman-mekân ilişkisi yeni bir boyut kazanmıştır. Meyrowitz böylece mekân algımızın aşındığını ve küreselliğin bir parçasına dönüştüğümüzü vurgulamaktadır.¹ Halbuki mekân zamanı görünür kılmanın, zamanın akışını görselleştirmenin yoludur. Kitle iletişim araçları ve yeni iletişim ortamları ekseninde tartışılan zaman-mekân ve mekân algısı konuları, şimdilerde konumsal medya (locative media) odağında tartışılmaktadır. Mobil ve akıllı cihazlar, akıllı kentler, yaygın ve giyilebilir teknolojiler, artırılmış gerçeklik uygulamaları, konum tabanlı teknolojiler ile dijital enformasyonu fiziksel mekâna gömülü hale getiren teknolojiler gündelik yaşamımıza girmeye başlamış, mekân algısı ve teknoloji ilişkisini yeniden tartışma ihtiyacı doğmuştur.

Konumsal medya adlandırması Karlis Kalnins tarafından 2003'te ortaya atılmıştır. Konumsal medya kavramı ile iletişim ortamları, fonksiyonel olarak mekâna bağlanmaktadır. Bu çerçevede mobil teknolojiler ve kent alanlarının

kesişimi, araştırma gerektiren bir konu haline gelmiştir. Özellikle, teknoloji kullanımı ile fiziksel-dijital mekânlar arasındaki ilişkide ve mekân temsili ile mekânsal pratiklerde konumsal medyanın aracılığı analiz edilmeli, disiplinlerarası çerçevede tartışılmalıdır. Bu bağlamda, 2005-2009 yılları arasındaki zaman diliminde konumsal teknolojilerin evrilme sürecinin ticari tarihi önem arz etmektedir. Burada iki faktör harekete geçirici nitelikte olmuştur. Bunlardan birincisi Google'ın coğrafi konumlandırma hizmetleri iken, ikincisi de birkaç yıl sonra ortaya çıkan akıllı telefonların yaygın kullanımudur. Gordon ve de Souza e Silva'ya göre, haritalama teknolojileri, coğrafi enformasyon sistemleri (GIS-*geographic information system*), 'geolocation' endüstrisi, askeri amaçlarla önemli bir konumda yer almasına rağmen, 2005 Şubat'ında Google'ın *Google Haritalar*'ı başlatmasıyla ve API (*application programming interface*) uygulamasıyla, coğrafi enformasyon sistemleri sıradan kullanıcının kullanıma sunulmuştur.² Bunu takiben mobil kullanıcılar, yazılımcılar ve mobil teknoloji sektörü için konumsal medya hizmetleri gündelik yaşamın içinde yer almaya başlamıştır.

Konumsal medya ile sosyo-mekânsal ve sosyo-teknik etkileşimlerin dönüşümü çok yönlü değerlendirmeye açık bir konudur.³ 20. yüzyılın teknolojileri, görsel ve işitsel kültüre odaklanırken, 21. yüzyılın teknolojilerinin karakteristiği, mobil, konumsal ve sosyal niteliklerini taşımaktadır. *Google Haritalar*, *Facebook Place* ve *Foursquare* başta olmak üzere bu tip uygulamalarla, çevrimiçi ve çevrimdışı arasındaki ikilik bozularak, beraber olmanın yeni bir biçimi oluşmuştur. Kullanıcının elindeki mobil cihaz kenti algılamada bir lens gibi araya girmekte, arayüz işlevi görmektedir, algılama sürecini etkilemektedir. Bu yenilik, insan ve mekân arasındaki ilişkiyi dönüştürmüştür. Konumsal medya bu sebeple iletişim ve bilişim teknolojileri, mekân sosyolojisi ve çevre psikolojisinin keşisiminde yer alan disiplinlerarası bir çalışma alanıdır.

Konumsal medya, *Foursquare/Swarm* gibi konum tabanlı sosyal ağlar ve *Ingress*, *Pokemon Go* gibi konum tabanlı mobil oyunlar (KTMO) olarak iki grupta değerlendirilmektedir. KTMO bir araştırma örnekleme olarak daha kolay ulaşılabilir, çok değişkenli ama derli toplu analiz edilebilir bir mecra olduğu için konuyu araştırmaya yönelik zengin bir veri kaynağıdır. Zaten konum tabanlı sosyal ağlar üzerine yapılan araştırmalarda da ağız mekânla kurduğu ilişkideki oyunsallık unsurunun, *Foursquare/Swarm* gibi uygulamaları kullanmada teşvik edici olduğu ortaya konmuştur.⁴ Goffman, oyunun oyuncuyu metaforik bir zarla çevirdiğini, bu zarın oyunun dışındaki eylem ve etkinlikleri filtreleyip dönüştürerek oyuncuya geçirdiğini ifa-

de etmiştir. KTMO deneyiminde bu zar daha da geçirgenleşmekte, gündelik yaşamla oyun etkileşimi, insan-mekân ilişkisinde etkileyici olmaktadır.⁵

Konumsal medya ile mekân deneyimleri, mekânsal dönüşümün son halkası sayılabilecek hibrit mekân olgusunu ortaya çıkarmıştır. Hibrit mekânda mekânı görme ve algılama süreci iletişim aracının etkisini taşımaktadır. McLuhan'ın ifadesiyle: "Bütün iletişim araçları, bizim kamusal alana uzanmış parçalarımız olduğundan bu iletişim araçlarından herhangi birinin üzerimizdeki etkisi, diğer duyularımızı yeni bir ilişki içinde devreye sokma eğilimindedir."⁶ Bu noktadan hareketle, KTMO, hibrit mekân deneyimi ve insanın mekânı algılama sürecindeki etkileri bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

Konum Tabanlı Mobil Oyunlar

KTMO, mobil cihazlar, kablosuz iletişim, konum verisi, kent, kurgu ve anlatının kesiştiği noktada yer alan, mekânsal olarak hibrit özellik taşıyan, zamansal olarak oturomlara bölünmeksizin gerçek yaşamın sürekliliğine sahip 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.⁷ McGonigal'a göre, KTMO gündelik nesnelere ve mekânları etkileşimli mecralara dönüştüren uygulamalardır.⁸ Bununla birlikte KTMO genellikle *Ingress* gibi topluluk oyunu şeklinde olmakla beraber *Pokemon Go* gibi daha bireysel bir yapıya da sahip olabilmektedir. Topluluk oyunu olmayan örneklerde dahi kent sokaklarında oynanmasından ötürü kamusal alanda karşılaşılan insanlarla, bir nevi sihirli çemberin dışındakilerle, sosyalleşme biçimlerini de etkilemektedir. Jegers KTMO için mobil, hibrit ve sosyal sıfatlarını kullanmıştır.⁹

KTMO mekânının hibrit olma özelliğini, yalnızca 'fiziksel olarak kentte bulunuyor olmanın' ve 'kent temsili olarak dijital oyun haritasının kullanımının' eş zamanlılığına dayandırmak zayıf bir tanım olarak kalacaktır. Dolayısıyla burada vurgulanması gereken nokta, fiziksel mekânın ve sibermekânın birbirine daha çok oyun içerisindeki algısal süreç ve eylemler aracılığıyla eklemlendiğidir. Hareket, bellek, kişisel tarih, oyun içi sosyalleşme, mekân ile oyuncu kimliği ve bunun oyun anlatısındaki izdüşümleri mekânın hibrit niteliğini kuvvetlendirmektedir.

KTMO serüveninin atası GPS tabanlı bir hazine avı olarak özetlenebilecek *Geocaching* oyunlarıdır. Bu oyunları konum farkındalığı olan *Gowar*, *Alien Revolt*, *Mogi*, *Botfighters* ve *Zombies, Run!* gibi strateji oyunları takip etmiştir. *Ingress* alt yapı olarak en gelişmiş konum tabanlı oyun olmakla birlikte, onu takip eden *Pokemon Go* bile *Ingress* altyapısı üzerine yapılandırılmıştır. Bu tarz oyunlarla, evlerine çekilip video oyun oynayanlar yeniden sokağa çıkmaktadır.

KTMO tanımını daha açık formüle etmek için klasik oyun tanımına yeni bir dokunuş yapılmıştır. Huizinga, 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.¹⁰ Hjorth ve de Souza e Silva bu tanımlamayı KTMO için gözden geçirerek, gerçekte 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.¹¹ Montola ise KTMO ile sihirli çemberin zamansal, mekânsal ve sosyal olarak genişlediğinin, oyunsal-ciddi ya da gerçek-kurgu sınırlarının geçişgen bir hale geldiğinin, kamusal alandaki toplumsal norm ve davranış kalıplarında yeni yönelimler oluştuğunun altını çizmiştir.¹²

Bu noktada KTMO ve mekân ilişkisinde mekânın dönüşümüne ve konumsal medya kuramcılarının hibrit mekân yaklaşımlarına değinmek yerinde olacaktır.

Mekânın Dönüşümü

Geleneksel coğrafyacıların yaklaşımına göre, mekân enlem ve boylamdan ibaret matematiksel bir veri olarak tanımlanmakta, statik ve edilgen bir düzleme indirgenmekteydi. Mekânı koordinatlar ve mesafeden ibaret görerek nesneleştiren bu yaklaşım, hümanist coğrafyacıların mekânın, üzerinde yaşayanlara ilişkin birçok sembol içerdiği savıyla sarsılmıştır. Yi-Fu Tuan'a göre mekân insanların uzamı anlamlandırması ile oluşan, nesneye indirgenemeyecek bir olgudur.¹³ Lefebvre'e göre ise mekân, insan ile karşılıklı biçimlendirici bir ilişki içerisinde bulunan, ideolojik olarak üretilen, sosyal bir üründür.¹⁴ Mekân sosyal bir ürün olduğu gibi, toplumu biçimlendiren ideolojik bir medyadır. Mekânı sosyal bir yapı olarak kabul etmenin temelinde hümanist coğrafyacılar ve sosyal psikologlar insan-mekân arasındaki bilişsel, eylemsel ve duygusal ilişkiyi odağa alırken, neo-marksist kuramcılar mekânın toplumsal

ilişkilerdeki araçsal niteliğine vurgu yapmaktadır. Yine de mekâna ilişkin tüm çalışmalar mekânın nasıl algılandığı ile ilişkilidir.

İnsan-mekân ilişkisini konu edinen çevre psikolojisine göre mekân imgesi, insanın mekâna ilişkin zihinsel kodlamalarıdır. Bir mekânı algılamak, farklı bir mekânı tanımak ya da mekânın farklı kimliklerini fark edebilme yeteneğidir.¹⁵ Sözkonusu süreç yalnızca duyuların uyarılmasını değil; duygusal, kültürel ve toplumsal filtrelerden geçmesini de kapsamaktadır. Burnett imgeyi, bilgi, duygu ve düşüncenin görselleşmesi olarak tanımlamaktadır.¹⁶ Mekân görülmenin ötesinde duygu, duygu, düşünce, kültür ve toplumun kolektif işbirliğiyle 'okunmakta' ve zihinde imaja çevrilmektedir.

Ulaşım ve iletişim teknolojileriyle, insanın mekân pratikleri değişmiş, mekânı algılama biçimleri dönüşüme uğramıştır. Ulaşım araçları bedensel olarak başka mekânlara gitme, kitle iletişim araçları da dünyayı bulduğumuz mekâna getirme çabasının ürünleridir. Mesafeyi aşma ve uzağı yakın etme arayışı, gündelik yaşamımızı dijital enformasyonla sıkı sıkıya bağladığında ise, mekân deneyimleri ve mekânı algılama biçimleri yeni bir boyut kazanmıştır. Yeni iletişim ortamlarıyla izleyiciden kullanıcıya dönüşen birey, fiziksel çevresiyle kurduğu iletişimin bir benzerini dijital mecralarda kurmuştur. Siber mekân, ortak ilgi alanları olan insanlar için fiziksel mesafeden bağımsız, küresel alanda ve hızla bir araya gelme imkânını, başka bir deyişle *hareketsiz sosyalleşme* biçimini sunmuştur.¹⁷ Siber mekân ve fiziksel mekân arasındaki mesafeyi belirleyen şey ise bedendir. Hem insanın fiziksel hareketliliği ile zihinsel akışını, hem de fiziksel mekân ile siber mekânı birbirine yakınlaştırmanın yolu dijital teknolojileri bedene uyumlu hale getirmekten geçmektedir. Mobil teknolojiler siber mekânı taşınabilir hale getirerek teknolojik gelişimin bu yöndeki en büyük adımını atmıştır. Akıllı cihazlar, giyilebilir teknolojiler, artırılmış gerçeklik ve benzeri tüm teknolojilerin her biri, insanın kentteki hareketliliği ile kentle ilişki kurma biçimlerini etkilemektedir. Modernizmin kentte dolaşarak kentle coğrafi ve kültürel bir ilişki içerisine giren insan sembolü olan flanör, Luke'a göre mobil teknolojilerle '*phoneur*'e dönüşmüştür. Söz konusu yaklaşımda *phoneur*, kentteki hareketliliğini ve kentli kimliğini ağda dolaşıma sokan ve kapitalist sermayenin avına dönüşen biri olarak tanımlanmaktadır.¹⁸ Kentteki hareketliliğe diğer bir bakış açısı, kentte plansız dolaşım halinin içerisinde barındırdığı rastlantısallık, dolayısıyla oyunsallık üzerine temellenmektedir. Flanör, kenti gezerken 'oyuncu' bir eylem gerçekleştirilmektedir.¹⁹ Kenti ve dijital enformasyonu biraraya getiren KTMO ise kentteki dolaşımı oyun anlatısı üzerinden biçimlendirerek oyunsallığı oyuna

dönüştürmekte, rastlantısallığı ise belli algoritmalarla sınırlamaktadır. Dijital enformasyon bedene yakınlaştıkça KTMO dinamikleri mekânı algılama biçimimizi etkilemekte, kamusal alan daha keyif verici bir nitelik kazanırken kent imgelerimizde iktidarın parmak izi genişlemektedir.

Hibrit Mekân

Hareketsiz sosyalleşme ya da yersizleşme ifadeleriyle ilişkili olan siber mekân, mobil teknolojilerle hareketi, konum tabanlı teknolojilerle fiziksel mekânı geri kazanmıştır. Böylece dijital ve fiziksel mekân iç içe geçmiş, hibrit mekânı oluşturmuştur. William Gibson'ın öngörüsü doğrulanmaktadır: "Siber mekân insanların gittiği bir yer ise, hibrit mekân insanların bulunduğu yerdir. Bizim torunlarımız sanal ve gerçeği birbirinden ayırmamıza tuhaf gözüyle bakacaklar. Çünkü gelecekte bu imkânsız hale gelecek. Daima çevrimiçi olacağız." İnternete girme eylemi yok olmuştur, kullanıcılar daima ağda bulunmaktadır. Konum tabanlı teknolojilerin mobil cihazlarla uyumlu hale gelmesiyle, dijital enformasyon fiziksel mekânın üzerine serili bir katmana dönüşmüştür.²⁰ Dijital enformasyonun fiziksel mekân ile kullanıcı arasında bir arayüz olarak girmesiyle, mekân anlamsal olarak derinleşmekte, mekânın okunabilirliği ve kullanıcının kent algısı dönüşüme uğramaktadır.²¹ Bununla birlikte, konum tabanlı teknolojilerle, kent ile ilişkimize dair veriler kaydedilebilir ve okunabilir hale gelmiştir. Bu demek oluyor ki, sosyal mekân öğeleri hesaplanabilir ve yönetilebilir formlara dönüşmüştür. Konumsal medya ile mekânı tanımlama ve sunma biçimlerimiz değişmiştir.²²

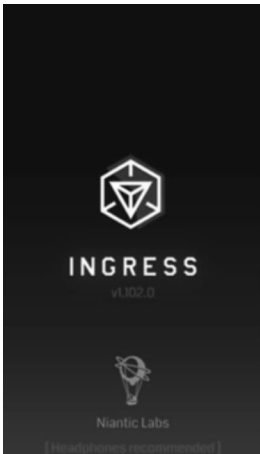
Sosyal mekân yaklaşımlarıyla, mekân matematiksel tanımlamaların baskınlığından arınarak sosyal ve ideolojik bir bağlama oturtulmuş olsa da, küresel kapitalizmle birlikte küreselleşme söylemleri mekânın önemini azımsayıcı yönde olmuştur. Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, dünyanın küresel bir köye dönüşmesinin çöküşüyle kullanıcıya mekândan azade hareket özgürlüğü tanınması üzerinden yüceltilmiştir. Hâlbuki mekân daima önemini korumaktadır ve yaygın teknolojiler (pervasive/ubiquitous computing), giyilebilir teknolojiler, artırılmış gerçeklik uygulamaları mekânla bütünleşme çabası güden teknolojilerdir.²³ Weiser durumun öngörüsünü 1991 yılında şöyle ifade etmiştir: "En derin teknoloji, gözden kaybolandır. Gündelik yaşamın dokusuna, ayırt edilemeyecek kadar işlemiştir."²⁴ Dolayısıyla teknolojinin insan tabiatına aykırı gelen bazı özelliklerinin panzehirini yine kendisinin ürettiği doğrulanabilmektedir.

Konum tabanlı teknolojiler, gündelik yaşamda zaman-mekân koordinasyonu, kullanıcının kentteki hareketliliği ve mekânın kullanıcı gözündeki

karakteri üzerinde biçimlendirici etkiye sahiptir.²⁵ İletişim ve ulaşım teknolojilerinin ortaya çıkış ve gelişim serüveni mekân olgusuyla yakından ilişkili olsa da, mobil ve konum tabanlı teknolojilerin bir arayüz olarak kullanıcı ile mekân arasına girmesi, mekânı algılama pratiklerinde yeni yönelimler ortaya çıkarması, yeni sayılabilecek bir durumdur. Russel'a göre, "Eğer bir cihaz size bir mekâna ilişkin yeni bir bakış sunuyorsa, bu sizin o mekânı deneyimlemenizi değiştirmektedir."²⁶ Konumsal medya ile dijital enformasyon kentin üzerine bir katman olarak serilmekte, fiziksel mekân sibermekân ile katmanlı bir yapı oluşturarak hibrit bir nitelik kazanmaktadır.²⁷

***Ingress* Üzerine Etnografik Bir Çalışma**

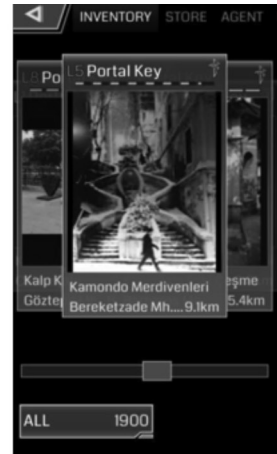
Ingress, Niantic Lab tarafından tasarlanan, Aralık 2013'te genel Android kullanıcılarına, Temmuz 2014'te IOS kullanıcılarına sunulan konum tabanlı mobil oyundur. Fiziksel mekân ile dijital enformasyonu "Etrafındaki dünya görüldüğü gibi değil!" mottosuyla birleştiren bir hibrit gerçeklik uygulamasıdır. *Ingress* içerisinde birbiriyle mücadele eden iki takım bulunmaktadır: Direnişçiler (*Resistance*) ve Aydınlanmışlar (*Enlightened*). Açılıştaki oyunun hikâyesi anlatılarak oyuncudan bir taraf seçmesi istenmektedir. Anlatıya göre, CERN'deki bilim adamları Higgs Bozonu'nu keşfetmek için yaptıkları çalışmalar sırasında Egzotik Madde (*XM – Exotic Matter*) adı verilen bir madde keşfetmiştir. XM'ler dünyaya 'portal' adı verilen fiziksel mekân öğeleri aracılığıyla yayılmıştır. *Google Haritalar* üzerinde yapılandırılmış oyunun portalları doğrudan kentin gerçek öğeleridir (anıtlar, meydanlar, binalar vb.)



Ekran Görüntüsü 1.
Ingress logosu



Ekran Görüntüsü 2.
Arayüz



Ekran Görüntüsü 3.
Portallar

ve 'ajan' olarak adlandırılan oyuncuların portalların olduğu yere gitmeleri gerekmektedir. Örneğin, Eminönü'deki Kamondo merdivenleri oyunda bir portaldır ve onu ele geçirmek için bulunduğu yere gidilmesi gerekmektedir.

XM'lerin dünyaya yayılmasıyla insanlığın gelişeceğini savunan ve yeşil renkle temsil edilen Aydınlanmışlar, XM'i ele geçirerek insanlığın daha iyi bir duruma evrilmesi için bu maddeyi kullanmak istemektedir. Diğer grup olan ve mavi renkle temsil edilen Direnişçiler, bu evrim süreci için XM'ler ile sağlanan zihin okuma ve düşünce şekillendirme gücünün insanlığı esir alabileceğini, insanlığı korumak gerektiğini savunmakta ve buna engel olmak için sözkonusu maddeyi ele geçirme çabasındalardır. Oldukça detaylı bir strateji oyunu olan *Ingress*'te hedef, portalları ele geçirip birbirine bağlayarak aradaki alanı kendi takımına kazandırmaktır. Bahsedilen tüm eylemler AP (*Action Points*) getirmekte, oyunda toplam 16 seviye bulunmaktadır.

Yöntem

Konum tabanlı mobil oyunları sosyo-mekânsal bağlamda değerlendirmek, gündelik yaşam içindeki dinamiklerle örtüşmektedir. Bu araştırmada *Ingress* oyun topluluğunun gözlemlenmesi, oyuncuların mekân ile ilişkilerindeki yeni yönelimlerin ortaya konması için etnografik yöntem kullanılmıştır.

Veri toplama tekniği olarak, katılımcı gözlem ve derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Oyun topluluğunun bir parçası olarak Ocak 2014 – Haziran 2016 arası katılımcı gözlem gerçekleştirilmiş, oyuncu olarak toplulukta yer almanın yanı sıra oyun etkinliklerine katılım gösterilmiş, mesajlaşma gruplarındaki içerikler takip edilmiştir. Katılımcı gözlemi takiben on dört İstanbul oyuncusu ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Her iki takımdan eşit sayıda oyuncuyla yapılan görüşmelerde açık uçlu sorular sorulmuş, 16 saat 30 dakikalık ses kaydı oluşturulmuştur.

RESISTANCE	YAŞ	CİNSİYET	MESLEK
R1	22	Erkek	Öğrenci
R2	40	Kadın	Stratejist
R3	43	Erkek	Yazılımcı
R4	35	Kadın	Dış Tic. Uzm.
R5	30	Erkek	Yazılımcı
R6	37	Erkek	Yazılımcı
R7	23	Erkek	Öğrenci

Tablo 1. Resistance Oyuncularının Demografik Verileri

ENLIGHTENED	YAŞ	CİNSİYET	MESLEK
E1	42	Erkek	Bilgi İşlem
E2	27	Erkek	Akademisyen
E3	36	Erkek	Sistem Mühendisi
E4	30	Erkek	Yazılımcı
E5	32	Erkek	Grafiker
E6	28	Kadın	Akademisyen
E7	31	Erkek	IT Sistem Sorumlusu

Tablo 2. Enlightened Oyuncularının Demografik Verileri

Derinlemesine görüşme katılımcıları takımlarına göre R ve E harfleriyle kodlanıp, numaralandırılmıştır.

Oyunsal Mekân Olarak Kent ve Gündelik Yaşamın Oyunlaşması

Hibrit mekân, “çevrimiçi verinin çevrimdışı deneyimleri nasıl şekillendirdiğini göstermektedir.”²⁸ Bu anlamda kent coğrafi, sosyal ve dijital olmak üzere üç katmanlı bir yapıya sahiptir. Galloway ağ tabanlı kenti (networked city), “göstergebilimsel unsurlarla materyalin, sanal ile aktüelin kombinasyonu” olarak tanımlamaktadır.²⁹ Mitchell, bilgisayar ağlarının sokaklar kadar kent yaşamının temel bir unsuru haline geleceğini öne sürmektedir.³⁰ Dijital enformasyonun nüfuz ettiği kent Novak’a göre fiziksel sınırları aşmıştır ve gündelik yaşam deneyimlerini etkilemektedir.

Kentteki dönüşümler oyun bağlamında değerlendirildiğinde, KTMO ile oyun sokaklara taşınarak sihirli çemberin sınırlarını genişletmektedir. Sihirli çember, Huizinga’dan Sallen ve Zimmerman’a kadar oyunu her tanımlama çabasında dile getirilmiş, oyunun ontolojik bir unsurudur. Oyunu gündelik yaşamdan ayıran zamansal ve mekânsal sınırların temsilidir. Bu sınırların varlığı, oyuncuya gündelik yaşamın sorumluluklarından azade bir hareket özgürlüğü ve sınırların içinde korunaklılık hissi bahşetmektedir.³¹ KTMO ise mekânsal olarak sınırlı bir alanı olmayan ve bilgisayar/oyun konsolu gibi sabit bir donanımla kısıtlanmayan oyunlardır.³² *Ingress*’i kablosuz ağın olduğu her yerde oynamak mümkündür. Zamansal olarak ise, ajanın oynaması ya da oynamaması, *Ingress*’in akışını durdurmaz. Yedi gün yirmi dört saat oyun devam etmekte, ajan kendi oyun tarzına göre ayırabildiği vakit kadar oyunda kalmaktadır.



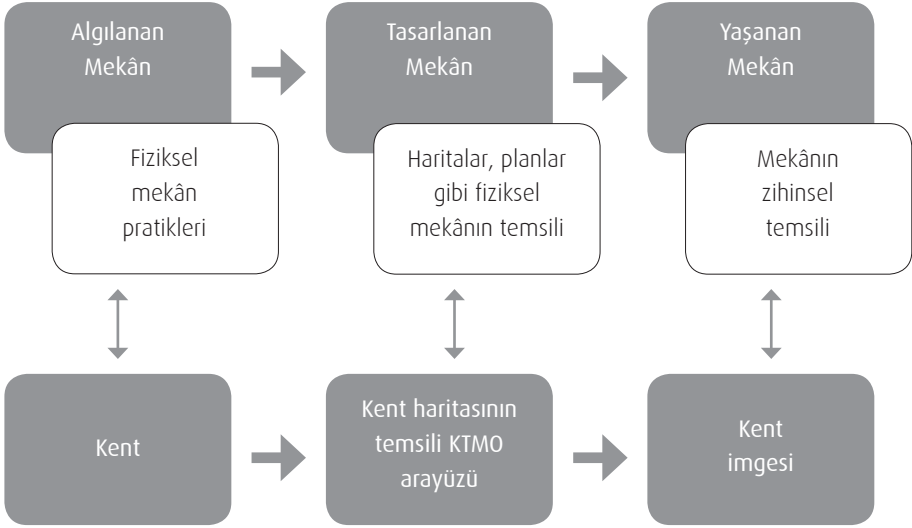
Ekran Görüntüsü 4. Intel Haritası üzerinden *Ingress*'in dünyada oynandığı yerler³³

Ingress'in ikinci ve üçüncü yıl raporları, sihirli çemberin mekânsal genişlemesinin doğrulayıcısı niteliğindedir. İkinci yıl raporunda, dünyadaki tüm *Ingress* oyuncularının oyun için yürüdüğü toplam mesafe 127 milyon km iken 178 milyonun üzerinde portal ziyaret edilmiştir. Üçüncü yıl raporunda ise, toplam yürünen mesafe 258 milyon km'ye yükselmiştir.³⁴ Kentin böylece oyunsal mekâna dönüşmesi ve oyuncuların kent içerisinde kilometrelerce yürümesinin ardındaki motivasyon, oyunun anlatısı ve oyuna kapılma haliyle ilişkilidir.

R2: İşten eve giderken acelem varsa, misafirim geleceksene ya da işim varsa metroyla gidiyorum. Ama *Ingress* oynamaya başladığımdan beri, eğer acelem yoksa trafiğe rağmen otobüsü tercih ediyorum. Aylık kart aldım ve o güzergâhta portal gördükçe inip o çevreyi yürüyerek dolaşıp sonra tekrar otobüse biniyorum.

Oyuna kapılma halinin çeşitlerinden biri olan algısal kapılma, duyu organları üzerinden yoğun bir şekilde oyunun oyuncuyu cezbetmesidir. Video oyunlarında bu yön güçlendirilmiş, görsel ve işitsel olarak gerçeğe oldukça yakın tasarımlar geliştirilmiştir. Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik oyunlarına ilişkin çalışmalar oyuna kapılma deneyimini güçlendirmenin peşindedir. Gerçeklik hissine yaklaşmaya çalışan kaliteli grafiklerin, gerçekçi ses efektlerinin amacı, oyuncunun algılarını yanıltarak kurguyu gerçekmiş gibi hissettirmek, oyuna kendini daha fazla kaptırmasını sağlamaktır. KTMO'da kent sokakları ve kamusal alandaki insanlar oyunun öğeleridir ve gerçekliği gereği zaten oyuncuyu oyuna kapılmaya itmektir. Turkle'a göre kapılma düzeyi ne kadar yüksekse, bir simülasyonu gerçekten ayırmak da o derece zordur.³⁵ *Ingress*'in arayüzünün basit bir krokiye benzeyen sadeliğine rağmen oyuna

kapılmayı sağlayan yönü, gerçek mekânda, gerçek insanlarla birarada oynanıyor olmasıdır. Başka bir deyişle, deneyimsel olarak gündelik hayata benzerken, zihinsel olarak fantastik bir dünyadaymış yanılması yaratmasıdır. Bu da tıpkı Montola'nın ifade ettiği noktaya varmaktadır: "Bu tarz oyunlar oyunun sihrini gündelik yaşama, gündelik yaşamın ciddiyetini oyuna taşımaktadır."³⁶ Demirbaş'a göre, KTMO sundukları alternatif gerçekliği "gündelik yaşamın ortasında ve etkisinde kuralları değiştirerek oynamayı sağlamaktadır."³⁷ Böylece, mekânı algılama deneyimimizi ve kente ilişkin zihinsel imgemizin oluşum sürecini etkilemektedir.



Şekil 1. Lefebvre'in mekân trialektiğinin *Ingress*'e uyarlanması

Yukarıdaki şekil, KTMO mekânsal katmanları ile Lefebvre'in mekân trialektiği arasındaki paralelliği göstermektedir. Montola, KTMO katmanlarını, fiziksel, sanal ve zihinsel olarak belirtmiştir. Bu ilişkisellik ile vurgulanmak istenen, dijital enformasyon ile fiziksel mekânın oluşturduğu hibrit mekânın, zihinsel imgemizi etkilediği ve gündelik yaşam pratiklerimizi dönüştürdüğüdür.

Kenti Okumak: Yeni Mekânın Keşfi

Lynch'e göre kentin okunabilirliği, kentin temel öğeleri olan yollar, sınırlar, bölgeler, düğüm noktaları ve işaretlerin organizasyonunun derecesidir.³⁸ Brewer ve Dourish'e göre, bir mekânın okunabilir ve anlaşılır olması, mekânın içerdigi mesajı iletibilmesi anlamına gelmektedir.³⁹ Kentin okunması, kenti

algılama, zihinde haritalama, keşfetme, hatırlama, yön bulma gibi kentteki hareketliliğimizi belirleyen ve kent imgemizi biçimlendiren sürecin başlangıcıdır. Frith, *Foursquare*'in kentin okunabilirliği üzerindeki etkisini ortaya koymak için yaptığı çalışmada, iki önemli sonuca varmıştır. Birincisi, konumsal medyanın mekânın okunabilirliğini artırdığıdır; ikincisi, bunu sağlayanın *Foursquare*'deki oyunsal unsurlar olduğudur.⁴⁰

İnsanın çevreyi algılama süreci, yön bulma güdüsü, ki Lynch'e göre bu güdü çevresel imgeden güç almaktadır, keşif, konumlandırma ve anlamlandırma izleğini takip etmektedir. Yön bulma ve keşif birbiriyle olağan bir ilişki içerisindedir. Yeni yerler keşfetmek için, insan yön bulma aracılığıyla çevresini tanımakta ve zihinsel olarak haritalandırmaktadır.⁴¹ Konum tabanlı teknolojiler, araçsal anlamda kullanıcının yaşamına yön bulma amaçlı girmiştir. Yön bulmayı sağlayan navigasyon araçları, anımsamaya gerek duymaksızın bir yerin bulunmasını sağlama görevini üstlenerek insanı zihnine kodlama zahmetinden kurtarıyor olsa da, algısal süreçte insan istemsiz de olsa çevreyi zihinsel kodlama eğilimindedir.

Ingress oyuncularının portallara ulaşmak için kullandıkları ve kentin haritasının bir temsili olan Intel haritası, oyuncuların yön bulma ve harita kullanma kabiliyetlerini geliştirmektedir.

E6: Harita kullanma ve yön bulma yeteneğim pek iyi değildi ama bu oyunla geliştiğini düşünüyorum.

Ingress aracılığıyla yön bulma pratiği, oyuncuların kaybolma endişelerinin azalmasını, kendilerini güvende hissetmelerini, henüz gitmedikleri bir mekânı bile onu deneyimleyen ve deneyimlerini paylaşan oyuncular üzerinden anlamlandırarak o mekâna aşina hissetmelerini sağlamaktadır. Özkul'un konumsal medyaya ilişkin araştırmasının sonucunda, konumsal veri ile kenti deneyimleme şekillerinin yeni bir boyut kazandığı, yeni mekânların keşfi için teşvik edici ve mevcut mekân imgesi için yenileyici bir etkisi olduğu vurgulanmıştır.⁴² Mekânla kurulan endişesiz bir ilişki, mekânın sunduğu tüm uyarıları derinlemesine alma imkânı sunarak, daha en baştan mekân imgesinin kurulumunda sakin bir zemin oluşturmaktadır. Bununla birlikte, kullanıcı *Foursquare/Swarm* gibi konum tabanlı bir sosyal ağda arkadaşlarının paylaşımlarına ya da *Ingress* ve *Pokemon Go* gibi konum tabanlı bir oyunda anlatının gi-dişatına göre kentteki rotasını tayin edebilmektedir. Söz konusu durum kent sokaklarında rastlantısal bir hareketliliği getirmektedir. KTMO deneyimlerinin atası sayılabilecek *Mogi* oyunu üzerine yapılan araştırma göstermiştir ki,

kentteki hareketlilik kararları oyun bileşenlerinden etkilenmektedir; örneğin yolculuk için metro kullanan kullanıcı, oyunun kesintiye uğramaması için onu kablosuz ağdan koparmayacak otobüs seçeneğini tercih edebilmektedir.⁴³

E1: Ben iş sebebiyle çok şehirlerarası yolculuk yapıyorum. İstanbul'dan çıkınca bir dinlenme tesisi var yolun her iki tarafında da. Şunu fark ettim ki her ikisinde de birer portal var. Artık molalarımı orada vermeye başladım.

Kentteki rota oyuna göre tayin edilirken, kent öğeleri oyun öğeleri ile ilişkilendirilmektedir. *Ingress* oyuncuları, zamanla zihinlerindeki kent haritasının portal isimleri üzerinden oluştuğunu ifade etmektedir.

E1: Bir gün Ankara'dan dönerken, bir oyuncu vaktin varsa gel çay içelim tanışalım, Pendik'teyim dedi. Pendik'te nereye geleceğimi sorduğumda Anchor portalına gel dedi. Böylece ilk defa Pendik Marina'ya gittim.

Ingress oyuncuyu sokağa çıkmaya ve yeni yerler keşfetmeye teşvik etmektedir, bununla birlikte arayüzü ve anlatısı aracılığıyla mekânı hatırlanır kılmaktadır.

R4: Mekânı aklımıza kazıyor bu oyun. Örneğin Beşiktaş'daki güneş saatinin orada çay içiyor herkes, ama güneş saatinin varlığının farkına varmıyorlar. Bir de kentteki camii sıklığını fark ettim. Keşfetmeyi sevenleri bir araya toplayan bir oyun olduğunu düşünüyorum.

Yeni mekânların algılanmasında teşvik edici bir unsur haline gelmekte, önceden gidilmeyen kent köşeleri oyun için ziyaret edilmektedir.

E2: Vakit ayırarak oynayınca kentin alelade geçip gittiğim yerlerine derinlemesine girdim. Kumkapı'nın alt kısımlarına öyle gittim.

R2: *Ingress*'e başlayana kadar Eyüp gittiğim bir yer değildi, şimdi karşı grubun portallarını ele geçirmek için gittiğim bir yer oldu.

Ingress portalları oyunun başlangıcında kentin karakteristik unsurları olan sanat eserleri, mimari açıdan değerli yapılar, heykeller, ibadethaneler gibi öğelerin üzerine kurulmuş olsa da buna zamanla oyunu hareketlendirebilecek vapur iskeleleri ve metro durakları gibi tüm kent alanları eklenmiştir. Yine de sanatsal unsur barındıran öğeler çokça bulunmaktadır. Dolayısıyla turistik gezilerde sanat eserlerini kaçırmak istemeyenler için, *Ingress* haritası güzel bir kontrol aracı niteliğindedir. Nitekim aktif oyuncu olmamasına karşın bu amaçla oyunu kullananlar da bulunmaktadır.

E5: Oyundan bir arkadaşımın anlattığını aktarayım: Efes tarafında turistik geziye gidiyorlar. Belli başlı yerleri tanıtmışlar. Neredeyse dönecekler, oyun sayesinde turun götürmediği yerleri bulmuşlar. Bir yerde portal varsa görülecek bir şey vardır diye düşündürüyor.

E6: Toledo’da oyunu oynarken orada önemli bir etkinliğin yürüyüş rotasını eklemişler. Ben o rotayı tamamlarken tüm yolu yürümüş oldum. Yanımdaki İspanyol arkadaşım bile bilmediği yerleri gördüğünü söyledi.

Oyun haritası önceden gidilmesi planlanmayan yerlere oyuncuyu çekecek, keşif duygusunu yaşatmaktadır.

E6: Düsseldorf’da bir parkta Velazquez’in Las Meninas tablosundaki karakterlerin heykelleri varmış. O park dikkatimi çekecek, gireceğim bir yerde değildi. Ingress’te portalları görünce girdim. Oyun normalde gitmeyeceğim yerlere götürüyor beni. Keşfetme açısından iyi oluyor.

Oyuncuyu yerinden kaldırıp uzaklarda bir yere götürmesi oyunun rekabet, başarı, ödül, anlatı gibi oyuna kapılma öğlerini iyi kurmuş olduğunun bir göstergesidir.

R1: Ingress sayesinde memleketime gittikçe bilmediğim bir sürü mekân öğrendim. Sokağa çıkmaya teşvik ediyor.

R7: Bilgisayar başında vakit geçiren ve evden çıkmaya üşenen ben, bir kere Tuzla’dan Atatürk Havalimanı’na gittim oyun için.

Görüldüğü gibi *Ingress* oyuncuyu kenti, hatta başka kentleri, keşfetmeye teşvik etmektedir. Oyun aracılığıyla bir sürü mekân keşfedilmekte ve bu keşif esnasında mekânın zihindeki ilk imgeleminde *Ingress* anlatısı etkileyici olmaktadır. Burnett’in öngördüğü gibi analog dönemden farklı olarak günümüzde yaratılan imgeler, insanların dijital aygıtlarla olan etkileşiminin bir ürünü olmaktadır.⁴⁴ Gündelik hayat ve dijital mecralardaki eşzamanlı mekân yansımaları düşünüldüğünde, konumsal medyanın kenti görme biçimlerinde bir lens işlevi üstlendiği, kenti okuma ve imgelem sürecinde yapısal etkiler sunduğu görülmektedir.

R3: İğneada’ya ilk kez oyun için gittim. Çok güzel bir yer, hayatımda gördüğüm en güzel portal oradaydı.

R3’ün ifadesinde “hayatımda gördüğüm en güzel portal” ifadesi oyuncuların kenti artık portallar üzerinden imgelediklerinin bir göstergesidir. Bu ifade, yeni bir mekânın imgesi oluşturulurken, mekân ile oyuncu arasına

Ingress'in arayüz olarak girmesi ve oyun dolayımından kenti imgelemenin örneği olarak gösterilebilir. Bununla birlikte R3, oyunun bir mekânı deneyimlemenin bileşeni haline gelmesinden memnuniyetini şöyle dile getirmiştir:

R3: Nereye gidersem gideyim amacı yoktu, yemek yiyip etrafı gezip döneceğim bir gezi oluyordu. Sadece gezi amaçlı olduğunda, benzer şeyler oluyor ve artık bir noktadan sonra sıkıcılaşıyor. Ama oyun da gezi için bir amaç olduğunda çok daha keyifli oluyor. Çınarcık, Limanköy, Çatalca, Karaburun, Şile, Karasu, Akçakoca, vs. Hepsini çeşitli dönemlerde seyahat ettim. Bir amaç var, belirli bir saatte orada olmak zorundaydım. Hem gezip hem oyun oynayınca birçok şey üst üste gelmiş oluyor. O çok keyifli.

E5: Kaç yıldır İstanbul'da yaşıyorum hiç Şile'ye gitmemiştim. Güzel portallar olduğunu öğrenince eşimle kısa bir Şile tatili yaptık.

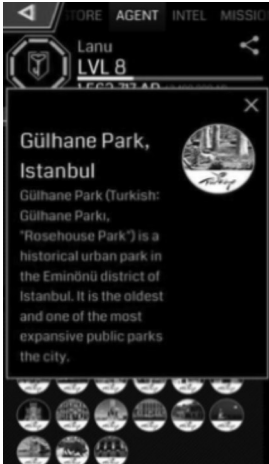
E5 ve R3 katılımcılarının yeni mekânları keşfetme motivasyonu olan *Ingress*, mekânı algılama süreçlerinde biçimlendirici olmaktadır.

Ingress, eylemsel olarak oyuncuyu bir yerlere gitmeye, yeni mekânları keşfetmeye sürüklemektedir. Oyun motivasyonu ile yapılan yolculuk, sonunda varılan mekânın algılanışında oyunu bir etken yapmaktadır. Çevresel Psikoloji çerçevesinde mekân imgesinin oluşumu girdi, süreç ve çıktıdan oluşan bir sistem olarak özetlenebilmektedir. Bu sistemin girdisi mekânı duyum-samakla edinilen mekânsal enformasyondur. Bu enformasyon psikolojik ve kültürel etkenlerin dönüştürücülüğünden geçmektedir. Çıktı olarak da gözlemcinin zihninde mekâna ilişkin bir imaj oluşmaktadır. Aynı sistem *Ingress* oyuncularının deneyimleri üzerinden gözden geçirilecek olursa, oyuncuların henüz mekânı görmeden oyun anlatısı içerisinde anlamlandırma eğiliminde olduğu söylenebilir. Mekânla ilk kez karşılaşım sistemin girdisini oluşturacakları algılama sürecinde, oyunun arayüzü mekânla aralarına girmiş lens işlevi görmektedir. Dolayısıyla portallar, portalların sahipleri, portalların arasında bağlantılar, alanlar, uzaklıklar vb. her biri mekâna ilişkin edinilen enformasyondur. Bu şekilde algılama sürecine giren mekânın, kişisel özellikler ve kültürel kodların etkisiyle kişiye özel bir imaja dönüşmesi beklenmektedir. Aynı oyun topluluğunun aynı anda aynı mekânda yer alan iki oyuncusunun bile, mekânı algılamak onları etkileyen unsurlar benzer olsa bile, sistemin çıktısı olan zihinsel imge kişiseldir. Kişisel olmakla birlikte, her bir imgenin oyunun etkisini taşıması beklenmektedir. Bu dönüşüm, insan-mekân ilişkisinde *Ingress*'in ilk etkileyici olduğu noktadır. Dolayısıyla, mekân algısının *Ingress* üzerinden kurulması, Lynch'in kentin okunabilirliği olarak ifade ettiği niteliği etkilemektedir. Rahat okunabilir bir kent açık, öğeleri akılda kalıcı olan ve ko-

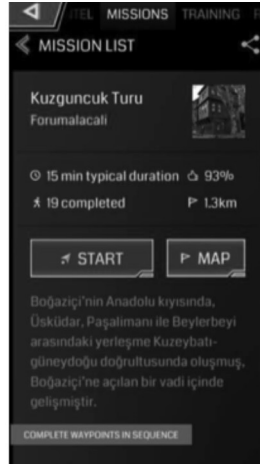
lay yön bulunabilen, diğer deyişle kolay algılanabilen kenttir. *Ingress*, arayüz olarak girdiği algılamaya sürecindeki etkisiyle, mekânı daha hatırlanır kılmaktadır.

Kent İmgesinin Yeniden Üretilmesi

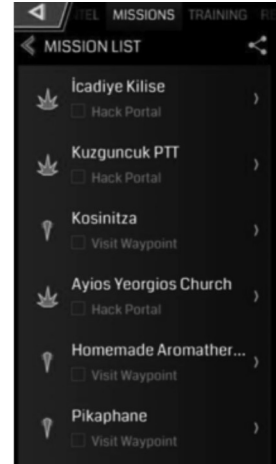
Mekânı algılama ve zihinde haritalandırma deneyimleri Lynch'e göre bütüncül değil parçalı bir yapıdadır. Bu demek oluyor ki, mekâna ilişkin imge hem geçmiş deneyimlerin hem de anlık duyuların ürünüdür.⁴⁵ İnsanın bir mekâna bağlılığı ve mekân imgesi, daima aynı kalmamakta, o mekâna ilişkin her yeni anı ya da enformasyonla güncellenmekte, yeniden üretilmektedir. İnsanın mekânı okuması, mekânı zihninde haritalandırması, o mekândaki deneyimleri ve sosyal ilişkileriyle birlikte mekâna ilişkin bir öyküsünün oluşması, mekânın zihindeki kimliği ve kendi kimliğiyle ilişkiselliği birbiriyle iç içe geçmektedir. Böylece söz konusu mekâna ilişkin her yeni tecrübe süreç tekrarlanarak imge yeniden üretilmektedir. Dolayısıyla tanınan ve gündelik yaşamda sıkça ziyaret edilen mekânların imgeleri bile, lens olarak araya giren *Ingress*'in sunduklarıyla yeniden üretilmektedir.



Ekran Görüntüsü 5.
Portal ve Bilgi Notu



Ekran Görüntüsü 6.
Tur Bilgisi



Ekran Görüntüsü 7.
Görev Listesi

Konumsal medyadaki 'check-in'ler ve mekânda çekilen fotoğrafların konum verisiyle paylaşılması, birikerek mekâna ilişkin eylemlerin güncesini oluşturmaktadır. Gazzard'a göre konum tabanlı mobil uygulamalarla, kullanıcı çevrimiçi haritada kendi konumunu işaretleyerek, mekânsal olarak kendi tarihini ve kültürünün enstantenelerini sunmaktadır.⁴⁶ *Ingress* ise toplanan

portal anahtarları üzerinden, gezilen portalların önemli kısmının bilgisini saklamaktadır. Instagram konum verisiyle paylaştığımız fotoğrafların ya da *Foursquare*'de check-in yaptığımız mekânların hafızamızdaki anlatısını muhafaza etme, hatıralarımızı biriktirme yerine dönüşmektedir. Bununla birlikte, konumsal medyada mekân üzerinden etkileşime girdiğimiz kullanıcılar aracılığıyla, sosyal ilişkilerimiz zihnimizdeki mevcut kent imgesini yeniden yapılandırmaktadır. Augé, köklerimiz salmadan gelip geçtiğimiz havaalanları, süpermarketler, otel zincirleri gibi modernitenin mekânları için 'non-place' ifadesini kullanmaktadır. Gazzard, bu ruhsuz mekânların konumsal medya ile kişiselleştirilerek ya da anlamlandırılarak mekâna dönüştürüldüğünü öne sürmektedir. Kullanıcılar biriktirdikçe, yeni deneyimler eklendikçe ve dijital enformasyon detaylandırıldıkça, mekânın imgesi ve mekânla kurulan duygusal bağ değişmektedir. Dijital enformasyon eski mekânlara yeni bir ışık getirmektedir. Mekânın dinamikliği insanların zihinlerinde başlamaktadır.⁴⁷

Burnett dijital enformasyonun mekân-imge ilişkisindeki gücünü ve kişisel tarihle yakınlığını şöyle ifade etmektedir:

İmgeler giderek, yalnızca bireylerin kişisel tarihlerini değil, insanların kendi arşivlerindeki enformasyonlarla sürdürdükleri ilişkileri kaydetmenin de ana aracı olacaktır. Bu anlamda daha önceki analog imgeler, kimlik, bilgi ve enformasyonun bir süreklilik dâhilinde nasıl dolaşıma girdiklerinin ve geçmişte nasıl dolaşıma girmiş olduklarının işaretleri olacaktır. Bu süreklilik, zorunlu olarak iletişim aracına özgü olmayan mekânları yaratır, bu mekânları olanaklı kılar. Sanal olan ile gerçek olan arasındaki yapay ayrımların artık pek gücünün olmamasının nedeni budur.⁴⁸

KMTO içerisinde kente yönelik bir anlatı vardır ve oyuncunun kişisel tarihindeki kentin anlatısıyla iç içe geçmektedir. Bunting'e göre sözkonusu süreç mekânı yeniden keşfedilebilir ve yeniden algılanabilir hale getirmekte ve bunun için ilk önce yabancılaştırmaktadır. Mekânı farklı bir anlatı içerisinde ya da farklı amaçlar doğrultusunda yeniden sunmakta, sonra oyun içi eylemlerle yeni anlamlar ve değerler yükleyerek yeniden keşfe sürüklemektedir. Böylece tanınan kent sokakları, yeni anlamlarıyla oyunsal bir maceranın mekânını oluşturmaktadır.⁴⁹ Bilinen bir mekân, oyun anlatısıyla oyuncu nazarında yeni bir kimlik kazanmaktadır. Yerleşik imgeler, yeni deneyimlerle güncellense bile köklü anlamını kolay kolay yitirmemektedir. *Ingress* ile yerleşik bir imgeye sahip olan mekân yeniden deneyimlendiğinde, yeni algılanan mekân üzerindeki kadar kuvvetli bir yapılandırıcılığı olmasa da, mevcut imgeye eklenerek bir nevi yeniden üretimini sağlamaktadır.

E2: Gittiğim yerlerde yeni şeyler gördüm. Yani hem yeni yerler gördüm hem de gördüğüm yerlerin daha derinini, yeni hallerini görmeye başladım.

İmgenin yeniden üretiminde etkileyici unsurlardan biri, o mekâna ilişkin yeni bir şeyler öğrenmektir. Oyuncular, gündelik hayatta çokça gittikleri ya da yakınından geçtikleri birçok mekâna ilişkin yeterli bilgi sahibi değilken *Ingress* ile kenti daha iyi tanımaktadır. Oyuncular yaşadıkları yerde adını bilmedikleri mekânların adını öğrenmektedir.

R2: Sık sık yanından geçtiğim Levent'teki parkın adının Erlangen Parkı olduğunu oyun ile öğrendim.

Ingress kentin sanatsal ve mimari yönünü vurgular hale gelmiştir ve ajanlar sanatsal ve tarihi açıdan yeni bilgiler edinmekte, bilmedikleri mekânları öğrenmektedir. İşte bu Dourish ve Bell'in "konumsal medya, kentin okunabilirliğini artırarak, gündelik yaşamda görünmeyeni görünür kılmaktadır" ifadesini doğrulamaktadır.⁵⁰

E6: 2015'in başından itibaren oyunu İspanya, Finlandiya, Almanya ve İngiltere'de oynadım. Örneğin İspanya'da kuş görünümlü bir portal var ve portalın aslında bir gizli kamera olduğu açıklamasında yazıyor. Oyundaki açıklama olmasa ben bunu bilemezdim.

E5: Bağdat Caddesi'nde trafik kazasında ölen biri için ufak bir anıt yapmışlar. Ufak bir heykel var. Oradan geçerken fark etmemiştim. Fakat oyunda bilgilendirilmesi var. Bu şekilde öğrendim.

Gündelik yaşamda bazı öğelerin sıklığının fark edilmesinin ötesinde sanatsal ya da tarihi öğelerin farkına varılması, kentin yenilenen imgesinin daha detaylı olmasını sağlayacaktır.

R2: Fark ettim ki sanatsal öğeler bazı semtlerde yoğunlukta. Beyoğlu ve Kadıköy bu konuda zengin. Semtler arası fark görülüyor. Sanatsal öğelerle semtin sosyolojik yapısı hakkında fikir ediniyorsunuz.

R4: *Ingress*'e spor amaçlı başladım, çok eğlenceli ve hareket etmeye teşvik eden bir oyun. Günlük koşturmacanın dışında farklı bir dünya sunuyor. Kenti gezerken öğrenmek çok keyifli. Tarihi birçok yeri, oyun oynarken öğrendim. Oyuna başladıktan kısa bir süre sonra Abbasağa Parkı'ndaki tüm heykellerin adını tek tek öğrenmiştim.

Oyuncular çok yakınlarında olsa bile daha önce fark etmedikleri kıyıda köşede kalmış mimari sanat eserlerini *Ingress* üzerinden fark edip, sonra ziyaret etme deneyimi yaşamışlardır.

R2: Mimariyi zaten seviyorum. Özellikle eski ve yeni yapılar arasındaki farkları görmek beni cezbediyor. Camiler ve çeşmeler yoğunlukta olsa da bir sürü yeni yer öğrendiğimi söyleyebilirim. Kadıköy, Yeldeğirmeni'nde çok güzel bir duvar resmi gördüm mesela, oyun olmasa o ara sokaklara gireceğimi sanmıyorum. Bir de açıklamalarda portalların hikâyelerinden bahsediyorsa, yeni şeyler öğreniyorum.

R4: Bu oyun belli bir kültürel seviyenin üzerindeki, sosyalleşmeyi seven, sanat-sever insanları hedeflediği için portallar sanatsal hedefli oluşturulmuş olabilir. Beşiktaş'ta Deniz Müzesi'nin önündeki topların ne olduğunu oyun sayesinde öğrendim. Bir sürü heykel adı biliyorum artık.

Kentin kalabalığında gözden kaçan birçok güzel yapı, eser, *Ingress*'te portal olduğunda haritada görülebilir hale gelmektedir. Sanat tarihçisi olan katılımcı E6 bile sanat eserlerinin bilinirliğine şaşırdığını dile getirmiştir.

E6: 4. Levent'te Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun yaptığı mozaiklerden oluşan mozaik turu var. O turun rotasını bir oyuncunun belirlemiş olması beni şaşırttı. Onları biliyor olmalarını beklemiyordum.

Mekâna ilişkin imgemizi yeniden üreten unsurlardan biri o mekâna ilişkin edinilen yeni bilgiler olduğu gibi bir diğer etkileyici unsur ise o mekânda yaşanan yeni deneyimler, yeni anılardır ve bu *Ingress*'in oyun topluluğu içerisinde yaşanmaktadır.

E2: Oyun, hayatımın geçtiği yerlere yeni katman eklemiş oldu. Evimin yanındaki camii oyunla ilişkili bir hale geldi.

R5: Bana artık Antalya dendiğinde aklıma sahili denizi değil portal kalabalığı geliyor.

Ingress oynamadan önce gidilmeyen mekânlar, oyunla anlam kazanıp yalnızca oyun için bile olsa ziyaret edilebilir hale gelmektedir. Bu oyuncu için kişisel anlamı olmayan bir mekânı oyun sınırları içerisinde bile olsa anlamlı hale getirmektedir.

E1: Mesela 4 Levent benim için bomboş bir yerdi. Oyunda ise 4 Levent'te on iki portal var, gittiğinde güzelce puan ve malzeme toplanıyor. Bir güzergâhım var. Malzemeleri toplayıp, marketten içecek bir şey alıp, mola verilebilir. Benim için takılacağım bir yer değil. Oyun için giderim sadece. Aynı şekilde Abbasağa parkı da normalde gitmediğim bir yerdi. Şimdi sadece takım arkadaşlarımla buluşma yerim.

Deneyimlerimiz ve hafızamızdaki hatıralarımız, yakın zamanda yaşadıklarımızın etkisiyle yeni anlamlar kazanmaktadır. Bunting, konumsal

medya ile hatıralarımızın yeniden üretildiğini öne sürmektedir. Oyuncuların, hâlihazırda bildikleri mekânların bile *Ingress* ile birlikte portallar üzerinden imgelerinin güncellendiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma süresince yapılan görüşmelerde, buluşma noktası belirlenirken katılımcılar, bilinen portallar üzerinden buluşma mekânı ifade etmiştir. Bununla birlikte “Mission Day” etkinliğinde de oyuncu gruplarının bir araya gelmek için portal isimleri üzerinde buluşma noktası belirledikleri gözlemlenmiştir.

R1: Level 4 iken bir arkadaş Kadıköy’de Ali Suavi portalında buluşalım dediğinde, yüzlerce portal var Kadıköy’de, nasıl bulayım demiştim. Fakat bir noktadan sonra oyun bilgisinden çıkıp istemsiz olarak portallar üzerinden düşünmeye başlıyorsun. Bazen oyun oynamayan arkadaşlarıma bile refleks olarak portal adıyla buluşma yeri söylüyorum.

Mekânı portallar üzerinden imgelemek tüm oyuncuların istemsizce bile olsa yaptığı bir şey olmaktadır. Özellikle takım içerisinde operasyon stratejisini planlayanlar bu konudaki yeteneklerini fazlasıyla geliştirmiştir.

R3: Portalları birleştirerek oluşturduğumuz üçgenler var ya... O üçgenleri oluşturmaya başlayınca benim dünya algım değişti. Uzaklık algım gelişti. Örneğin Edirne Fethiye’yi görür mü? Kaş’ı görür mü? Araları kaç km? Üçgenleri kurmak için proje sırasında yer ilişkilerini kurmak gerekiyor. Beyin farklı çalışmaya başlıyor.

R5: Tahmini km hesaplarımın gerçeğe çok yakın olduğunu görünce şaşırmışım.

Kente sürekli *Ingress* arayüzü üzerinden bakmak, portallar üzerinden imgelemek, oyunun arayüzü devreden çıktığında bazı oyuncularda bocalayacak kadar yoğun eksiklik yaratmaktadır.

E7: Telefonum bozuktuk birkaç gün. Kadıköy’e geçtim etrafa bakıyorum. Bir şeyler eksik. Yanımda arkadaşlarıma anlatamıyorum durumu, arkadaş oyundan değil.

Gazzard’a göre, dijital enformasyon kattığı anlamla mekâna yeni bir ışık getirmektedir. Oyuncular için duygusal bir anlam ifade etmeyen, bağlılık hissedilmeyen bir mekân bile oyun aracılığıyla bilinir ve hatırlanır bir özellik kazanabilmektedir.

R3: Portal oradaki anılarla da anlam kazanıyor. Limanköy’de çok başarılı bir operasyon yaptık. Karaburun sıkıcı bir rutine döndü. Buna benzer anıları var. Başarı operasyonlar bir yeri güzel yapıyor. Mesela başarısız bir operasyondan sonra Kıyıköy’e pek gidesim gelmemişti.

Mevcut kent imgesinin *Ingress* aracılığıyla yaşanan deneyimlerle yenilenmesi, portalların bilgi notları üzerinden, mekâna ilişkin daha derinlikli bilginin edinilmesiyle olmaktadır. *Ingress* sanatsal ve tarihsel öğeleri öne çıkarmasıyla kente sanatsal bir katman eklemektedir. Diğer yandan *Ingress*'in kente bakarken bir arayüz olarak konumlanması, kenti portallar üzerinden yeniden incelemeye sebep olmaktadır.

Alan Sahipliği Üzerinden Mekânın Sunumu

Çevre psikoloji bağlamında, mekân algısının unsurlarından biri mekâna bağlılıktır. Schwartz, mekân bağlılığını *Foursquare* üzerinden incelediği ve “Çevrimiçi Mekân Bağlılığı” yaklaşımını sunduğu çalışmasına söze çarpıcı bir Twitter alıntısıyla başlamaktadır:⁵¹

@IamAru: Başka bir Starbucks'a gittiğimde Foursquare'de 'mayor'ı olduğum Starbucks'a ihanet etmiş gibi hissediyorum.

Burada Schwartz ihanet sözcüğünün güçlü anlamını vurgulayarak, bir mekâna bağlılık, sahiplik ya da aidiyet hissetmenin derinliğine dikkat çekmektedir. Schwartz çalışmasını Low'un mekâna bağlılık öğelerini eksene alarak yapılandırmıştır. Schwartz'ın yaklaşımıyla değerlendirilen sahiplik, kullanıcı ile mekânın özdeşleşmesine yol açmaktadır. Bu durumda kullanıcı kimliğinin bir parçasına dönüşen konumsal veri, mekânın kullanıcı üzerinden algılanması anlamına da gelmektedir. Bununla birlikte Evans, mekâna ilişkin verinin paylaşımını Bourdieu'nun sosyal sermayesinin bir parçası olarak değerlendirmiştir.⁵²

Oyuncuların açtıkları, ele geçirdikleri ya da sıkça ziyaret ettikleri portallarla aralarında duygusal ilişki gelişmektedir. Hatta oyundan bağımsız olarak oyuncunun geçmişinde yer almış ve hâlihazırda bağlılığı bulunan bir portala ele geçirmek bağlılığı pekiştirmektedir.

E2: Daha önce yaşadığım ama oyun oynamadığım yerlerdeki portalları görmek, o portala almak güzel oluyor açıkçası.

Foursquare üzerine yapılan çalışmalardaki 'mayor'ı olduğu mekânda kendini diğerlerinden daha ayrıcalıklı hisseden kullanıcılar gibi, *Ingress*'te bir portala sahip olan oyuncunun sahiplik hissi benzemektedir.

R4: Portallarda ismimin yer alması hoşuma gidiyor. Kentte iz bırakmak gibi. Bir yer için benim oldu diyor insan. Bu egoyu tatmin eden bir şey. İnsanlar hep bir şeyleri olsun ister, o yüzden keyifli geliyor galiba. Yapay bir düzlem de olsa hissi gerçekçi ve keyifli.

E6: Ben yakınımıdaki portalları çok sahipleniyorum. Benim portalıma saldırmasınlar.

Bir portalı bireysel olarak ya da bir semti/ mahalleyi takım olarak sahiplenmenin bir yönü de muntika bilincinin gelişmesidir. O bölgeyi karşı takımdan birlikte korumak, takım aidiyetini güçlendirmektedir.

R2: Oyun mekânla ilişkide aidiyet hissi yaratıyor. Gruba da ait hissediyor kendini. Ama bireysel de hareket etsen grupla da hareket etsen mekânda iz bırakma hissiyatı var.

Dolayısıyla sahiplik bir portalı benimseme ve bir alana sahip hissetmeyle ilişkiliyken, aitlik daha çok bir bütünün parçası gibi takıma ait hissetmeyle ilişkidir. Sahiplik mekân üzerinden, aitlik sosyal ilişkiler üzerinden ortaya çıkmaktadır. Portal ve alan sahipliği, oyuncu-takım-mekân üzerinden sürdürüldükçe birbiriyle özdeşleşmekte ve bu öğeler bir kimlik ilişkisine girmektedir. Bu durumda portallar ona sahip olanlar hakkında, takımların muntikaları hakkında bir temsil oluşturmaktadır.

De Souza e Silva ve Sutko, Goffman'ın benliğin sunumu kuramını, mekânın sunumuna uyarlamıştır. Tanıdık olanın daha cazip ve çekici gelmesinden hareketle, bir mekâna konumsal medya aracılığıyla arkadaşlarımızın oradaki varlığı eklenince, mekân daha ilgi çekici bir yere dönüşmektedir. Bir mekânın kimliği, mekânın kendi kendine oluşturduğu bir şey değildir, haritadaki koordinatları ya da fiziksel özellikleri kimliğinin tamamını ifade etmemektedir. Mekânın kimlik oluşumunda insanların ona attığı değer ve anlamlar temeli oluşturmaktadır. İnsanların mekâna değer atfetmesi, mekân üzerinde yaşanan sosyal etkileşimle ve kültürel öğelerle ilişkilidir. Sosyal çevre ile mekân birbirinin etkileyicisidir, mekân ve sosyal ilişkiler etkileşimli olarak üretilmektedir, dolayısıyla konum tabanlı sosyal ağlar ile sosyal çevremizdeki insanların vakit geçirdiği mekânları görmek, o mekâna ilişkin, insanlar üzerinden bir imge edinmemizi sağlayacaktır.⁵³

R2: Oyun ile mekânlar bir kimlik de kazanıyor aslında. Oyun mekânları ön plana çıkarıyor. Mekânlar önem kazanıyor.

Oyun grubu içerisinde, oyuncu doğrudan gidip o portalda oynamasa bile, arkadaşlarından dinlediği hikâyelerle ya da tanıdıklarının o portaldaki varlığıyla portala aşinalık hissetmektedir. Mobil teknolojiler yabancılarla etkileşimimizi artırırken özellikle benzer insanlar arası iletişimi artırmıştır. Çünkü aşına olunan daha dikkat çekicidir. Bu aşinalık hissi oyun sırasında da etkilidir. Şöyle ki, bir oyuncu gitmediği bir portala ilişkin oyuncu üzerinden

fikir sahibi olup aşinalık kazandığında, o portala ilişkin imgesi henüz oraya gitmeden oluşmaya başlamaktadır. Portalla arasında ilk iletişimi kuran portala sahiplik eden oyuncunun kimliğidir, portalın kimliği etkilenmektedir.

R6: Kedilerde kendi bölgesini belirleme durumu vardır ya, o durum bu oyunun oyuncularında da var. Takım bazında değişiklik gösteriyor mu çok farkın da değilim ama oyuncuların bazıları oturduğu yerdeki bir portala sahipleniyor. Diğer oyuncular da o kişiyle olan bağına göre portala ya saldırıyor ya da koruyor.

Dolayısıyla, oyuncuların birbirlerini tanıdıkları durumlarda oyuncunun kimliği mekânın kimliğine dönüşmekte, tanımadıkları durumda mekân üzerinden oyuncuya yönelik bir algı oluşmaktadır. *Ingress*'te portal kimliği ve oyuncu kimliği birbirini etkilemektedir.

Oyunsal Mekânın Araçsallaşması

Modernizmle gelişen boş zaman üzerindeki denetim politikaları, konumsal medya gibi teknolojilerle postmodern çağın zaman üzerindeki denetim şekillerini güçlendirmiştir. Kullanıcıların işe giderken yolda geçtikleri vakit, konumsal medya ile oynunsallaşmakla birlikte bir yandan da manipüle edilebilir bir nitelik kazanmaktadır. Konum tabanlı mobil oyunlarla, boş zaman faaliyeti olarak görülen oyun, çalışma yaşamının hatta ev ve iş arasında yolda geçen zamanın bile bir parçası haline gelmiştir. İşte burada kapitalizmin her boşluğu doldurmaya çalışan müdahaleci yapısına dikkat çekmek yerinde olacaktır.

Oyun, özellikle dijital oyunlarla birlikte ciddi bir endüstri haline gelmiş, kültür endüstrisi olarak ifade edebileceğimiz çarkın önemli dişlilerinden birini oluşturmuştur. Oyunun kendisi araçsallaşırken, video oyun araçlarıyla (oyun konsolları, ekranlar, mobil ya da sanal gerçeklik cihazları, vb.) birlikte hem ticari hem de kültürel anlamda endüstriyel alandaki payını büyütülmüştür. *Ingress* oyuncularının oyun için alabileceği donanımlar, video oyunlarının sunduğu ölçüde çeşitlilik arz etmemektedir. Yalnızca güç yedeği, kulaklık gibi basit ekipmanlar kullanmaya teşvik etmektedir. Oyunun kendisi de ücretli bir uygulama olmamakla birlikte son yıllarda oyunun gerçek parayla malzeme satın alınabilen bir mağazası mevcuttur. Buraya kadar olağan gözüken ticarileşmenin ilgi çeken yönü, markalarının reklamlarının satın alınan ya da oyun içerisinde nadiren verilen malzemeler üzerinden yapılmasıdır. Bu yöntem markaları oyun anlatısının bir parçasına çevirmektedir. *Ingress*'in bir araç kiralama şirketi, su markası, bir sigorta şirketi, banka ile kurduğu ilişki oyuncular tarafında ifade edilmiştir.

R7: Yurtdışında Zipcar diye bir araç kiralama şirketi var. Buradan araç kiralar-ken Ingress oyuncusu olduğunuzu gösterirseniz, size kod veriyorlar ve o kodla malzemeler kazanıyorsunuz. Bir de Amerika’da bir su markası var, (hint water) kapağın altında malzeme çıkıyor. Özellikle AXA’nın anlaşması çok ilginç. Bir si-gorta şirketi ve oyunda portalımızı koruyan kalkan oluyor.

AXA sigorta, bu kalkan ile “hayatta sizi, oyunda portalınızı korur” mot-tosuyla dikkat çekmektedir.

R1: Markaların malzemeleri oyunun hâlihazırdaki malzemelerinden çok daha güçlü oluyor. Axa kalkanı nadiren düşse de çok güçlü. Bir de kapsüller var, MUFU adında bir bankanın adını taşıyan kapsülün içine malzemeler koyuldu-ğunda faiz getiriyor. Bunlar bizden para istemeyen, az düşüp işe yarayan şeyler.

KTMO oyun olarak *Ingress*’in mevcut sistemlerle ilişkisi metanın ticari niteliği üzerinden değil, zaman ve mekânın metalaşması üzerinden ideolojik niteliğiyle tartışılmalıdır.

R1: Ne kadar ileri gidebilir diye düşünüyorum. Örneğin, ele geçirdiğimiz alanlar içinde kalan süpermarketler o alanın sahibi olan gruba oyundaki seviyesi oranın-da indirim yapsa, bu oyun mu olur gerçek mi?

Ingress içerisinde markaların malzemeler üzerinden reklamının yapılması ürün yerleştirmenin bir başka şeklidir. Anlatının içine böylesine yerleştirilen öğeler, oyuncunun mekânla ilişkisinde de belirleyici olmasa da en azından etkileyici bir unsur olmaktadır. “Axa’lı portal” ifadeleri oyun içerisinde kul-lanılan ifadelerdir.

Soja’ya göre haritalama ve bireyin konumunun belirlenmesi hiç de ma-sum değildir ve ideoloji doludur. Foucault da tahakkümlerin mekân üzerin-den yapıldığına dikkat çekmektedir; iktidar tahakkümünü uygulayabileceği mekânlar inşa ederken, buna karşı direnişte de yine mekân biçimlendirici ola-caktır. Dolayısıyla konumsal medya ile mekânın ideolojik bir aygıtı dönüş-mesi eleştirel açıdan incenmesi gereken bir husustur.

Sonuç

İletişim teknolojileri ve mekân ilişkisi, konumsal medya ile yeni bir boyut kazanmaktadır. Mekân toplumsal ve kişisel tarihin göstergesi, zamanın so-mutlaşmış hali ve gündelik hayatın aktığı zemindir. İletişim teknolojileri de konumsal medya, yaygın teknolojiler, akıllı cihazlar, artırılmış gerçeklik uy-gulamaları gibi teknolojilerle mekâna dijital enformasyonu entegre etme yö-

nünde ilerlemektedir. Dolayısıyla konumsal medya, iletişim, mekân sosyolojisi, çevre psikolojisi, mühendislik ve mimarlığın kesişiminde, disiplinlerarası bir çalışma alanıdır.

KTMO, kullanıcı ile fiziksel mekân arasına bir arayüz olarak girmekte, kenti görme biçimlerini, algılayış sürecini ve kente ilişkin kurulan zihinsel imgeyi etkilemektedir. Söz konusu etkiyi değerlendirebilmek amacıyla *Ingress* oyunu üzerinde etnografik bir araştırma yapılmıştır. Kenti oluşturan tüm mimari yapılar ve sosyal öğeler, aynı zamanda *Ingress*'in kendi anlatısı içinde farklı anlamlar taşıyan oyun öğeleridir. Böylece kent oyunusal mekâna dönüşürken, gündelik yaşam da oyunlaşmaktadır.

Gündelik hayatta kullanıcının yolunun düşmediği mekânlar oyun anlatısı içerisinde anlam kazanıp ziyaret için cezbedici bir hale dönüşebilmekte, kullanıcı gitmediği yerleri oyun amaçları için keşfetme serüvenine çıkabilmektedir. Yön bulma, kentte rota tayini, keşif, oyun eşliğinde gerçekleşmektedir. Oyuncunun gündelik hayatının bir parçası olan, anıları ve deneyimleriyle birlikte psikolojik bir bağlılık hissettiği mekânlar ise, oyunla birlikte anlam genişlemesine uğramakta, kente ilişkin mevcut imge yeniden üretilmektedir. Dolayısıyla, mekân imgesi oyun aracılığıyla edinilmekte ya da oyun ile zenginleştirilmektedir. Bununla birlikte, mekâna aidiyet ya da mekân sahipliği ilişkisi oyundaki dinamiklerle kuvvetlenmekte, *Ingress* aracılığıyla oyuncular kentte iz bıraktıklarını hissetmektedir. Mekânın ve oyuncunun kimlik sunumları iç içe geçerek, mekânın algılanması sürecindeki kimlik ögesi de dönüşüme uğramaktadır. Konumsal medyanın bir iletişim aracı olarak mekânla iç içeliği, medya üzerinden yönlendirilen tahakkümün mekân üzerinde yansıma bulması, oyunusal mekânı araçsallaştırması anlamına da gelmektedir. Mekânın keşfedilerek imgenin oluşumu, tanınan mekânın imgesinin oyun aracılığıyla yeniden üretilmesi, mekân kimliği üzerinde oyunun etkileri göstermektedir ki; konum tabanlı mobil oyun olan *Ingress* oyuncunun zihnindeki kent imgesi üzerinde etkileyicidir. Bu çalışma oyunun sihrinin mekânla iç içe geçmesi ve gündelik yaşamın oyunlaşması yönünde Montola'nın öngörülerini desteklemektedir.

Notlar

- 1 Rıdvan Şentürk, "Mekânsal Bilişime Ontolojik Bir Yaklaşım," (Akademik Bilişim'10, Muğla, 10-12 Şubat 2010): 9.
- 2 Eric Gordon & Adriana de Souza e Silva, *Net Locality: Why Location Matters in a Networked World*, (UK: Wiley-Blackwell, 2011).
- 3 Rowan Wilken, "Locative Media: From Specialized Preoccupation To Mainstream Fascination," *Convergence: The International Journal Of Research Into New Media Technologies*, 18(3) (2012): 243-247.
- 4 Jordan Frith, "Turning Life Into A Game: Foursquare, Gamification, and Personal Mobility," *Mobile Media & Communication*, 1 (2) (2013): 248-262.
- 5 Markus Montola, Annika Waern & Jaakko Stenros, *Pervasive Games: Experiences on the Boundary Between Life and Play*, (USA: Elsevier: 2009): 9.
- 6 Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, (Cambridge: MIT Press, 1994): 267.
- 7 Larissa Hjorth, "The Place Of The Emplaced Mobile: A Case Study Into Gendered Locative Media Practices," *Mobile Media & Communication*, 1 (1) (2013): 110-115.
- 8 Jane McGonigal, *Reality Is Broken*, (New York: The Penguin Press, 2011).
- 9 Kalle Jegers, "Pervasive Game Flow: Understanding Player Enjoyment In Pervasive Gaming," *Computers In Entertainment*, 5 (1) (2007): 1-11.
- 10 Johan Huizinga, *Homo Ludens*, çev. Mehmet Ali Kılıçbay (İstanbul: Ayrıntı, 2013).
- 11 Adriana de Souza e Silva & Larissa Hjorth, "Playful Urban Spaces: A Historical Approach To Mobile Games," *Simulation & Gaming* (2009): 1-24.
- 12 Markus Montola, "A Ludological View On The Pervasive Mixed-Reality Game Research Paradigm," *Personal and Ubiquitous Computing* (2011): 3-12.
- 13 Yi-Fu Tuan, "Space and Place: Humanistic Perspective," *Philosophy in Geography* içinde, der. Stephen Gale & Gunnar Olsson, (Netherlands: Springer, 1979): 387-427.
- 14 Henri Lefebvre, *Mekânın Üretimi*, çev. Işık Ergüden (İstanbul: Sel Yayınları, 2015): 26.
- 15 Melek Göregenli, *Çevre Psikolojisi* (İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005): 171.
- 16 Ron Burnett, *İmgeler Nasıl Düşünüür?*, çev. Güçsal Pusar, (İstanbul: Metis, 2012): 20.
- 17 Maria Bakardjieva, "Virtual Togetherness: An Everyday-Life Perspective," *Media Culture & Society*, (2003): 291-313.
- 18 Robert Luke, "The Phoneur: Mobile Commerce and the Digital Pedagogies of the Wireless Web," *Communities of Difference: Culture, Language, Technology* içinde, der. Peter Trifonas, (London: Palgrave MacMillan, 2005): 185-204.
- 19 de Souza e Silva & Hjorth, "Playful," 14.

- 20 Andy Crabtree & Tom Rodden, "Hybrid Ecologies: Understanding Cooperative Interaction In Emerging Physical-Digital Environments," *Personal and Ubiquitous Computing* (12) 7, (2008) : 481-493.
- 21 Michiel de Lange, "From Always On To Always There: Locative Media As Playful Technologies," *Digital Cityscapes: Merging Digital and Urban Playspaces* içinde, der. Adriana de Souza e Silva & Daniel M. Sutko, (New York: Peter Lang, 2009): 55-70.
- 22 Carlos Barreneche, "Localizing The Media, Locating Ourselves: A Critical Comparative Analysis Of Socio-spatial Sorting In Locative Media Platforms (Google and Flickr 2009-2011)" (Doctoral Thesis, University of Westminster, 2012): 1.
- 23 Yaygın teknolojiler mekânın ya da nesnelerin içine gömülü halde bulunan, çoğunlukla sensörler aracılığıyla çevresini algılayarak kullanıcı müdahalesi gerektirmeksizin kendi kendine çalışan cihazlardır.
- 24 Mark Weiser, "The Computer For The Twenty-First Century," *Scientific American*, (1991): 94-104.
- 25 Adriana de Souza e Silva & Daniel M. Sutko "Location-Aware Mobile Media and Urban Sociability," *New Media & Society* (2011): 807-823.
- 26 Adriana de Souza e Silva & Jordan Frith, "Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location In Urban Spaces," *Mobilities* 5 (4) (2010): 490.
- 27 Ben Russel, "Head Map: Location Aware Devices" (1999) Akt. Adriana de Souza e Silva & Jordan Frith, "Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location In Urban Spaces", *Mobilities* 5 (4) (2010) : 490.
- 28 Jordan Frith, *Smartphones As Locative Media*, (Cambridge: Polity Press, 2015): 7.
- 29 Anne Galloway, "A Brief History Of The Future Of Urban Computing and Locative Media" (doktora tezi, Carleton University, 2008): 18.
- 30 William J. Mitchell, *City of Bits*, (Cambridge: MIT Press, 1996).
- 31 Katie Salen & Eric Zimmerman, *Rules Of Play: Game Design Fundamentals*, (MIT Press, 2003): Ch.9: 2.
- 32 Adriana de Souza e Silva & Daniel M. Sutko, "Playing Life and Living Play: How Hybrid Reality Games Reframe Space, Play and the Ordinary," *Critical Studies in Media Communication*, (2008): 447-465.
- 33 <https://www.ingress.com/intel> 12.02.2017, 16:19:23.
- 34 <http://investigate.ingress.com/category/ingress-report/> 17.01.2017, 15:23:12
- 35 Sherry Turkle, *Simulation and Its Discontents*, (Cambridge: MIT Press, 2009).
- 36 Montola, "A Ludological," 3-12.
- 37 Kerem Demirbaş, "Bilgisayar Oyunları ve Gerçeklik İlişkisi Çerçevesinde Oyunlaştırma ve Alternatifleri" (doktora tezi, Marmara Üniveristesi, 2014): 6.

- 38 Kevin Lynch, *Kent İmgesi*, çev. İrem Başaran (İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2015): 51.
- 39 Johanna Brewer & Paul Dourish, "Storied Spaces: Cultural Accounts Of Mobility, Technology, and Environmental Knowing," *International Journal Of Human-Computer Studies* (2008): 968-976.
- 40 Frith, "Turning," 257.
- 41 Gordon Calleja, *In-Game: From Immersion To Incorporation* (USA: MIT Press, 2011), 73-74.
- 42 Didem Özkul, "Mobile Nodes: Mobile and Locative Media, Everyday Life and Sense Of Place" (doktora tezi, Westminster University, 2014): 82-87.
- 43 Frith, "Turning," 248-262.
- 44 Burnett, *İmgeler*, 34-38.
- 45 Lynch, *Kent*, 3.
- 46 Alison Gazzard, "Location, Location, Location: Collecting Space and Place In Mobile Media," *Convergence*, 2011: 405-417.
- 47 Frith, *Smartphones*, 19.
- 48 Burnett, *İmgeler*, 113.
- 49 Ben S. Bunting, "The Geocacher As Placemaker: Remapping Reality Through Location-Based Mobile Gameplay," *The Mobile Story: Narrative Practices With Locative Technologies* içinde, der. Jason Farman, (New York: Routledge, 2014): 161-175.
- 50 Paul Dourish & Genevieve Bell, *Divining a Digital Future: Mess and Mythology In Ubiquitous Computing*, (London: The MIT Press, 2011): 193.
- 51 Raz Schwartz, "Online Place Attachment: Exploring Technological Ties To Physical Places," *Mobility and Locative Media: Mobile Communication In Hybrid Spaces* içinde, der. Adriana de Souza e Silva & Mimi Sheller, (New York: Routledge, 2015): 85-100.
- 52 Leighton Evans, *Locative Social Media: Place in the Digital Age*, (London: Palgrave Macmillan, 2015): 117.
- 53 de Souza e Silva & Sutko, "Location," 809.