Halkla İlişkiler · Seçmeli Ders Notu

Animasyon Teknikleri ve Oyun

Temel Ders Notu · Bölüm 1: Animasyona Giriş

Notun yapısı

Bölüm 1

Animasyona Giriş: tanım, teknikler, türler, 12 ilke, üretim süreci, kullanım alanları

Bölüm 2

Dijital Oyunlara Giriş: tanım, tarihçe, türler, platformlar, mekanikler

Bölüm 3

Oyun Geliştirme ve Tasarım: süreç, ekip, karakter, çevre, iletişim ve halkla ilişkiler

Her bölümün sonunda değerlendirme soruları vardır. Kalın terimleri kendi cümlelerinizle açıklayabilmelisiniz.

1.1 Animasyon nedir?

Animasyon, hareketsiz görüntülerin (çizim, fotoğraf, model, dijital çizim) art arda gösterilerek hareket ediyormuş gibi algılanmasını sağlayan sanat ve tekniktir. Kelime Latince *anima* (can, ruh) sözcüğünden gelir: cansız bir şeye can vermek.

Hareket yanılsaması

Göz ve beyin, birbirine çok yakın ardışık görüntüleri tek tek ayırt etmez; kesintisiz hareket olarak yorumlar.

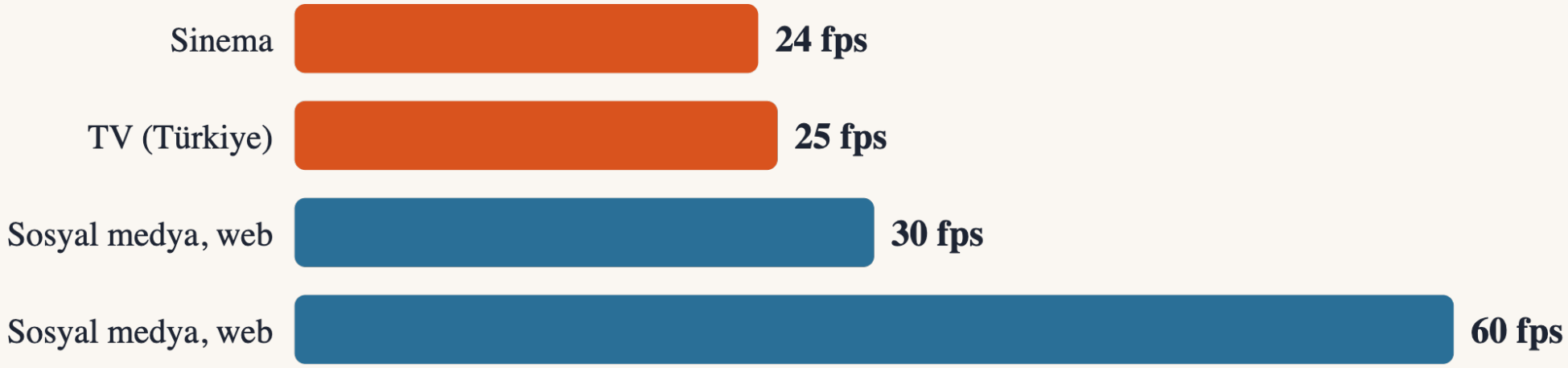
Kare (frame)

Animasyonun en küçük birimidir. Sinemada gerçek hayat kareleri, animasyonda tek tek üretilen kareler kullanılır.

Kare hızı (fps)

Bir saniyede kaç görüntü gösterildiğini belirtir. Arttıkça hareket akıcılaşır, üretilecek kare sayısı da artar.

Kare hızı: kaç fps, ne için?



İkişerli çalışma (on twos)

24 karenin her biri için ayrı çizim yapmak yerine her çizim iki kare gösterilir: saniyede 12 çizim. Emek azalır, çizgi filme özgü görünüm oluşur.

1.2 Kısa bir tarihçe

1830'lar
Fenakistoskop, zoetrop: optik oyuncaklar, animasyonun atalarıdır

1892
Émile Reynaud, Paris'te perdeye yansıtılan hareketli çizimler

1908
Émile Cohl, Fantasmagorie: ilk gerçek çizgi film kabul edilir

1914
Winsor McCay, Gertie the Dinosaur: karakter animasyonunun öncüsü

1928
Disney, Steamboat Willie: ses-görüntü senkronu, Mickey Mouse

1937
Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler: bilinen ilk uzun metraj çizgi film

1995
Toy Story: tamamen bilgisayarla üretilen ilk uzun metraj

2000'ler →
Dijital araçlar yaygınlaştı; sosyal medya ve oyun en büyük alanlar

Türkiye'den örnekler: Niloya, Pepee, Rafadan Tayfa, Kral Şakir.

1.3 Ana tekniklerin karşılaştırması

Teknik	Nasıl çalışır?	Örnek	Artısı / eksisi
Geleneksel (el çizimi)	Her hareket evresi elle çizilir	Pamuk Prenses	Sıcak görünüm / çok emek
Stop-motion	Gerçek nesne kare kare oynatılıp fotoğraflanır	Wallace & Gromit	Dokunsal gerçeklik / yavaş, hata kabul etmez
2B dijital	Bilgisayarda çizim veya kemik sistemi	Birçok TV dizisi	Hızlı, esnek / tarz ayrımı zor
3B (CGI)	Modeller kurulup hareket ettirilir	Toy Story	Derinlik, ışık / ekip ve donanım ister
Hareket grafikleri	Yazı, logo, şekiller hareketlenir	Logo animasyonu, açıklayıcı video	Hızlı, bilgi odaklı / karakter hikâyesine uygun değil

Ayrıca: rotoskop (gerçek görüntü üzerinden çizim), hareket yakalama (mocap), kum, boya-cam, iğne ekran ve kolaj animasyonu.

1.4 Animasyon türleri

Süre ve formata göre

Kısa animasyon, uzun metraj, TV dizisi, web dizisi, reklam ve jenerik

Hedef kitleye göre

Çocuk (Niloya), aile (Pixar), genç ve yetişkin (Rick and Morty, Persepolis). Animasyon yalnızca çocuklara yönelik değildir.

Amacına göre

Eğlence ve sanat, tanıtım ve reklam, açıklayıcı (explainer), eğitim ve bilimsel, belgesel (Waltz with Bashir), deneysel ve soyut

Kültürel geleneğe göre

Anime: kendine özgü anlatım ve karakter tasarımı. Spirited Away, 2003'te Oscar kazandı.

1.5 Disney'in 12 ilkesi (1/2)

1. Ezilme ve esneme

Hareket eden nesne şekil değiştirir; hacim korunur, ağırlık ve canlılık verir.

2. Hazırlık

Asıl hareketten önce küçük bir ters hareket: sıçramadan önce çömelmek.

3. Sahneleme

Her kare dikkati doğru yere çeker; öne çıkacak olan net gösterilir.

4. Düz ileri / poz poz

Baştan sona sırayla çizmek akıcıdır; anahtar pozlarla çalışmak kontrollüdür.

5. Devam ve çakışan hareket

Karakter durunca saç, giysi, kuyruk biraz daha hareket eder.

6. Yavaş giriş, yavaş çıkış

Hareket yavaş başlar, hızlanır, yavaşlayarak biter (easing).

Thomas ve Johnston, The Illusion of Life (1981). İlkeler 3B ve oyun animasyonu için de geçerlidir.

1.5 Disney'in 12 ilkesi (2/2)

7. Yaylar
Canlılar düz çizgi değil yay çizerek hareket eder; doğal görünür.

8. İkincil hareket
Ana hareketi destekler: yürürken kol sallamak, konuşurken kaş kaldırmak.

9. Zamanlama
Karede geçen süre hızı ve anlamı belirler; komedi zamanlamayla doğar.

10. Abartı
Duyguyu net aktarmak için hareket ve ifade biraz belirginleştirilir.

11. Sağlam çizim
Hacim, ağırlık ve denge inandırıcı olmalıdır.

12. Çekicilik
Karakter ilginç ve akılda kalıcıdır; kötü karakterin de çekiciliği vardır.

Animasyon, gerçek hareketin kopyası değil; inandırıcı ve etkileyici bir hareketin tasarımıdır.

1.6 Üretim süreci: üç aşama

Ön üretim

Fikir, senaryo, storyboard, karakter ve mekân tasarımı, ses kaydı, animatik. En önemli aşama: hata burada düzeltilirse ucuzdur.

→

Üretim

Çizim, modelleme, hareketlendirme, ışık, render.

→

Son üretim

Birleştirme, renk düzenleme, ses ve müzik, efekt, dışa aktarma.

İletişim profesyoneli en çok **ön üretimde** rol alır: brif yazmak, amacı ve hedef kitleyi tanımlamak, mesajı netleştirmek, storyboard'u onaylamak.

1.6 Temel teknik kavramlar

Anahtar kare / ara kare

Anahtar kare hareketin önemli noktasıdır; ara kareler aralarını doldurur.

Storyboard ve animatik

Storyboard planların çizilmiş taslağıdır; animatik, bunun ses ve süreyle birleşmiş hâlidir.

Lip sync ve döngü

Ağız hareketini sese uydurmak; başı sonuna bağlanan tekrarlı animasyon (GIF, yürüme).

En-boy oranı

Yatay 16:9 (sinema, YouTube); dikey 9:16 (Reels, TikTok, Shorts). Mecra baştan bilinmeli.

Render

Hazırlanan sahnenin son görüntüye dönüşmesi; 3B'de saatler ya da günler sürebilir.

Dosya biçimleri

MP4 (genel video), GIF (kısa döngü), Lottie (hafif vektör animasyon).

1.7 Kullanım alanları

Sinema
Uzun metraj, görsel efektler (VFX)

Televizyon
Diziler, jenerik, ident, haber ve hava durumu grafikleri

Dijital ve sosyal medya
Kısa video, GIF, sticker, açıklayıcı video

Reklam ve marka
Maskot, logo animasyonu, ürün tanıtımı

Halkla ilişkiler
Kurumsal film, animasyonlu faaliyet raporu, kriz açıklaması, etkinlik tanıtımı

Eğitim ve bilim
Tıp, mühendislik, mimari animasyon, müze

Canlı yayın ve e-spor
Skor grafikleri, AR, sanal stüdyo, VTuber

Sanal influencer
Lil Miquela gibi karakterler; yeni alan, etik tartışma

Oyun ve gazetecilik
Karakter, sinematik; veri anlatımı, 360° ve VR

1.8 Bölüm 1 özeti

1. Animasyon, ardışık görüntülerle hareket yanılsaması yaratma sanatıdır; birim kare, akıcılığı kare hızı belirler.
2. Ana teknikler: geleneksel, stop-motion, 2B dijital, 3B, hareket grafikleri, rotoskop, mocap.
3. Türler süreye, hedef kitleye, amaca ve kültüre göre ayrılır; animasyon yalnızca çocuklar için değildir.
4. Disney'in 12 ilkesi, hareketin inandırıcı ve etkileyici olmasını sağlar.
5. Üretim üç aşamadır; en kritik aşama ön üretimdir.
6. Kullanım alanı sinemadan reklama, halkla ilişkilerden eğitime, yarışma programlarından oyuna uzanır.

1.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

Hareket yanılsaması nasıl oluşur? Kare ve kare hızını açıklayın.

Soru 2

Stop-motion ile 3B animasyonu yöntem, avantaj ve sınırlılık bakımından karşılaştırın; birer örnek verin.

Soru 3

12 ilkeden dördünü seçip gündelik hayattan ya da bir animasyondan örnekleyin.

Soru 4

Animasyonun halkla ilişkilerdeki kullanımını en az üç örnekle tartışın. Kurum neden metin ya da fotoğraf yerine animasyonu seçer?

BÖLÜM 2

Dijital Oyunlara Giriş

Oyunun tanımı, tarihçe, gelir modelleri, platformlar, türler ve mekanikler

2.1 Oyun nedir?

Huizinga (Homo Ludens, 1938): oyun gönüllü yapılan, gündelik hayattan ayrı zaman ve mekânda geçen, kendi kuralları olan bir etkinliktir. **Caillois** oyunları dört eğilime ayırır:

Rekabet (agon)
Satranç

Şans (alea)
Zar atmak

Taklit (mimicry)
Rol yapmak

Heyecan (ilinx)
Hız ve yükseklik

Dijital oyunların çoğu bu dört eğilimden birini ya da birkaçını bir arada barındırır.

Dijital oyun ve bileşenleri

Dijital oyun, ekranda, bilgisayar tabanlı sistemle oynanan ve oyuncunun eylemlerine anında tepki veren oyundur. Onu sinema, televizyon ve animasyondan ayıran şey **etkileşimdir**: izleyici hikâyeyi seyreder, oyuncu içinde karar verir.

Kurallar

Neyin mümkün, neyin yasak olduğunu belirler

Hedef

Bölümü bitirmek, rakibi yenmek, şehir kurmak

Meydan okuma

Hedefi kolay olmaktan çıkaran engeller

Etkileşim

Oyuncu girdisi ile sistem tepkisi arasındaki ilişki

Geri bildirim

Puan, ses, görüntü, titreşim

2.2 Kısa bir tarihçe

1950-60'lar

Laboratuvar deneyleri: Tennis for Two (1958), Spacewar! (1962)

1970'ler

Pong (1972), Magnavox Odyssey ilk ev konsolu, Space Invaders (1978)

1980'ler

Pac-Man (1980); 1983 krizi; NES ve Super Mario Bros. (1985) toparladı; Game Boy (1989)

1990'lar

3B grafikler: Doom (1993), PlayStation (1994), Tomb Raider (1996); çevrim içi oyun, internet kafeler

2000'ler

World of Warcraft (2004); iPhone (2007), mobil dönem; Angry Birds (2009), Candy Crush (2012)

2010'lar →

Indie (Minecraft), battle royale (Fortnite, 2017), Twitch ve e-spor, bulut oyun, VR, abonelik

Türkiye: Peak, Gram Games ve Dream Games (Royal Match) dünya pazarında tanınır hâle geldi; oyun bir ihracat ve girişimcilik alanı.

2.3 Gelir modelleri

Premium

Oyun bir kez satın alınır; konsol ve PC'de yaygın

Free-to-play

Ücretsiz; isteğe bağlı eşya, güçlendirme, kozmetik satın alma

Abonelik

Aylık ücretle kütüphaneye erişim (Xbox Game Pass)

Reklam destekli

Gelir oyun içi reklamlardan; kısa, basit mobil oyunlar

DLC ve battle pass

Çıkıştan sonra satılan bölüm, karakter, ödül sistemi

Rastlantıya dayalı ödül kutuları (loot box) etik ve düzenleme tartışmalarına konu oldu; oyun şirketlerinin itibarı çoğu zaman bu başlıklarda şekillenir.

2.4 Oyun platformları

PC

Klavye ve fare; Steam, Epic Games Store

Konsol

PlayStation, Xbox, Switch; gamepad

Mobil

Oyuncu sayısı en geniş; kısa oturum, dokunmatik

Tarayıcı ve bulut

Oyun uzak sunucuda çalışır, görüntü internetten gelir

VR / AR

Gözlük ve hareket algılayıcıyla oyunun içine yerleştirir

Çoklu platform ve çapraz oyun

Birden fazla platformda yayın; farklı platformların aynı oyunda buluşması (cross-play)

2.5 Oyun türleri (1/2)

Tür	Ana özellik	Örnek
Aksiyon	Refleks, hız; platform, nişancı, dövüş	Super Mario, Counter-Strike, Tekken
Macera	Keşif, bulmaca, hikâye	The Walking Dead, Life is Strange
Aksiyon-macera	Aksiyon ve keşif karışımı	Zelda, Uncharted
Rol yapma (RPG)	Karakter geliştirme, görev, seçim	The Witcher 3, Skyrim, Knight Online
Strateji	Planlama, kaynak yönetimi, taktik	Age of Empires, Civilization, LoL (MOBA)
Simülasyon	Gerçek hayat ya da sistem taklidi	The Sims, Cities: Skylines, Football Manager

Türler temada değil, oyuncunun ne yaptığında ortaya çıkar; çoğu oyun birden fazla türü karıştırır.

2.5 Oyun türleri (2/2)

Tür	Ana özellik	Örnek
Bulmaca	Mantık ve örüntü çözme	Tetris, Candy Crush, Monument Valley
Spor ve yarış	Spor ve araç yarışları	EA FC, Gran Turismo, Mario Kart
Hayatta kalma ve inşa	Kaynak toplama, yapı kurma, özgür oynanış	Minecraft, Terraria
Battle royale	Son kişi kalana kadar yarış	Fortnite, PUBG
Korku	Gerilim ve hayatta kalma	Resident Evil
Rahat oyunlar	Basit kurallar, kısa oturum, geniş kitle	Flappy Bird, hyper-casual mobil

Türler kesin sınırlarla ayrılmaz; aynı oyun birkaç türün özelliklerini taşıyabilir.

Tür dışı temel kavramlar

Tek / çok oyunculu

PvP: oyuncular birbirine karşı; PvE: ortak düşmana karşı; co-op: birlikte

AAA oyun

Büyük bütçe, büyük ekip, yüksek pazarlama harcaması

Bağımsız (indie)

Küçük ekip, genellikle yenilikçi fikir

Ciddi oyunlar

Eğitim, sağlık, bilinçlendirme amaçlı

Haber oyunları

Gazetecilikte oyun biçimi; NYT'nin Wordle'ı satın alması (2022)

2.6 Oyun mekaniği ve MDA modeli

Mekanik: oyuncunun yapabildiği eylemler ve oyunun bunlara tepkisi (zıplamak, nişan almak, kaynak toplamak). Hunicke, LeBlanc ve Zubek (2004) oyunu üç katmanda açıklar:

Mekanikler

Oyunun kuralları ve sistemleri

Tasarımcı belirler

→

Dinamikler

Oyuncuyla birlikte ortaya çıkan davranış: takım kurmak, rakibi kandırmak

Oyuncu oynayarak yaratır

→

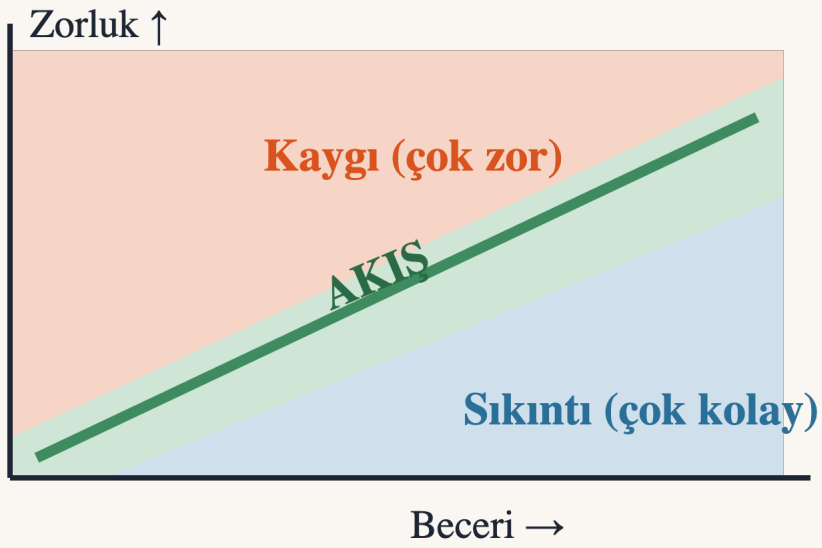
Estetik

Oyuncunun hissettiği duygu: heyecan, merak, rekabet, keşif

Deneyim

Oyuncunun deneyimi, tasarımcının niyetinden farklı olabilir.

Çekirdek döngü ve akış



Çekirdek döngü

Tekrar tekrar yapılan eylem zinciri. Candy Crush: eşleştir, puan kazan, yeni seviye. RPG: savaş, ödül, güçlen, daha zor savaş.

Akış (Csikszentmihalyi)

Ne çok kolay ne çok zor işte tam odaklanma. Çok kolay sıkar, çok zor yıldırır.

Diğer temel kavramlar

Ödül ve ilerleme

Puan, seviye, XP, başarım, rozet, liderlik tablosu

Kaynak ekonomisi

Altın, enerji, can, malzeme; kıtlık karar verdirir

Risk ve ödül

Daha büyük ödül, genellikle daha büyük risk

Arayüz (UI/HUD)

Can çubuğu, harita, envanter; anlaşılırlık için kritik

Oyun hissi (game feel)

Kontrolün tepkisel, akıcı, tatmin edici hissi; animasyon, ses, efektle desteklenir

Anlatı

Ara sahnelerle ya da oyuncunun eylemleri ve çevreyle anlatılır

Oyuncu tipleri ve oyunlaştırma

Bartle (1996), çok oyunculu oyunlarda dört motivasyon tanımlar:

Başarı odaklılar

Hedefleri tamamlar

Kâşifler

Dünyayı keşfeder

Sosyalleşenler

Diğer oyuncularla ilişki kurar

Rekabetçiler

Diğer oyuncuları yenmek ister

Oyunlaştırma (gamification)

Oyun olmayan ortamlarda puan, rozet, seviye, liderlik tablosu kullanmak: sadakat programları, eğitim ve spor uygulamaları. Oyun yapmak değil, oyunun motivasyon yöntemlerinden yararlanmaktır.

2.7 Oyuncular, izleyiciler ve oyun kültürü

Yayıncılık ve izleme

Twitch, YouTube: insanlar oyunu yalnızca oynamaz, izler; yayıncılar önemli etki alanıdır

E-spor

Profesyonel ve organize rekabet: turnuva, takım, sponsorluk

Topluluklar ve hayran kültürü

Discord, forum, hayran sanatı, modlama; olumsuz tepki de hızla yayılır

Yaş sınıflandırma

PEGI, ESRB: şiddet, korku, uygunsuz içerik konusunda aileleri bilgilendirir

2.8 Bölüm 2 özeti

1. Oyun; kural, hedef, meydan okuma ve geri bildirimden oluşur; dijital oyunu ayıran şey etkileşimdir.
2. Tarih: laboratuvar deneylerinden salonlara, konsollara, internete, mobile ve bulut/VR teknolojilerine.
3. Gelir modelleri (premium, free-to-play, abonelik, reklam) tasarımı ve iletişimi etkiler.
4. Türler oyuncunun yaptığı eyleme göre ayrılır; çoğu oyun birden fazla türü birleştirir.
5. Mekanik, çekirdek döngü, MDA, akış ve ödül sistemleri temel kavramlardır.
6. Yayıncılık, e-spor ve topluluklar oyun kültürünün ayrılmaz parçasıdır.

2.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

Dijital oyunu diğer ekran medyalarından ayıran özellikler nelerdir? Temel bileşenleri açıklayın.

Soru 2

Tarihteki dönüm noktalarından en az dördünü seçip sektörü nasıl değiştirdiklerini tartışın.

Soru 3

Üç oyun türü seçin; her birini tanımlayın, örnek verin, temel mekaniklerini açıklayın.

Soru 4

Çekirdek döngü, MDA ve akışı açıklayın; en az ikisini tanıdığınız bir oyunda çözümleyin.

BÖLÜM 3

Oyun Geliştirme ve Tasarım

Süreç, ekip, sanat yönü, karakter, çevre, oyunda animasyon, iletişim ve halkla ilişkiler

3.1 Oyun geliştirme süreci

Oyun **tekrarlı (iteratif)** geliştirilir: yap, test et, oyuncu tepkisine göre değiştir, tekrarla. Eğlenceli olup olmadığı ancak oynandığında anlaşılır.

Konsept
Ana fikir, hedef kitle, platform, rakipler; GDD

→

Ön üretim
Prototip, dikey dilim, motor ve görsel stil

→

Üretim
Kod, sanat, animasyon, ses, seviye, hikâye; alfa ve beta

Test ve QA
Hata, denge sorunu, playtest

→

Yayın
Mağazada çıkış; pazarlama yoğunlaşır

→

Yayın sonrası
Yama, DLC, sezon, topluluk; live ops

Oyunda da en kritik aşama ön üretimdir: fikrin işlemediğini prototipte görmek, üretimin ortasında görmekten çok daha ucuzdur.

Süreçteki temel terimler

GDD

Oyun tasarım belgesi; konsept aşamasında hazırlanır

Prototip

Güzel görünmesi gerekmeyen, çekirdek eğlenceyi test eden basit sürüm

Dikey dilim

Küçük ama nihai kaliteye yakın bölüm; yatırımcı ve yayıncıya gösterilir

Alfa / beta

Alfa: ilk oynanabilir ama eksik hâl. Beta: özellikler tamam, hata ayıklanıyor

Yama ve live ops

Yayın sonrası düzeltme, yeni içerik, sezonluk etkinlik: hizmet olarak oyun

Oyun motorları

Unity, Unreal Engine, Godot: grafik, fizik, ses altyapısı

Geliştirici, yayıncı ve dağıtım

Geliştirici (developer)

Oyunu yapan ekip

Yayıncı (publisher)

Finansman, pazarlama ve dağıtımı üstlenen şirket; bağımsız ekipler kendileri de yayımlayabilir

Dağıtım platformları

Steam, Epic Games Store, PlayStation Store, App Store, Google Play

Motorların erişilebilir olması, küçük ekiplerin bile oyun yapabilmesinin başlıca nedenidir.

3.2 Ekip ve roller

Yapımcı
Proje yönetimi, bütçe, takvim, koordinasyon

Oyun tasarımcısı
Kurallar, mekanikler, deneyim; sistem, seviye, anlatı

Programcı
Oynanış kodu, yapay zekâ, grafik, ağ, araçlar

Sanat ekibi
Sanat yönetmeni, konsept, 2B/3B, karakter, çevre, animatör, UI/UX

Ses ekibi
Ses tasarımcısı, besteci, seslendirme

QA test uzmanları
Hataları bulur ve raporlar

Pazarlama, halkla ilişkiler ve topluluk yönetimi
Tanıtım, medya ve influencer ilişkileri, oyuncu toplulukları, kriz yönetimi. Sizin alanınıza en yakın rol.

3.3 Sanat yönü ve görsel stil

Sanat yönetmeni, karakter, çevre, arayüz, renk, ışık ve efektin tutarlı bir bütün olmasını sağlar. Stil; bütçeyi, ekip büyüklüğünü, hedef kitleyi ve duyguyu da etkiler.

Piksel sanatı

Sade, düşük bütçe, güçlü kimlik: Celeste

Düşük poligon

Az yüzeyli, sade geometrik 3B

El çizimi, 2B stilize

Hollow Knight, Cuphead

Stilize 3B

Gerçekçi değil, güçlü kimlik: Fortnite, Minecraft

Fotogerçekçi 3B

Yüksek bütçe, büyük ekip: Red Dead Redemption 2

Araçlar: konsept çizimleri, mood board, stil rehberi. Görsel kimlik; tanıtım, logo, mağaza sayfası ve sosyal medyada markanın görsel kimliğine dönüşür.

3.4 Karakter tasarımı

Oyuncunun yönettiği karakter **avatar**; oyunun yönettikleri **NPC**. İlkeler:

Silüet
Siyah gölgesinden tanınmalı: Mario, Pac-Man

Şekil dili
Daire dostane, kare güvenilir, üçgen dinamik ve tehlikeli

Renk paleti
Rolü ve duyguyu belirtir, karakteri çevreden ayırır

Orantılar
Gerçekçi, karikatürize ya da çok sevimli tarz

Kişilik ve hikâye
Arka plan, motivasyon, kıyafet ve duruşla ipuçları

İşlevsellik
Kamera mesafesine göre ayrıntı; hareket etmesi kolay olmalı

Karakter: süreç, temsil ve marka

Fikir, araştırma
Kaba eskizler

→

Silüet denemeleri
Ayrıntılı çizim

→

Model sayfası
Ön, yan, arka, yüz ifadeleri

→

3B model, rig
Animasyon

Temsil ve çeşitlilik

Karakterlerin kimler olduğu, nasıl gösterildiği ve hangi klişelere dayandığı tartışılır; markanın itibarını ilgilendirir

Marka varlığı

Mario, Pikachu, Lara Croft: ürün, film, lisans ve reklamda da yer alır; tasarım aynı zamanda ticari ve iletişim kararıdır

3.5 Çevre (mekân) tasarımı

Seviye tasarımı: oyuncunun nasıl ilerleyeceği, hangi engellerle hangi sırada karşılaşacağı. **Çevre sanatı**: mekânın görünüşü ve atmosferi.

Oyuncuyu yönlendirme
Yazı yerine ışık, renk, mimari çizgi, yol

Ölçek ve atmosfer
Büyüklük, ışık, renk, ses: korku, huzur, merak

Dünya kurma
Tarihçe, kültür, kural; tutarlılık inandırıcılık katar

Çevresel hikâye
Dağınık oda, terk edilmiş kamp, duvar yazıları

Modüler tasarım
Yeniden kullanılan asset parçaları; maliyet ve zaman azalır

Oynanışa hizmet
Saklanma noktası, engel, kestirme, çatışma alanı

Çevre: ilham ve yapı

Gerçek mekânlardan ilham

Assassin's Creed Revelations (2011), 16. yüzyıl İstanbul'unu tanıtır; kültürel miras ve turizm iletişimi için ilginç bir alan

Açık dünya

Oyuncunun özgürce gezdiği geniş harita

Doğrusal (linear)

Oyuncuyu belirli bir rotada ilerletir

3.6 Oyunda animasyon

Film animasyonunda her hareket önceden belirlenir. Oyunda animasyon **etkileşimlidir**: oyuncunun girdisine **anında** tepki vermelidir; bu yüzden animatör çok sayıda kısa animasyon hazırlar.

Kısa, döngüsel hareketler

Idle, yürüme, koşma, zıplama, saldırma, hasar, ölme

Geçişler ve karıştırma

Hareketlerin yumuşak bağlanması; animasyon durum makinesi yönetir

Tepkisellik

12 ilkeden hazırlık gibi ilkeler kısaltılır: güzel görünmek ile hızlı hissettirmek arasında denge

Game feel, juice

Ekran sarsıntısı, toz, kıvılcım, ses, titreşim oyunu tatmin edici kılar

Oyun animasyonu: teknikler

2B

Sprite animasyonu (sprite sheet) ve iskelet animasyonu

3B

Rig ile hareket; elle animasyon ya da hareket yakalama

Prosedürel

Hareket fizik kurallarıyla hesaplanır: ragdoll, saç, kumaş

Parçacık efektleri

Duman, ateş, yağmur, patlama: atmosfer

Ara sahneler

Sinematik: önceden render edilmiş ya da motorda gerçek zamanlı; film animasyonuna yakın

Arayüz animasyonları

Menü geçişi, düğme tepkisi, puan ve ödül animasyonu: geri bildirim

Oyunda animasyon yalnızca görsellik için değil, oyuncuyla iletişim için vardır: saldırı öncesi hareket ya da parlayan nesne ne yapması gerektiğini söyler.

3.7 Oyun, iletişim ve halkla ilişkiler

Oyunlar artık yalnızca eğlence ürünü değil, bir **iletişim ortamıdır**.

Pazarlama ve iletişim

Fragman, demo, erken erişim, fuarlar (Gamescom, Tokyo Game Show), influencer iş birlikleri, Discord; wishlist sayısı ilgi göstergesi

Topluluk ve kriz

Hatalı lansman ya da tartışmalı güncelleme review bombing doğurabilir; şeffaflık, açık yama notları, düzenli diyalog

Markalar ve oyunlar

Oyun içi reklam, ürün yerleştirme, Fortnite konserleri, Roblox mekânları, e-spor sponsorluğu. Soru: gerçek uyum var mı, zorlama reklam mı?

İletişim: oyunlaştırma, ciddi oyun, etik

Oyunlaştırma

Sadakat programı, kampanya, eğitimde puan, rozet, seviye, liderlik tablosu

Ciddi oyunlar ve eğitim

Çalışan eğitimi, toplumu bilinçlendirme, bir konuyu anlatma

Etik ve sorumluluk

Çocukların korunması, yaş sınıflandırması, şiddet, bağımlılık tartışması, kişisel veri, ödül kutuları, çevrim içi taciz, zararlı topluluk davranışı

Bir oyunla çalışırken sorulacaklar

Hedef kitle kim, hangi platformda? Oyun marka mesajına neden uygun? Oyuncular nasıl karşılar? Başarı nasıl ölçülür? Riskler neler?

3.8 Bölüm 3 özeti

1. Geliştirme: konsept, ön üretim, üretim, test, yayın, yayın sonrası; tekrarlı süreç, en kritik aşama ön üretim.
2. Ekip: yapımcı, tasarımcı, programcı, sanatçı, animatör, ses, QA ve pazarlama/topluluk.
3. Sanat yönü oyunun görsel kimliğini, kimlik de markasını oluşturur.
4. Karakter: silüet, şekil dili, renk, kişilik, işlevsellik; karakterler marka varlığıdır.
5. Çevre oyuncuyu yönlendirir, atmosfer yaratır, hikâye anlatır, oynanışa hizmet eder.
6. Oyunda animasyon etkileşimlidir; tepkisellik, game feel ve geri bildirim temel amaçtır.
7. Oyunlar; pazarlama, topluluk yönetimi, oyunlaştırma ve ciddi oyun alanlarında fırsat ve risk barındırır.

3.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

Geliştirme sürecini ana aşamalarıyla anlatın. Ön üretim neden kritiktir?

Soru 2

Karakter tasarımının temel ilkelerini (silüet, şekil dili, renk, işlevsellik) tanıdığınız bir karakterle örnekleyin.

Soru 3

Oyunda animasyonun işlevlerini açıklayın. Film animasyonundan hangi yönlerden ayrılır?

Soru 4

Bir markanın oyunlar ve oyun toplulukları aracılığıyla iletişim yollarını örneklerle tartışın. Riskler nelerdir?