

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ANA BİLİM DALI

VIDEO OYUN OYNAMA DENEYİMİ, KÜLTÜRÜ VE OYUN BAĞLILIĞI

Berru PERDAHCI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2023

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ÇALIŞMALARI ANA BİLİM DALI**

VIDEO OYUN OYNAMA DENEYİMİ, KÜLTÜRÜ VE OYUN BAĞLILIĞI

Berru PERDAHCI

Danışman: Doç. Dr. Zeynep ÖZARSLAN

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Günseli BAYRAKTUTAN

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Sevda ÜNAL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2023

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu çalışma, jürimiz tarafından İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Zeynep ÖZARSLAN
(Danışman)

Üye: Prof. Dr. Günseli BAYRAKTUTAN

Üye: Doç. Dr. Sevda ÜNAL

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

.../.../2023

Prof. Dr. Serap ÇABUK
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
 - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
 - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
 - Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
 - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,
- bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. ... / ... / 2023

Berru PERDAHCI

ÖZET

VIDEO OYUN OYNAMA DENEYİMİ, KÜLTÜRÜ VE OYUN BAĞLILIĞI

Berru PERDAHCI

Yüksek Lisans Tezi, İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Zeynep ÖZARSLAN

Aralık 2023, 134 sayfa

Video oyun bağıllığı; oyuncunun oyun oynama sürecinde kurulan temas, deneyimler ve bağ sürecini bir bütün olarak tanımlamaktadır. Literatürde araştırmaların çoğunluğunun oyun bağımlılığına odaklanarak oyuncuları oyuna bağlayan oyun içi, dışı ve deneyimlerle ilgili unsurları geri planda bıraktığı gözlemlenmiştir. Bu araştırmada oyuncu deneyimlerinden yola çıkarak oyun bağıllığında etkisi olabilecek unsurların belirlenerek medya psikolojisi çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılarak elde edilen nitel veriler içerik analizi ile nicel veriler ise ki-kare ve çapraz tablolar ile analiz edilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye’de video oyun oynayan bütün bireyler oluştururken; örneklem için küme tipi örnekleme yöntemi kullanılarak evreni yansıttığı düşünülen video oyun oynayan gruplar seçilmiştir. Seçilen gruplara araştırmacı tarafından uzman görüşleri alınarak hazırlanan anket, çevrimiçi ortamda iletilmiştir. Araştırmaya katılan 506 kişiden 423’ü video oyun oynadığını belirttiği için 423 oyuncunun verisi analiz edilmiştir.

Araştırmada oyuncuların oyunda en sık heyecan, mutluluk ve hırs duygusunu deneyimlediği; en çok mutluluk, heyecan ve başarı duygusunu tatmin ettiği bulunmuştur. Aynı zamanda oyun dışı (yayıncılar, iletişim amaçlı platformlar, medya içerikleri, etkinlik ve turnavalar), oyun içi (kostüm ve itemler, görsel ve işitsel unsurlar, hikaye ve kurgusal evren, oyunun tasarımı) ve psikolojik (olumlu, olumsuz deneyimler, tatmin edilen duygular, oyunun ücretsiz ve popüler olması) unsurların oyun bağıllığı ile ilişkisi olduğu bulunmuştur. Bu araştırmanın oyuncu deneyimi ve oyuna bağlanma sürecini iletişim faktörleri ile birlikte bütünsel bir bakışla incelemesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Video oyun, oyun bağıllığı, medya psikolojisi, oyuncu deneyimi,

ABSTRACT**VIDEO GAMING EXPERIENCE, CULTURE AND GAME ENGAGEMENT****Berru PERDAHCI****Master Thesis, Department of Communication Studies****Supervisor: Assoc. Prof. Zeynep ÖZARSLAN****December 2023, 134 pages**

Video game engagement is defined as the overall connection, experiences, and bonding process established by a player's gaming process. It has been observed in the literature that most research predominantly focuses on game addiction, thus overlooking factors related to in-game, out-of-game, and experiential factors that engage players to games. This study aims to identify factors that may influence game engagement based on player experiences and examine them within the framework of media psychology.

The research analysed qualitative data obtained through the survey method using content analysis. The data were then analysed using the chi-square and cross frames. The study's population included all individuals playing video games in Turkey, and cluster sampling was used to select groups of video game players believed to be representative of the population. Surveys prepared by the researcher, with input from experts, were distributed online to the selected groups. Data from 423 players were analyzed out of the 506 participants who reported playing video games.

The research found that players most commonly experience excitement, happiness, and competitiveness in games; most satisfy happiness, excitement, and a sense of achievement. Additionally, it was found that out-of-game (streamers, platforms, media content, events), in-game (costume and items, visual and auditory components, game story and design) and psychological factors (experiences, emotions) were related to engagement. This comprehensive approach to player experience and bonding, along with communication factors, is expected to enrich the existing literature.

Keywords: Video game, game engagement, media psychology, player experience

ÖN SÖZ

Tez yazım sürecimde araştırma konumu belirlerken oyunlarla ilgili yapılan çalışmalarda oyuncuların perspektifinden oluşan çalışmaların az olması ve yapılan çalışmaların çok yakından tanıdığım oyuncu topluluğunu yansıtmaması beni bu konuda çalışma yapma konusunda teşvik etti. Oyuncuların tümünü bağımlı olarak ele alan çalışmaların oyuncuları oyun oynamaya iten başka oyun içi, dışı ve psikolojik faktörleri görmezden geldiğini düşündüm. Bu düşünceden yola çıkarak hazırladığım araştırmamda tezi yazma sürecimin başında oyun bağımlılığı konusunda farklı bir perspektifi benimseyen araştırmacıların olup olmaması konusunda tereddütler yaşadım. Ancak literatür taramalarım sonucunda oyunları tek bir boyutta incelemeyerek farklı görüşlerle bu konuyu inceleyen birçok araştırmacı ve araştırma ile karşılaştım. Bu anlamda tezimin kuramsal kısmının bir psikolog olarak mesleğimde de beni dönüştürdüğünü düşünüyorum.

Yüksek lisans eğitimimde ve tez hazırlama sürecimde; mesleki ve akademik gelişimime hem profesyonel hem de samimiyetle destek veren, bilgi birikimi ile araştırmama farklı yönleriyle de bakabilmemi sağlayarak her koşulda yanımda olan ve ufkumu genişleten tez danışmanım kıymetli Doç. Dr. Zeynep Özarslan'a bana sabırla yol gösterdiği için teşekkürlerimi sunarım. Tezimin anketini oluşturma ve hazırlık sürecinde uzman görüşleri ile anketimin oluşturulmasında destek olan kıymetli Ar. Gör. Aylin Berna Zamandar Başoğlu'na ve Dr. Öğr. Üyesi Sinan Aşçı'ya teşekkürlerimi sunarım. Eğitim öğretim hayatım boyunca sundukları katkılar ve bugüne gelmemde büyük payları olan bütün kıymetli eğitimcilere teşekkürlerimi sunarım. Hayatımın her anında ve kararlarımda yanımda olan, beni motive eden canım anneme ve babama da tez hazırlama sürecimde bana olan maddi ve manevi destekleri için teşekkürü bir borç bilirim. Son olarak destekleri ve sevgileri için öncelikle en yakın arkadaşım Derin'e ve diğer bütün arkadaşlarıma bu zorlu süreçte yanımda oldukları için teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	x
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
EKLER LİSTESİ	xiv

BÖLÜM I GİRİŞ

1.1. Problemin tanımı ve araştırmanın amacı.....	1
1.2. Araştırmanın önemi	2
1.3. Sınırlılıklar.....	3
1.4. Tanımlar	4

BÖLÜM II KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Oyun tanımları ve kavramlar	6
2.1.1. Video oyun tarihçesi ve türleri	17
2.1.2. Video oyun ve platform endüstrisi	25
2.2. Medya psikolojisi ve oyun teorileri	29
2.2.1. Medya psikolojisi	30
2.2.1.1. Medya psikolojisi teorileri.....	32
2.2.2. Disiplinlerarası oyun teorileri.....	35
2.2.3. Öz belirleme teorisi	44
2.2.3.1. Öz Belirleme teorisi çerçevesinde video oyunlar	49
2.3. Oyun bağımlılığı ve tartışmaları.....	54
2.4. Oyun bağıllığı ve tartışmaları	62

BÖLÜM III YÖNTEM

3.1. Araştırma Deseni	65
3.2. Evren ve Örneklem.....	66
3.3. Veri Toplama Süreci.....	67
3.4. Veri Toplama Araçları.....	69
3.5. Araştırmanın Hipotezleri ve Araştırma Modeli.....	70
3.6. Verilerin Analizi	71

BÖLÜM IV BULGULAR

4.1. Katılımcıların demografik ve oyun deneyimi ile ilgili genel bilgileri.....	73
4.2. Nitel verilerin bulguları	80
4.3. Nicel verilerin bulguları	83
4.3.1. Anketin faktör ve güvenirlik analizi	83
4.3.2. Oyun dışı unsurlarla ilgili bulgular	86
4.3.3. Oyun içi unsurlarla ilgili bulgular	90
4.3.4. Psikolojik unsurlarla ilgili bulgular	92
4.3.5. Çapraz tablo ve ki-kare analizleri.....	94

BÖLÜM V TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Nitel verilerin bulgularının değerlendirilmesi	99
5.2. Nicel bulguların değerlendirilmesi	100

BÖLÜM VI SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç	104
6.2. Öneriler.....	110
KAYNAKÇA.....	113

EKLER	124
Ek.1. Oyun Bağılılığı Anketi.....	124
EK.2. Literatür Taramasında İncelenen Tezlerin Kaynakçası.....	132
ÖZGEÇMİŞ	134

KISALTMALAR

APA	: American Psychiatry Association (Amerikan Psikiyatri Birliği)
DSM	: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı)
FPS	: First Person Shooter (Birinci şahıs nişancı)
ICD	: International Classification of Disease (Uluslararası Hastalık Sınıflandırması)
MMO	: Massively Multiplayer Online (Devasa çok oyunculu çevrimiçi)
PENS	: The Player Experience of Need Satisfaction (Oyuncu ihtiyaçlarının tatmini deneyimi)
RPG	: Role-play games (Rol yapma oyunları)
SDT	: Self-determination theory (Öz Belirleme teorisi)
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)



TABLOLAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1. Oyun Tanımlamaları	12
Tablo 2. Literatürdeki Farklı Oyun Kavram ve Tanımları	16
Tablo 3. Medya Psikolojisi Teorileri	33
Tablo 4. Tez Yayın Yılı ve Sayısı.....	36
Tablo 5. Tez Yayın Dili ve Sayısı.....	37
Tablo 6. Lisans Derecesi ve Tez Sayısı	37
Tablo 7. Veri Toplama Yöntemi ve Tez Sayısı	37
Tablo 8. Tezlerdeki Kavramsal Çerçeve.....	38
Tablo 9. Tezlerde Kullanılan Teoriler	39
Tablo 10. Oyun Bağlılığı ile İlgili Teoriler.....	41
Tablo 11. Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Oyun Türleri.....	50
Tablo 12. Discord Sunucuları	68
Tablo 13. Facebook Grupları	68
Tablo 14. Telegram Grupları ve Twitch Yayını	69
Tablo 15. Anketin İçeriği ve Yararlanılan Ölçekler	69
Tablo 16. 5’li Likert Soruların Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Verileri.....	84
Tablo 17. Diğer Soruların Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Verileri.....	84
Tablo 18. 5’li Likert Soruların Varyans Değerleri.....	85
Tablo 19. Diğer Soruların Varyans Değerleri	85

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Oyun ve oynama ilişkisi.....	10
Şekil 2. Mehen.....	13
Şekil 3. Spacewar! oyunu	19
Şekil 4. Tennis for Two oyunu afişi	19
Şekil 5. Nimatron makinesi	19
Şekil 6. M.U.L.E oyunu başlangıç ekranı görüntüsü	20
Şekil 7. Dungeons & Dragons oyun afişi	20
Şekil 8. Sonic The Hedgehog oyun afişi	20
Şekil 9. Fornite oyun afişi	21
Şekil 10. Steam platformu logosu	21
Şekil 11. The Last of Us Part II oyun afişi	22
Şekil 12. Riot Games şirketi resmi Twitch kanalı.....	27
Şekil 13. Discord platformunda öne çıkan resmi oyun toplulukları.....	28
Şekil 14. Öz belirleme teorisi ve beş mini teori	45
Şekil 15. Valorant oyun içi ekran görüntüsü.....	51
Şekil 16. Araştırma modeli.....	71
Şekil 17. Oyuncuların yaşı	73
Şekil 18. Oyuncuların cinsiyeti	74
Şekil 19. Oyunlardan elde edilen bir gelir bilgisi.....	75
Şekil 20. Oyuncuların kendilerini tanımlamaları	75
Şekil 21. Oyuncuların oynadıkları oyun türleri.....	76
Şekil 22. Oyuncuların yayıncı takip etme oranları.....	77
Şekil 23. Haftada izlenen yayın saati süreleri	78
Şekil 24. Yayıncıyla etkileşim.....	78
Şekil 25. Etkinlik ve turnuva izleme oranları.....	79
Şekil 26. Etkinlik ve turnuva canlı katılım oranları	79
Şekil 27. Oyuncuların kostüm ve item satın alma oranları	80
Şekil 28. Oyuncuların oyunda deneyimledikleri duyguların frekans tablosu	81
Şekil 29. Oyunda en sık deneyimlenen duyguların kelime bulutu görseli.....	81
Şekil 30. Oyuncuların oyunda en çok tatmin ettiği duygunun frekans tablosu	82
Şekil 31. Oyunda en çok tatmin edilen duyguların kelime bulutu görseli	83

Şekil 32. Oyunda kullanılan iletişim amaçlı platform ve oyuna bağlılık ilişkisi.....	86
Şekil 33. Oyunu oynama amacıyla kullanılan platform ve oyuna bağlılık ilişkisi	87
Şekil 34. Video oyun yayıncıları ve oyun bağlılığı ilişkisi.....	87
Şekil 35. En sık takip edilen yayıncıyla olan etkileşim ve oyun bağlılığı ilişkisi.....	88
Şekil 36. Etkinlik ve turnuvalara çevrimiçi katılım ve oyun bağlılığı ilişkisi	89
Şekil 37. Etkinlik ve turnuvalara canlı katılım ve oyun bağlılığı ilişkisi	89
Şekil 38. Oynanan oyunla ilgili üretilen medya içerikleri ve oyun bağlılığı ilişkisi.....	90
Şekil 39. Oyun içi unsurlar ve oyun bağlılığı derecelerinin ilişkisi	91
Şekil 40. Oyunun birlikte oynandığı kişiler ve oyun bağlılığı derecelerinin ilişkisi	92
Şekil 41. Deneyimlenen/tatmin edilen duygular ve oyun bağlılığı ilişkisi.....	93
Şekil 42. Psikolojik unsurlar ve oyun bağlılığı ilişkisi	94
Şekil 43. Oyuncuların oyundan elde ettiği gelir ve başarı/yeterlilik deneyimi	95
Şekil 44. Takip edilen yayıncılar ve yayın izleme saatleri ilişkisi	97
Şekil 45. Yayıncı ile olan karşılıklı etkileşim ve yayın izleme süreleri	97
Şekil 46. Oyun bağlılığını etkileyen oyun içi, dışı ve psikolojik faktörler.....	108
Şekil 47. Psikolojik temel ihtiyaçların video oyunlarda deneyimi	109
Şekil 48. Oyun türlerine göre oyuna bağlayıcı unsurlar.....	110

EKLER LİSTESİ

	Sayfa
Ek.1. Oyun Bağlılığı Anketi.....	124
EK.2. Literatür Taramasında İncelenen Tezlerin Kaynakçası.....	132



BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problemin tanımı ve araştırmanın amacı

Bilimsel çalışmalarda farklı disiplinler, farklı oyun tanımları kullanmaktadır, bu durum oyun tanımları üzerinde uzlaşma olmaması ile sonuçlanabilmektedir. Juul (2003) bu problemten yola çıkarak farklı araştırmacılarının oyun tanımlamalarındaki önemli bileşenleri bir araya getirerek kapsamlı bir oyun tanımı geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda oyun "Değişken ve ölçülebilir ve bir sonucu olan, farklı sonuçlara farklı değerlerin atandığı, oyuncunun sonucu etkilemek için çaba sarf ettiği, oyuncunun sonuca bağlı hissettiği ve faaliyetin sonuçlarının isteğe bağlı ancak kurala dayalı olduğu bir sistem" (Juul, 2003, s.5) olarak tanımlanmıştır. Oyun araştırmalarında her disiplin kendi alanları çerçevesinde oyunları incelemekte ve bu perspektiften oyunlarla ilgili yeni araştırma alanları geliştirmektedir. Medya psikolojisi ise iletişim ve psikoloji kuramlarını bir araya getirerek disiplinlerarası bir yaklaşım sunmakta ve oyuncu deneyimi araştırmalarını bu disiplinlerarası kesişimden yola çıkarak incelemektedir.

Literatürdeki oyuncu deneyimi araştırmaları incelendiğinde ise oyun oynama davranışının etkileri ile ilgili iki farklı yaklaşım olduğu gözlemlenmiştir. Bunlardan ilki; oyunların bağımlılık yapabilecek, günlük yaşamı etkileyebilecek bir davranış bozukluğuna sebep olabilecek olumsuz etkilerine odaklanan ve inceleyen araştırmalardır. Diğer yaklaşım ise farklı alanlardan araştırmacıların bir araya gelerek konu ile ilgili birtakım eksiklikleri dile getiren oyuncuların bağımlı veya problemlili bir davranışa sahip olup olmadığı ile ilgili verilerin tanı koyulması için henüz erken olduğunu öne süren, oyun bağımlılığını tartışan ve eleştiren araştırmalardır. Amerikan Psikiyatri Birliği (APA) internet oyun bozukluğunu ve tanı kriterlerini henüz kabul etmeyerek araştırmacılara bu alanda daha fazla çalışma yapılması yönünde öneride bulunmuştur (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013). Bu öneriden yola çıkarak Türkiye’de oyun bağımlılığı alan yazınındaki araştırmalar incelendiğinde genellikle oyunculara alan yazında kabul gören ölçeklerin uygulandığı ve bu ölçeklere göre de söz konusu oyuncuların oyun bağımlısı olup olmamalarına göre yüzeysel bir şekilde sınıflandırıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, oyuncuları oyun bağımlısı olarak değerlendiren ve çoğunlukla güncel olmayan ölçeklerle tanı kriterlerini belirlemeye

alışan araştırmalar, oyuncuların tümünü “bağımlı/bağımlı değil” olarak etiketleme riskini de beraberinde getirmektedir.

Oyuncuları bağımlı/bağımlı değil olarak kategorize eden araştırmaların; oyuncuları oyuna bağlayan oyun dışı ve içi unsurlar ve oyunun sağladığı duygusal tatminler gibi psikolojik unsurlara odaklanmadığı gözlemlenmektedir. Aarseth ve arkadaşları (2017) Amerikan Psikiyatri Birliği’nin daha fazla çalışma yapılmasını önerdiği oyun bağımlılığı tanı kriterlerinin bir kesim araştırmacı tarafından tartışmaya kapalı olarak kabul edilmesinin, oyun oynama davranışı ve bağımlılığı için teori geliştirme çalışmalarına daha az önem vermesine neden olduğunu vurgulamaktadır (s.269). Bu çerçeveden yola çıkarak, bu araştırmada oyuncuların tamamını bağımlı olarak etiketleyen görüşün aksine, oyun oynama deneyiminde oyuncuları oyuna bağladığı düşünülen oyun içi ve oyun dışı psikolojik unsurların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Video oyun bağlılığını etkileyen oyun dışı, oyun içi ve psikolojik unsurlar var mıdır?
2. Video oyun bağlılığını etkileyen psikolojik unsurların oyun içi ve oyun dışı unsurlarla ilişkisi var mıdır?

Elde edilen veriler doğrultusunda oyuncuların oyuna bağımlı olmasının öncesinde oyuna bağlılığın gerçekleştiği ve bu bağlılığa neden olabilecek oyun içi, dışı ve psikolojik unsurların belirlenerek bir şema haline getirilmesi amaçlanmaktadır.

1.2. Araştırmanın nemi

Bu araştırma oyuncuların oyun oynama deneyiminde oyuncuları oyuna bağladığı düşünülen oyun içi (kostüm, tasarım, görsel, işitsel özellikler, itemler¹), oyun dışı (platformlar, etkinlikler, turnuvalar) ve psikolojik unsurlar gibi birçok farklı faktörü bir araya getirerek çok faktörlü bir bakışla, oyun bağlılığı üzerine bir model geliştirmesi açısından önem taşımaktadır. Oyun bağlılığı; oyuncunun oyun oynama sürecinde deneyimlediği psikolojik, bilişsel ve davranışsal tepkiler ile oyun oynama deneyimi sırasında ve sonrasında oyunla kurulan temas ve bağ sürecini bir bütün olarak

¹ İtemler, oyuncuların oyun içerisinde satın aldığı işlevsel/yardımcı aksesuarlar ve dekoratif/etkileyici aksesuarlar olarak tanımlanmaktadır (Wang ve ark. , 2021, s.4).

tanımlamaktadır. Bu bağlamda, oyuncuyu oyuna bağladığı düşünülen faktörlerin belirlenmesinin, alanla ilgili yeni sorular sorulmasına ve yeni araştırmalar tasarlanmasına olanak vereceğine ve böylece gelecekteki araştırmalarla literatüre katkı sağlama potansiyeli taşıdığına inanılmaktadır. Ulusal Tez Merkezi verilerine göre, bu araştırmanın temellendiği medya psikolojisi alanında iki, oyun bağıllığı konusunda ise bir tez çalışması olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bu tez çalışmasının, iletişim bilimleri ve psikolojinin kesişimi olan medya psikolojisine ve de yeni medya literatürüne katkı sağlama potansiyeli taşıdığına inanılmaktadır. Ayrıca, video oyunlarının medya psikolojisi bağlamında incelenmesinin, gelecekteki oyun araştırmalarında oyunlarda psikoloji ve iletişimi birlikte inceleyen yeni araştırma alanlarının açılmasına olanak verme potansiyeline sahip olduğu da düşünülmektedir.

1.3. Sınırlılıklar

Araştırmadaki sınırlılıklardan ilki, çalışmanın çevrimiçi video oyunları inceleme alanı olarak ele alması nedeniyle, araştırma konusunun doğasına uygun olarak araştırmada çevrimiçi anket yönteminin tercih edilmesidir. Araştırmacı çevrimiçi anket uygulamasında yaşanabilecek olası riskleri (Mert, 2014; Poynter, 2012) göz önünde bulundurarak küme tipi örnekleme yöntemine göre belirlenen örnekleme, açık uçlu soruları da içeren çevrimiçi anket uygulamıştır. Tüm çevrimiçi anketlerin uygulama aşamasında olduğu gibi, bu araştırmada da araştırmacının anketi yanıtlayanları gözlemlene olanağı olmamıştır. Bu bağlamda, bu araştırma, çevrimiçi anket uygulamasında karşılaşılabilecek riskleri ve sınırlılıkları içermektedir.

Bu araştırmanın ikinci sınırlılığı ise çevrimiçi mobil oyunların araştırma kapsamına dahil edilmemesidir. Her ne kadar dijital oyunlar; bilgisayar oyunu, atari, konsol ve mobil oyunlar gibi tüm oyun kategorilerini içerisine alan bir çatıyı oluştursa da (Binark ve Bayraktutan-Sütçü, 2008, s.43) bu araştırmada dijital oyunların bir alt kategorisi olan çevrimiçi video oyunlar, araştırma nesnesi olarak belirlenmiştir. Zira, mobil oyunlar kullanım alanı, oynanış şekli, oyun tasarımı, konsolu gibi birçok teknik özellikle bilgisayar oyunlarından farklılaşmaktadır (Galehantomo, 2015, s.23) Bu teknik farklılıkları sebebiyle, mobil oyunlardaki oyun bağıllığı ve motivasyonlarının, bilgisayar oyunlarındakilerden farklı olabileceği ihtimali düşünülerek, mobil oyun platformları araştırmaya dahil edilmemiştir.

Araştırmadaki bir başka sınırlılık ise literatürdeki oyun bağımlılığı ve oyun bağıllığı araştırmalarındaki örneklem farklılığı ve büyüklüğünden kaynaklanmaktadır. Amerikan Psikayri Birliğinin (APA) belirlediği oyun bağımlılığı tanı kriterlerinin yaygınlığını inceleyen Przybylski, Weinstein & Murayama (2017) 18 bin örneklemli çalışmalarında; her dört katılımcıdan üçünün oyun bağımlılığı tanı kriterlerini karşılamadığını ortaya koymuşlardır (s.5). Bu açıdan patolojik davranış, duygu bozukluklarının eşlik ettiği oyun bağımlılığı tanı kriterlerine sahip oyuncuların yaygınlığının düşük olduğu söylenebilmektedir. Buna göre, literatürdeki araştırmalar göz önünde bulundurularak, oyun bağımlılığı tanı kriterlerini karşılayan veya oyun oynama davranışını sonucunda ciddi psikolojik semptomlar yaşayan bireylerin araştırma evrenini yansıtmayacağı düşünülmüş ve oyun bağıllığını odağa alan bu araştırmada örneklem büyüklüğü ve örneklemin niteliği araştırma konusunun ve araştırmacının sınırlılıklarına göre belirlenmiştir.

1.4. Tanımlar

Bu araştırmanın temel kuramsal çerçevesini öz belirleme teorisi (Self-determination theory/SDT) oluşturmaktadır. Öz belirleme teorisi çerçevesinde video oyunlar ve oyun bağıllığı incelenmiştir. Aynı zamanda video oyunların öz belirleme teorisi çerçevesinde incelendiği oyuncu ihtiyaçları tatmini deneyimi (The player experience of need satisfaction/PENS) modeli de araştırmanın bir diğer kuramsal çerçevesini oluşturmaktadır.

Öz belirleme teorisi: Öz belirleme teorisi motivasyonunun içsel doğasını, ihtiyaçlarını belirleme ve anlama amacıyla geliştirilen bir motivasyon kuramıdır (Deci ve Ryan ,1985, s.9). Öz belirleme teorisi, bir eylemin veya seçimin içsel motivasyonla gerçekleştirebilmesi için gerekli olan o eylemin veya seçimin ödül, takdir, para kazanmak vb. dışsal karşılığı olmadan gerçekleştiriliyor olması gerektiğini öne sürmektedir. İnsanın doğası gereği ihtiyaç duyduğu özerklik, ilişkili ve başarılı olma ihtiyaçlarının tatmin edilmesinin eylem ve seçimlerin devamlılığında etkili olduğu savunulmaktadır.

Oyuncu ihtiyaçları tatmini deneyimi modeli: Rigby ve Ryan (2011) tarafından geliştirilen bu model, öz belirleme teorisine dayanmaktadır. Modelin amacı, oyunlarda

oyuncuları oyun oynamaya motive eden ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlarının tatminini belirlemektir. Oyuncu ihtiyaçları tatmini deneyimi modeline göre, oyunların oyunculara sunmuş olduğu bir takım özellikler oyuncuların özerk hissetme, sosyalleşme ve başarılı olma duygusu gibi ihtiyaçlarını tatmin etmektedir. Video oyunlardaki kostümler, açık dünya özelliği, tasarımın oyuncuya bırakılması özerklik ihtiyacını tatmin ederken; oyun içerisindeki derecelendirme, oyunun başarıya göre kademeli ilerlemesi ve rütbelendirmeler oyunlarda başarılı olma ihtiyacını tatmin etmektedir. Oyuncuların oyun içerisinde topluluklar oluşturması, sohbet kanalları gibi imkanlar da oyuncuların sosyalleşme ihtiyacını tatmin etmektedir. Bu modele göre, oyuncular oyun içerisinde ihtiyaçlarını tatmin edebildiği sürece oyuna bağlı hale gelmektedir. Araştırmanın kavramsal çerçevesinde öncelikle farklı oyun tanımlarına yer verilmiştir. Literatürdeki oyun tanımlarına ek olarak, oyunların tanımlanmasına karşı çıkan yaklaşımlara da değinilmiştir. Ayrıca, farklı disiplinlerden araştırmacılarının oyun tanımlamalarını bir araya getirerek, kapsamlı bir oyun tanımı ortaya koyan araştırmacının (Juul, 2003) tanımı temel alınmıştır. Oyun tanımlarına ek olarak, medya psikolojisi, oyun bağılılığı ve oyun bağımlılığı kavramları da incelenmiştir.

Oyun: “Değişken ve ölçülebilir ve bir sonucu olan, farklı sonuçlara farklı değerlerin atandığı, oyuncunun sonucu etkilemek için çaba sarf ettiği, oyuncunun sonuca bağlı hissettiği ve faaliyetin sonuçlarının isteğe bağlı ancak kuralla dayalı olduğu bir sistem (Juul, 2003, s.5)” olarak tanımlanmaktadır.

Medya psikolojisi: “Medya ve insan ilişkisini açıklamayı hedefleyen bir alan olarak medya kullanımı ve yaratımında deneyimlenen insan davranış, düşünce ve duygularını inceleyen bir çalışma alanı” (Dill, 2013, s.5) olarak tanımlanmaktadır.

Oyun bağılılığı: Daha geniş bir deneyimler, ilişkiler ve davranışlar kümesi içinde zorunlu olarak iç içe geçmiş tek bir faaliyet türüdür (Przybylski, Rigby & Ryan, 2010, s.164).

Oyun bağımlılığı: “Oyun bağımlılığı, sosyal ve duygusal açıdan kişinin yaşamında sorunlara sebep olmasına rağmen oyun oynama davranışının aşırı, tekrarlayıcı ve kontrol edilemez şekilde sürdürülmesi” (Lemmens ve arkadaşları, 2009) olarak tanımlanmaktadır.

BÖLÜM II

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Oyun tanımları ve kavramlar

Oyun deneyimi ve bağlılığının incelendiği bu araştırmada; kuramsal çerçevenin oluşturulmasında ilk olarak literatürdeki oyun kuramlarına, tanımlarına ve kavramlara yer verilmiştir. Oyunun farklı disiplinlerdeki araştırmacılar tarafından nasıl tanımlandığının ve bu tanımlamalar arasındaki farklılıkların incelenmesinin ve bunların nedenlerinin tartışılmasının oyun araştırmalarındaki farklı yaklaşımları ortaya koymak açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu amaçla, çalışmanın bu bölümünde öncelikle oyun literatüründeki farklı disiplinlerin oyunu nasıl tanımladığı ortaya konmakta ve buna bağlı olarak oyuna ilişkin farklı kuramsal yaklaşımlar incelenmektedir. Ayrıca, “dijital oyun, “çevrimiçi oyun” ve “video oyun” olarak kullanılan kavramlara ve ulusal ve uluslararası literatürde hangi kavramın, hangi amaçla, neden tercih edildiğine dair kavramsal çerçeve de sunulmaktadır. Oyun tanımları, literatürü ve kavramsal çerçevesi oluşturulduktan sonra video oyunların tarihçesi ve türlerine, ulusal ve uluslararası oyun raporlarına alt başlıklar halinde yer verilmektedir. Oyunlar tarihsel gelişim süreci içerisinde oyunun kuralları, oyun oynama amacıyla kullanılan araçlar, oynanış, ve oyunun o toplumdaki anlamı gibi konular da her kültür ve döneme göre farklılık göstermektedir. Oyun tanımları ve kuramları bu bağlamda farklılıklar içerse de günümüz oyunlarının anlaşılmasında oyun kültürü, oyun tanımları ve kuramları önem taşımaktadır.

Huizinga (1995) oyunu sadece biyolojik ve psikolojik olmanın ötesinde kültürü de içinde bulunduran, hayatın her alanına nüfuz etmiş, bütünsel bir eylem olarak incelemektedir. Bu bakış açısına göre oyun sadece oynanılan zaman aralığında kısıtlı kalan bir eylemden öte hemen her yerde var olan ve varlığını sürdüren bir eylemi ifade etmektedir. İnsanı “Homo Ludens” yani “Oyun Oynayan Tür” olarak tanımlayan Huizinga’nın bakış açısıyla düşünüldüğünde insanların hayatlarının her alanında faaliyete geçmesini teşvik eden şeyin oyun ve oyunlaştırma mantığı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Günümüzde oyunlaştırma (gamification), transmedya, katılımcı kültür ve oyunlarda sıkça kullanılan olumlu/olumsuz pekiştireçler (oyun içerisinde ödüller, derecelendirme sistemleri) bunun örneklerini oluşturmaktadır. Aynı zamanda Huizinga

(1995) kendine özgü dinamikleri açısından oyunu “... özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizatihi bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile ‘alışılmış hayat’tan ‘başka türlü olmak’ bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyet (s.50)” olarak tanımlamaktadır. Bu tanım günümüz video oyunlarına uyarlandığında, oyunun zorlama olmadan yapılan bir faaliyet olduğu, oyuncuların oyun içerisinde karakter yaratarak ve başka evrenlerde olduklarını düşünerek oyun oynadığı ve “başka türlü olma” bilincinin dijital bir ortamda deneyimlendiği görülmektedir.

Oyunun tanımına ek olarak Huizinga oyunların işlevlerine de değinmektedir. Bu açıdan oyunlar fazla enerjiyi dışarı atmak, dinlenmek, hayata hazır hale gelmek, toplum içerisinde uygun olmadığı düşünülen eylemleri oyun içerisinde gerçekleştirerek içgüdüleri doyurmak, üstünlük kazanmak ve bu üstünlüğü göstermek amacıyla toplumun diğer üyeleri ile rekabet içerisine girmek gibi bir takım işlevlere sahiptir (Huizinga, 1995; akt. Oskay, 2017, s.198). Oyunu sosyolojik bir yaklaşımla inceleyen Roger Caillois (2001) *Man Play And Games* kitabında Huizinga (1995)’nın oyun tanımlasında göz ardı edildiğini düşündüğü, oyundan elde edilen maddi çıkarların ve fiziksel oyunların (bulmaca, uçurtma uçurmak vb.) varlığına değinmektedir. Bu açıdan Caillois oyunları kültürel bağlamından farklı olarak altı özelliği açısından inceleyip tanımlamaktadır. Bu altı özellik şunlardır:

1. Özgürlük: Oyun oynama zorunlu bir faaliyet değildir, zorunlu olması oyunun çekici ve neşeli olma niteliğine aykırıdır.
2. Ayrı olma: Oyun önceden belirlenmiş yer ve zaman sınırları içinde sabitlenmiştir.
3. Belirsizlik: Oyun gidişatı öngörülmez ve oyun sonuçları oyuncunun insiyatifindedir.
4. Verimsizlik: Mülk alışverişi durumu dışında, yeni bir şey yaratma veya sahip olma açısından oyun başlangıcı ve sonucunda oyuncunun durumu sabittir.
5. Kurallar: Oyun kendisinin belirlediği kurallar çerçevesinde ilerler.
6. -miş gibi olma: Oyun getirdiği özgürlükle beraber, gerçek hayata karşı ikinci bir gerçek veya gerçekdışı kişiliği üretir. (Caillois, 2001, s.9-10,)

Oyunların bu altı temel özelliği Huizinga'nın (1995) oyun tanımlamasındaki özgürlük, kurallar, ayrı olma ve başka türlü olma bilinci açısından benzer bir tanımlama iken verimsiz ve belirsiz olma özellikleri açısından farklılaşmaktadır. Oyunların verimsiz olma özelliği, oyunların bir sanat ve meslekten farklı olarak üretimle, bir mala sahip olma gibi bir sonucun elde edilme zorunluluğunun olmamasıdır (Caillois, 2001, s.5). Bu özelliğin bir bakıma oyunlardaki içsel motivasyon ve özgür olma durumunda etkili olduğu düşünülmektedir. Caillois bu tanımlamalara ek olarak oyunun özgür ve gönüllü bir etkinlik, neşe ve eğlence kaynağı olarak tanımlanmasının önemini vurgulamaktadır (s.6).

Oyuna felsefi bir yaklaşımla bakan Bernard H. Suits (1978) *The Grasshopper: Games, Life and Utopia* kitabında bir çekirgenin hikayesi üzerinden oyunun hakim olduğu toplumsal bir ütopyayı anlatmaktadır. Suits'e göre oyun "...yalnızca kuralların izin verdiği araçları kullanarak, kuralların daha az etkili araçlar yerine daha etkili yolları yasakladığı ve bu tür kuralların sırf böyle bir etkinliği mümkün kıldıkları için kabul edildiği durumlarda, belirli bir durumu meydana getirmeye yönelik faaliyetlerde bulunmak" olarak tanımlamaktadır (s.34). Bu tanımlama diğer iki kuramcının oyun ve oyun oynamaya baktıkları çerçeveden farklılaşmaktadır. Suits kültür, insan ve oyun ilişkisi üzerinde daha az durarak oyunu ve oyun oynamayı daha geniş bir boyutta felsefi açıdan incelemektedir. Suits'in kitabında aslında anlatılmak istenen oyunlaşmış bir ütopya ve oyunla toplum arasındaki ilişkidir (Mitchell, 2020). Suits bir oyun teorisi ve tanımlamasından çok oyun araştırmalarında oyunun toplumla ilişkisi üzerine önemli felsefi bir bakış açısı sunmaktadır.

Elliott M. Avedon ve Brian Sutton-Smith (1981) ise *The Study of Games* kitabında oyunu "... en temel düzeyde, dengesiz bir sonuç üretmek için bir prosedür ve kurallarla sınırlandırılmış, güçler arasında bir karşıtlığın olduğu, gönüllü kontrol sistemlerinin bir uygulaması" olarak tanımlamaktadırlar. Kitapta, oyunların tarihçesi, iş ve endüstri boyutu ve de eğitim ile askeri alanlar gibi farklı amaçlar için, oyunların nasıl kullanıldığını anlatan farklı disiplinlerden araştırmacıların yazdığı bölümler vardır. Bu açıdan Avedon ve Sutton-Smith, bir oyun teorisi inşaa etmek ve oyunu tanımlamaktan çok Suits (1978) gibi oyunlarla ilgili başka bir alana odaklanmaktadır.

Bilgisayar oyun tasarımcısı Chris Crawford (2000) ise *The Art of Computer Game Design* kitabında oyunu ve oyun tasarımını anlamak için öncelikle oyun kavramı ile ne ifade edildiğinin belirlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu amaçla kitabının birinci bölümünde Crawford oyunları dört ortak temel özelliği olan temsil, etkileşim,

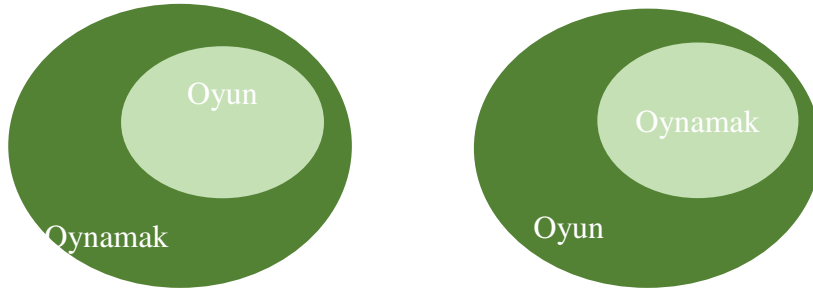
çatışma ve güvenlik açısından incelemiştir. Bu özelliklerden ilki olan temsil; oyuncuyu oyuna bağlayan önemli bir faktör olarak oyuncunun kendisinin yaratmış olduğu öznel ve kasıtlı bir gerçekliği yani hayal dünyasını ifade etmektedir. Crawford'a göre oyuncuyu oyuna bağlayan ve psikolojik olarak oyunu gerçekmiş gibi hissettiren özellik temsildir. Oyuncu oyunda kendine göre yeni bir gerçeklik yaratarak gerektiğinde asıl gerçek ve nesnel doğruluğu, kendisinin yarattığı bu hayali ve yeni gerçekliği desteklemek için kullanmaktadır. Bu özellik Huizinga'nın (1995) oyunlarda başka türlü olma bilinci ve Caillouis'in -miş gibi olma özellikleri ile örtüşmektedir.

Crawford (2000)'a göre etkileşim özelliği oyunun sosyal ve kişilerarası bir özellik kazanarak oyunun zorluğunun teknik özelliklerine ek olarak kişilerarası bir alana taşınması açısından önemli bir unsurdur. Üçüncü özellik olarak çatışma ise oyundaki etkileşim sonucunda doğal olarak gelişmekte ama oyuncunun hedefe kolayca ulaşmasını zorlaştırmakta ve engellemektedir. Crawford "Çatışma, tüm oyunların içsel bir unsurudur. Doğrudan veya dolaylı, şiddet içeren veya şiddet içermeyen olabilir, ancak her oyunda her zaman mevcuttur" ifadesiyle oyunlardaki çatışma unsurunun görünür veya görünür olmayan şekillerde, hemen her tür oyunda bulunduğuna değinmiştir. Crawford'a göre, oyunlarda güvenlik ise güvenli bir ortam sunulması bağlamında açıklanmaktadır.

Oyun kavramına felsefi yaklaşımla inceleyen David Kelley (2013, s.40) ise *The Art of Reasoning* kitabında oyunu "... elde edilecek bir nesneyi ve ona ulaşmanın izin verilen araçlarını belirleyen bir dizi kuraldan oluşan bir eğlence biçimi" olarak tanımlamaktadır. Bu görüşe göre oyun oynamanın en temel unsuru arzu edilir bir nesne ve ona ulaşma süreci olarak tanımlanabilir. Kelley aynı zamanda oyunun neden değerli olduğu konusunda çıkarımlarda bulunmaktadır. Oyunun kendisi bir eğlence biçimi olmakla beraber oyuna verilen değer kişinin oyunu kendisi için değer verdiği bir faaliyet olarak görmesinden kaynaklanmaktadır (Kelley, 2013, s.40). Bu bakış açısına göre değer verilen oyundaki hedef ve nesneler değil; oyun oynama faaliyetinin kendisidir.

Oyunları anlatı, içinde bulunduğu sosyal bağlam ve kültür gibi farklı unsurlarıyla inceleyen oyun tasarımcıları Salen ve Zimmerman (2003, s.96) ise *Rules of Play: Game Design Fundamentals* kitabında oyunu "...oyuncuların yapay bir çatışmaya girdiği, kurallarla tanımlanan ve ölçülebilir sonuç olarak ortaya çıkan bir sistem" olarak tanımlamaktadırlar. Araştırmacılar bir oyun tanımlamasında, öncelikle incelenmesi gerekenin oyun ve oynamak arasındaki ilişki olduğunu öne sürmektedir. Salen ve

Zimmerman oyun ve oynamak tanımları arasındaki ilişkiyi birbirinin içine geçen iki farklı bakış açısıyla şu şekilde göstermektedir:



Şekil 1. Oyun ve oynama ilişkisi

Kaynak: Salen & Zimmerman, 2003

Birinci ilişkide oyun; oyun oynama eyleminin bir alt kümesini oluşturmaktadır. Salen ve Zimmerman (2003) günümüzde oyun olarak gördüğümüz bazı aktivitelerin aslında sadece oynamak olarak düşünülebileceğini üzerinde durmaktadır. Örneğin iki köpeğin birbirini kovalaması oynamakken; yakantop oyunu kuralları ve kazanma amacı taşıması gibi özellikleriyle bir oyunu tanımlamaktadır. Bu açıdan oynamak; oyundan daha rahat ve sınırları keskin olmayan ve aynı zamanda daha az planlanmış olarak düşünülmektedir (Salen & Zimmerman, 2003, s.2). Diğer bir bakış açısına göre ise oynamak oyunların bir alt kümesini oluşturmaktadır. Salen ve Zimmerman'a göre oyunları anlamının birçok bileşeni vardır ve bu bileşenlerden biri de oynama deneyimidir. Oynama deneyimi bu anlamda oyunların bileşenlerinden sadece birini oluşturduğu için alt küme olduğu düşünülmüştür. Araştırmacıların bu ayrıma önem vermelerindeki sebep, birbirleri arasındaki bu benzerlikler ve farklılıkların oyunu tanımlama sürecinde etkili olabilme durumudur. Bu açıdan oyun tanımlamalarında Salen ve Zimmerman oynama ile ilgili kısımların ayrılması gerektiğini vurgulamaktadır (s.3). Buna göre, oyunun ne olduğuna dair kuramsal tartışmalarda oynanışın tanımlanması, oyun tanımlarının da farklılaşmasına yol açmaktadır. Salen ve Zimmerman'ın oyun ve oynamak arasında kurduğu ayrımın ve oynamayı öne çıkarmalarının, oyunun tanımlarına ilişkin tartışmalara önemli bir katkı sağladığı düşünülmektedir.

Oyunları kurgusallık ve ludoloji perspektifinden inceleyen oyun teorisyeni ve tasarımcısı Jesper Juul (2003) "*The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness*" çalışmasında, oyun kuramcıları Huizinga (2015), Caillois (2001), Suits

(1978), Avedon & Sutton Smith (1981), Crawford (2000), Kelley (2013), Salen & Zimmerman'ın (2003) oyun tanımlamalarından yola çıkarak; oyun tanımlamalarındaki altı temel noktayı belirleyip tanımlamaları tek bir çatıda birleştirir. Juul'un çalışmasında değindiği oyun kuramcıları, tanımları ve alanlarına Tablo 1'de yer verilmiştir. Oyun tanımlamalarında Juul'un önerdiği altı temel nokta oyunların kurala dayalı olması, değişken ölçülebilir sonuç içermesi, her oyunun farklı potansiyel sonuçlar yaratabilmesi ve değerlendirilmesi, oyuncunun sonucu değiştirmek için çaba göstermesi, oyuncunun mutlu veya mutsuz olma sonucunun oyuna bağlı olması ve oyunun dönüştürülebilen sonuçlar içermesidir. Yukarıda değinilen Juul'un önerdiği altı nokta ve oyuna dair diğer tanımlamaların ortak noktalarını göz önünde bulundurarak, oyun tanımlamalarını tek bir çatı altında toplayan kapsayıcı bir tanım şöyledir: "Değişken ve ölçülebilir ve bir sonucu olan, farklı sonuçlara farklı değerlerin atandığı, oyuncunun sonucu etkilemek için çaba sarf ettiği, oyuncunun sonuca bağlı hissettiği ve faaliyetin sonuçlarının isteğe bağlı ancak kurala dayalı olduğu bir sistem" (Juul, 2003, s.5).

Tablo 1.

*Oyun Tanımlamaları*²

Kaynak	Alan	Oyun tanımı
Huizinga(1995)	Tarih/Kültür	“...özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizatihi bir amaca sahip olan, bir gerilim ve sevinç duygusu ile ‘alışılmış hayat’tan ‘başka türlü olmak’ bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyet (s.50).”
Caillois(1958)	Sosyoloji	“...temelinde özgür (gönüllü), ayrı [zaman ve mekanda], belirsiz, verimsiz, kurallara dayalı ve -mış gibi olan bir faaliyet.”
Avedon & Sutton Smith (1971)	Disiplinlerarası	“... en temel düzeyde, dengesiz bir sonuç üretmek için bir prosedür ve kurallarla sınırlandırılmış, güçler arasında bir karşıtlığın olduğu, gönüllü kontrol sistemlerinin bir uygulaması”
Chris Crawford (2000)	Oyun Tasarımı	“Dört ortak faktör algılıyorum: temsil ["kapalı bir biçimsel sübjektif olarak gerçekliğin bir alt kümesini temsil eden sistem"], etkileşim, çatışma ve güvenlik ["bir oyunun sonuçları her zaman oyunun modellediği durumlardan daha az serttir"].”
David Kelley(1988)	Felsefe	“... elde edilecek bir nesneyi ve ona ulaşmanın izin verilen araçlarını belirleyen bir dizi kuraldan oluşan bir eğlence biçimi (s.40)”
Katie Salen & Eric Zimmerman (2003)	Oyun Tasarımı	“...oyuncuların yapay bir çatışmaya girdiği, kurallarla tanımlanan ve ölçülebilir sonuç olarak ortaya çıkan bir sistem (s.96)”

Not. [Tablo 1'deki tanımlar] J. Juul'un, Utrecht Üniversitesi tarafından yayımlanmış olan "*Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*" adlı kitabından 2003, Utrecht: Utrecht Üniversitesi. Yayın hakkı 2003, *The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness* adlı çalışmasından alınmıştır.

² Tanımlara ait tarihler yazarın eserinden alındığı için değiştirilmeden aktarılmıştır.

Bütün bu yaklaşımlar incelendiğinde oyunların ne olduğu sorusuna karşılık üzerinde uzlaşılmış ve netleştirilmiş bir tanımlamanın mümkün olamayacağı düşünülse de; tanımlardaki farklı bakış açılarına yer verilmesinin oyun araştırmaları açısından önemli olduğu düşünülmüştür. Oyunlarla ilgili fikir ayrılıklarının sebepleri düşünüldüğünde, bu durum oyunların çok katmanlı ve çok-yönlü olan bir çalışma alanı sunmasından kaynaklanabilmektedir (Sezgin, Binark, Yalçın& Bayraktutan, 2018, s.177). Oyunların bu tanımsal farklılıklarına kültür perspektifi ile bakan Arjoranta'ya (2019) göre tanımlamalardaki farklılıklar, oyun çalışmalarının disiplinlerarası bir alan olması ve oyunun kültür bağlamında gelişmesinden kaynaklanmaktadır. Oyun tanımlarının, içinde bulundukları dönem ve kültür içerisinde değişip dönüştüğünü öne süren Arjoranta, bu durumu Antik Mısır döneminden kalan ve cenaze törenlerinde bir rituel olduğu düşünülen *Mehen* oyun tahtası ile açıklamaktadır.

Arjoranta'ya (2019) öre Antik Mısır'da *Mehen*³ oyununu inceleyen bir araştırmacı düşünüldüğünde; o araştırmacının oyunun ne olduğu ile ilgili yaptığı bir tanımlama, cenaze töreni ritüellerini de içeren günümüz oyunlarından çok daha farklı bir tanımlama olacaktır (s.117-118). Bu kültürel bağlam çerçevesinde düşünüldüğünde, oyunların dijitalleşme ile birlikte geçirdiği evrimler ve gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda on yıl önce yapılmış bir oyun tanımlamasının günümüzde; günümüzde yapılmış bir oyun tanımlamasının ise gelecekte pek çok açıdan farklı olacağı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu da oyun tanımlarında, oyunun hangi dönemde tanımlandığı ve o oyun ile ne anlatılmak istendiği sorularını önemli kılmaktadır.



Şekil 2. Mehen

Kaynak: University College London, 2001

³ Antik Mısır'da en eski örnekleri MÖ 3600 – 3200 yıllarına dayanan bir diğer adıyla yılan oyunu *Mehen* bir masa oyunudur. Oyunun oynanışı ile ilgili kesin kanıtlar bulunmasa da bazı araştırmacılar oyun ekipmanları ve oyunun bulunduğu konumlar açısından Mehen oyununun cenaze ritüellerinin bir parçası olabileceğini veya ölü bir kralın öbür dünyaya yolcuğunu tasvir ettiğini öne sürmektedir. (James, 2022).

Oyunların kültür boyutu başlı başına ayrı bir araştırma alanı olsa da Aarseth, Smedstad & Sunnanå (2003) oyunları kültürel açıdan çok zengin ve çeşitli içeriklere sahip ifade biçimleri olarak tanımlamaktadırlar. Oyunlar, hem içinde bulunduğu kültür içinde gelişen hem de o döneme ait bir oyun oynama kültürünü barındıran bir yapıya göre oluşmaktadır. Oyun deneyiminin de bu oyun kültürü ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Günümüzde oyunların oynanış biçimleri, kullanılan platformlar ve oyuncuların oluşturduğu oyun kültürü oyuncuların oyun deneyimleri üzerinde etkili olabilmektedir. Bu açıdan oyunlarda içinde bulunulan bağlama ve oyuncu deneyimlerine öncelik veren çalışmaların, günümüzdeki oyun kültürünü ve oyunla ilgili diğer unsurları anlamamıza önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Yukarıda aktarılmış olan oyun tanımları ve kuramlarındaki çeşitlilik, günümüzdeki dijital oyun veya çevrimiçi oyun, video oyun, vb. ifadelerde de görülmektedir. Salen ve Zimmerman (2003) geliştirilen oyun kuramları ve tanımlamalarında, bu araştırmada da yer verilen birçok düşünürün oyun endüstrisinin çok öncesinde oyunları tanımlamaları sebebiyle, oyunlarda dijital ve dijital olmayan ayrımının yapılmadığını vurgulamaktadır (s.1). Bu açıdan araştırmalarda kullanılan oyun kavramları ve tanımlarında, araştırmacının hangi oyunları ve araçları (telefon, bilgisayar, konsol vb.) dahil ettiği, hangi özellikleri kapsadığının anlaşılması ve belirlenmesi önem taşımaktadır. Oyun araştırmalarında dijital oyun, çevrimiçi oyun, video oyun, elektronik ve bilgisayar oyunu vb. bir çok farklı kavramın kullanıldığı gözlemlenmiştir. Örneğin Ulusal Tez Merkezi'nde⁴ 04.02.2023 tarihinde iletişim bilimlerinde yapılmış araştırmalar incelendiğinde; 2013-2022 yılları arasında 'video oyun' anahtar kelimesini kullanan dört araştırma, 2010-2023 yılları arasında 'dijital oyun' anahtar kelimesi kullanan 20 araştırma, 2008-2022 yılları arasında 'çevrimiçi oyun' anahtar kelimesini kullanarak yapılan iki araştırma, 2008-2021 yılları arasında 'bilgisayar oyun' anahtar kelimesi ile üç araştırma olduğu ve internet oyunu anahtar kelimesini içeren tez bulunmadığı olduğu gözlemlenmiştir. Bu veriler çerçevesinde iletişim bilimleri alanında oyunlarla ilgili toplamda 29 tez bulunmaktadır.

Türkiye'de yapılmış bütün oyun araştırmaları incelendiğinde yüksek lisans ve doktora tezlerinde dijital oyun kavramının daha çok tercih edildiği ve araştırmaların incelediği temel konuların anlatı ve oyun bağımlılığı olduğu bulunmuştur (Özarslan& Perdahcı, 2022, s.4-5). Bu kavramsal farklılıklar sadece Türkiye'deki araştırmaları kapsamamaktadır. Örneğin; Stenros (2017) 1930 yılından itibaren yapılan oyun

⁴ <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

tanımlamalarını incelediği araştırmasında oyunların bilgisayar oyunu, elektronik, video, dijital ve çevrimiçi oyun olarak birçok farklı kavramlar kullanılsa da tam olarak uzlaşmış bir kavramın bulunmadığını ifade etmektedir (s.2). Bu farklılıkların yaratabileceği karmaşıklığı önlemek ve araştırmanın kavramsal çerçevesinin belirlenebilmesi amacıyla literatürdeki dijital oyun, bilgisayar oyunu, internet oyunu, video oyun ve çevrimiçi oyun tanımlamaları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.



Tablo 2.

Literatürdeki Farklı Oyun Kavram ve Tanımları

Kavramlar	Tanımlar
Dijital oyun	Dijital oyunlar; bilgisayar oyunu, atari oyunları, konsol ve mobil oyunlar olmak üzere tüm türleri içerisine alan bir çatıyı oluşturmaktadır (Binark ve Bayraktutan-Sütçü, 2008, s.43) Bir ya da daha fazla kişinin çevrimiçi ağ ve dijital yazılımla oyun araçlarına bağlanarak yapay zekâya veya diğer kişilerle karşılıklı olarak gerçekleştirdiği serbest zaman değerlendirme aktivitesi (Frasca, 2001, s. 168).
Video oyun	Görsel-işitsel bir araç kaynağı ile oynanabilen ve hikayeye dayalı olan oyun (Esposito, 2005, s.2). Oyuncu, diğer oyuncular ve elektronik görsel ekranı olan bir makinenin anlamlı kurgusal bir bağlam yarattığı ve bu bağlamdaki eylemlerin sonuçlarının yarattığı duygusal bağ ile devam ettirilen bir etkileşim (Bergons, 2017, s.253).
Çevrimiçi oyun	Kablolu, kablosuz LAN veya internet ağı üzerinden oyuncuların bağlanabildiği, çok oyunculu bir oyundur (Chen, 2014, s.32). Yee (2007) çalışmalarında çok oyunculu oyuncuları çevrimiçi oyun olarak tanımlamaktadır.
Bilgisayar oyunu	Atari salonları için geliştirilmiş makineler, daha az gelişmiş ucuz ve özel makineler, çok programlı ev oyunları, ATARI 2600 ve ATARI 5200 gibi makineler, kişisel bilgisayarlar ve büyük anabilgisayarlarda oynanabilen oyun (Crawford, 2000, s.8.)
İnternet Oyunu	İnternet aracılığı ile oynanan oyunlar (APA, 2023). “İnternet oyunları, kişisel bilgisayarlar, özel oyun konsolları, tablet ve dizüstü bilgisayarlar ve akıllı telefonlar dahil olmak üzere taşınabilir cihazlardaki oyunlar gibi çeşitli kullanım alanlarını kapsamaktadır” (Griffiths, Kuss ve Pontes, 2016’dan akt. Andiç, 2019, s.10).

Tablodaki tanımlar incelendiğinde, dijital oyun tanımlamasının video oyunlardan farklı olarak, içerisinde farklı mekaniklere sahip olan mobil oyunlar gibi diğer mecralarını kapsayan geniş bir oyun evrenini temsil ettiği sonucuna ulaşılmıştır. İnternet oyunu ise tanım olarak dijital oyunlarla benzerlik göstermektedir. Bilgisayar oyunu mecralar dışında oyunun oynandığı makineler göz önüne alınarak tanımlanmaktadır. Çevrimiçi oyunlar ise çok oyunculu olma, internete bağlı olma özelliği ile dijital oyun ve video oyunların bir alt kümesini oluşturmaktadır. Video oyunların tanımını dijital oyundan ayıran özellik, kurgu ve hikaye unsurlarının video oyun tanımlamalarında ön planda olmasıdır. Oyunları tanımları açısından inceleyen Wolf ve Perron (2003) en sık kullanılan bilimsel ve popüler söylemin video oyun ve bilgisayar oyunu terimleri olduğunu belirtmektedirler. Literatür incelendiğinde oyun araştırmalarında araştırmanın kapsamına uygun olan tanımın kullanıldığı gözlemlenmiştir. Örneğin bir video oyun araştırmasında kurgusalılık ve hikaye ön planda iken dijital oyun araştırmasında mobil oyun ve konsol oyunları da araştırma kapsamına dahil edilmektedir. Bu araştırmada mobil oyuna yer verilmemesi, hikaye ve kurgusalılık özelliği taşıyan oyunların araştırmanın kapsamına daha uygun olacağı düşünülerek video oyun kavramı kullanılmıştır.

2.1.1. Video oyun tarihçesi ve türleri

Video oyun tarihçesi hem teknolojik açıdan yaşanan gelişmeler hem de akademik alandaki gelişmeleri içerisinde barındırmaktadır. Bu gelişmeler aynı zamanda teknolojik gelişmelerin toplum üzerindeki etkisi ve video oyunların toplum tarafından kabul edilip edilmeme sürecini beraberinde getirmektedir. Teknolojik gelişmelere göre dönüşen video oyunların tarihini kabaca şöyle sıralamak mümkündür:

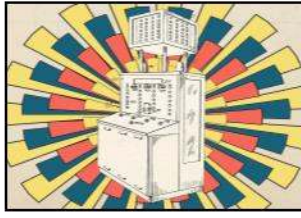
- **1940'lar:** Bilim insanları ve toplumun, makinelerin sadece bilgi işleme değil aynı zamanda oyun oynama işlevini keşfettiği dönemdir.
- **1950'ler:** Bu dönemde, bilgisayar konusunda araştırma yürüten kişiler oyunların potansiyelleri ve sınırlarını yazılım programlarında çalışmışlardır.
- **1960'lar:** Anabilgisayarların hükümet ve iş amaçlı kullanımı ve üniversitelerde yaygınlaşması ile birlikte bu dönemde daha fazla kişi yenilikçi oyunlar tasarlamaya yönelmiştir.

- **1970'ler:** Video oyunların geniş kitlelere ulaştığı arcade⁵ ve ev konsolu dönemidir.
- **1980'ler:** Video oyun arcade'leri ev konsolu olarak altın çağına ulaşmıştır. Disney şirketi video oyunlardaki bu çılgınlık üzerine 1982'de *Tron* filmini yayınlamıştır. Filmde bir bilgisayar korsanı (hacker) dijital dünyaya kaçırıldıktan sonra, kaçış yolu olarak güvenlik programı içerisindeki bir gladyatör olarak oyunlara katılmaktadır.
- **1990'lar:** Oyun konsolu alanındaki rekabet devam ederken bilgisayar oyun geliştiricileri bu dönemde internet üzerinden oyun oynama imkanları üzerine yoğunlaşıp çalışmışlardır. 1996 yılında *Tomb Raider* oyun karakteri Lara Croft ile ilgili oyunlarda cinsiyetçilik tartışmaları yaşanmıştır.
- **2000'ler:** Konsol veya bilgisayar fark etmeksizin çevrimiçi oyun oynama önemli ve popüler hale gelmiştir.
- **2010'lar:** Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte, masaüstü bilgisayarda oyun oynama tercih edilmemeye başlamıştır. Öte yandan çevrimiçi video yayınları (Twitch, Youtube vb.) e-spor alanının gelişmesine öncülük etmiştir.
- **2020'ler:** Global pandemi ile birlikte video oyun endüstrisi büyümüştür (The Strong National Museum of Play , 2023).

Bu bağlamda video oyunlar, insan-makine etkileşimi ve internetin keşfine ek olarak başka birçok gelişmeyle birlikte her geçen gün dönüşmekte ve hızla büyümektedir. Dönemsel genel çerçeveye ek olarak her bir dönem içerisindeki video oyun gelişmeleri aşağıda zaman çizelgesinde şu şekilde gösterilmiştir⁶:

⁵ Modern video oyun tarihçesinde arcade oyunları; elektronik eğlencenin en eski formlarından biri olarak kabul edilmektedir. Arcade oyun çeşitli halka açık işletmelerde jetonla çalışan bir oyun makinesinde oynanan oyunlar olarak tanımlanmaktadır

⁶ Video oyunların tarihsel gelişimi ve zaman çizelgesi Museum of Play internet erişimli oyun müzesinden özetlenerek oluşturulmuştur (<https://www.museumofplay.org/video-game-history-timeline/>).



1940: Edward Condon'un Nim oyununu oynayan Nimatron makinesi tasarlamıştır. Geleneksel bir oyun olan Nimatron'un makine tarafından oynanması önemli bir icattır.

1946: Thomas T. Goldsmith Jr. ve Estle Ray Mann katot ışıklı tüp eğlence aygıtını icat etmiştir.

Şekil 3. Nimatron makinesi
Kaynak: JSTOR, 2022



1950: Cladue Shannon ve Alan Turing bilgisayar için satranç oyununu geliştirmiştir.

1952: Alexander Sandy Douglas OXO video oyununu geliştirmiştir.

1953: Johns Hopkins Üniversitesi Yöneylem Araştırma Ofisi tarafından analog bilgisayarda oynanabilen tiyatro düzeyinde bir savaş oyunu olan Hutschpiel oyunu geliştirilmiştir.

1958: William Higinbotham analog bilgisayarda tenis ve ping pong benzeri oyun olan Tennis for Two oyununu geliştirmiştir.

1959: MIT öğrencileri MIT'nin TX-0 bilgisayarı için Mouse in The Maze oyununu geliştirmiştir

Şekil 4. Tennis for Two oyunu afişi Kaynak:
Museum of Electronic Games & Art



1960: John Burgeson bilinen ilk beyzbol bilgisayar oyunu programını IBM-1620 bilgisayarı için geliştirmiştir.

1962: MIT öğrencisi Steve Russel ilk bilgisayar tabanlı video oyun olan Spacwar! oyununu geliştirmiştir.

1965: Dartmouth üniversitesi öğrencisi ilk bilgisayar futbol oyununu geliştirmiştir.

Şekil 5. Spacewar! oyunu
Kaynak: The Strong Museum of Play, 2018



1971: Don Rawitsch, Bill Heinemann ve Paul Dillenger tarafından eğitici bilgisayar oyunu olan The Oregon Trail geliştirilmiştir.

1972: Allan Alcorn Pong arcade oyununu geliştirmiştir.

1973: 3D çok oyunculu birinci şahıs nişancı labirent oyunu olan Maze War oyunu geliştirilmiştir.

1975: Pong oyunun ev versiyonu olan atari oyunları geliştirilmiştir.

1976: William Crowther ilk rol yapma bilgisayar oyunu olan Adventure oyunu ve Dungeons and Dragons oyununu geliştirmiştir.

1977: Atari içerisinde joystick, değiştirilebilen kartlı, renkli görüntü ve derece sistemi özellikleri olan oyunları içeren video bilgisayar sistemi olarak Atari 2600 oyun konsol sistemini piyasaya sunmuştur.

1978: Mattel oyun şirketi tarafından Intellivision video oyunu konsolu geliştirilmiştir.

Şekil 6. Dungeons & Dragons oyun afişi
Kaynak: Habermann, 2016



1981: Bir goril karakterinin maceralarını içeren bir video oyun serisi olan Donkey Kong oyunu geliştirilmiştir.

1983: Çok oyunculu oyunların önemli bir adımı olarak dört oyunculu oynanabilen Dan Burten'in geliştirdiği M.U.L.E oyunu piyasaya sunulmuştur.

1984: Aleksey Pajitnov tarafından bir bulmaca oyunu olan Tetris oyunu geliştirilmiştir.

1987: Nintendo şirketi tarafından fantezi rol yapma oyunu olarak Shigeru Miyamoto ve Takashi Tezuka tasarımı olan Zelda oyunu geliştirilmiştir.

1989: Nintendo tarafından geliştirilen game boy el oyun konsolları yaygınlaşmıştır.

Şekil 7. M.U.L.E oyunu başlangıç ekranı görüntüsü
Kaynak: Scott, 2014



1990: Windows 3.0 a özel geliştirilen kart oyunu Solitaire geliştirilmiş ve bu oyun hızlı, kolay-oynanış (easy-to-play) olma özelliği ile sıradan (casual) oyun modeline katkıda bulunmuştur.

1991: Sega tarafından yaratılan bir Japon video oyunu serisi Sonic the Hedgehog çıkmıştır.

1992: İlk gerçek zamanlı strateji oyunu Dune II: The Building of a Dynasty Westwood Studios tarafından yayınlanmıştır.

1993: Mortal kombat oyunu ve sonrasında gelişen video oyunlarda şiddet tartışmaları olmuştur.

1994: Blizzard şirketi gerçek zamanlı video oyun Warcraft: Orcs and Humans oyunu geliştirmiştir.

1995: Sony şirketi playstationları geliştirmiştir.

1999: Sony Online Entertainment tarafından yayımlanan EverQuest oyunu klanlar kurma, toplu savaşlar gibi çok oyunculu çevrimiçi oyunlara öncülük etmiştir.

Şekil 8. Sonic The Hedgehog oyun afişi
Kaynak: SEGA, 2022



2000: Will Wright ilk simülasyon oyunu olmasa da o dönemde kadın oyuncular tarafından tercih edilen ve en çok satan popüler oyun olan The Sims oyununu geliştirmiştir.

2001: Microsoft video oyun endüstrisine giriş yaparak Halo: Combat Evolved video oyununu ve Xbox'u piyasaya sürmüştür.

2002: Birinci şahıs nişancı video oyunu ve ciddi oyunların başlangıcı olarak America's Army, askerleri bilgilendirmek, eğitmek ve işe almak için ABD Ordusu tarafından geliştirilmiştir.

2003: Valve şirketi Steam dijital dağıtım platformunu kurmuş ve platform oyunların alım satımının yapıldığı, güncelleme ve oynama imkanı ile oyuncuları bilgisayar oyunlarına teşvik etmiştir.

2004: Nintendo taşınabilir el oyun konsolu sektöründe devamlılığı sağlama amacıyla Nintendo DS'i geliştirmiştir. World of Warcraft, Blizzard Entertainment tarafından geliştirilmiştir.

2005: Microsoft Xbox 360 ile yüksek tanımlı realizmi oyunlara getirmiştir.

2006: Nintendo Wii piyasaya sunulmuştur.

2008: World of Warcraft çıkışından 4 yıl sonra tarihindeki en popüler çok oyunculu çevrimiçi oyun olmuştur.

2009: Sosyal oyun türü olan Farmville ve mobil oyun Angry Birds; mobil oyun endüstrisinde popülerleşmiştir.

Şekil 9. Steam platformu logosu

Kaynak: Steam, 2022



2010: Bağımsız oyun hareketi ve Minecraft oyunu doğmuştur.
2013: Gone Home, The Last of Us ve Paper, Please oyunlarının piyasaya sürülmesiyle video oyun hikayeleriyle oyuncuların karmaşık oyun evreninde duygusal seçimler yapma gibi yeni bir akımı da beraberinde getirmiştir.

2011: Skylanders: Spyro's Adventure oyunu piyasa sürülmüştür. Bu oyun "Güç Portalı" aracılığıyla onunla etkileşime giren oyuncak figürlerle birlikte oynanan bir 3D aksiyon-macera platform oyunu olma özelliği taşır.

2014: Oyunlarda ücretsiz oynama iş modelinin doğuşu ve oyun içi satın alma ve üyelikler geliştirilmiştir.

2015: Amazon tarafından satın alınan Twitch ve oyun yayıncılığı döneminin başlamasıyla e-spor turnuvaları popülerleşmiştir.

2018: Xbox Adaptive Controller geliştirilip oyun deneyimi kullanıcıya uyarlanarak kişiselleştirilmiştir.

2019: Epic Games çevrimiçi hayatta kalma oyunu olan Fortnite oyununu geliştirmiştir.

Şekil 10. Fornite oyun afişi

Kaynak: Fornite Ekibi, 2023



2020: Pandemi sürecinde konsol, telefon ve bilgisayar oyunları bir sosyalleşme aracı olarak kullanılmıştır. *The Last of Us Part II* oyunu The Game Awards 2020'de en iyi hikayeli oyun ödülünü almıştır.

2021: Netflix, ilk oyun stüdyosu olarak Night School Studio'yu satın almıştır.

2022: *Call of Duty: Modern Warfare 2* oyunu içerisinde Amsterdam şehrinin görüntülerinin sanal gerçekliğine dikkat çekilmiştir.

Şekil 11. The Last of Us Part II oyun afişi

Kaynak: IMDb, 2020

Video oyunlarının tarihçesi 1940'lardan günümüze kadar teknolojik gelişmelerle beraber akademik gelişmeleri de kapsamaktadır. Wolf & Perron (2003) video oyunlarının tarihçesini "*The Video Game Theory Reader*" adlı eserinde tarihsel gelişim süreci ve akademik alanyazındaki oyun tanımlamaları açısından açıklamaktadırlar. Video oyunların akademik tarihi incelendiğinde, makalelerde ilk olarak 1970 tarihinde "Elektronik Oyunlar" ve "Bilgisayar Grafikleri" başlıkları kullanılmışken; "Video Oyun" ilk kez Mart 1973-Şubat 1974 tarihli Süreli Yayınlar Rehberi'nde kullanılmıştır (Wolf & Perron, 2003, s.2). Bu farklı başlıklar bir yandan o dönemin teknolojik olarak geliştirilen yeni isimlerle piyasaya sürülen oyun endüstrisinin akademideki tanımlamaları da şekillendirdiğini göstermektedir. Bu açıdan video oyunların endüstriyel ve teknolojik olarak tarihsel gelişim süreçlerini incelemek kavramsal çerçeve açısından önem taşımaktadır. Aynı zamanda tarihsel olarak diğer gelişmeler video oyunların gelişiminde de etkili olmaktadır. Bu duruma örnek olarak Wolf ve Perron (2003) video oyunlarının tarihsel gelişimi sürecinde 1993 yılının iki olay açısından önemli görmektedir. Bunlardan ilki World Wide Web, diğeri ise video oyun programlaması okulunun açılmasıdır. Bütün bu tarihsel gelişmeler günümüz video oyunlarının bugünkü özelliklerine ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Oyun çalışmalarında bir diğer önemli unsur, oyun türlerinin belirlenmesi ve oyunların sınıflandırılması konusudur. Oyun türleri ile ilgili birçok sınıflandırma çalışması bulunmaktadır. Bu konuda yapılmış araştırmalar incelendiğinde, Aarseth, Smedstad & Sunnanå (2003) oyun tipolojisi çalışmalarında oyunları 15 boyut ve beş başlık altında gruplandırmıştır. Bu başlıklar uzay, zaman, oyuncu yapısı, kontrol ve kurallardır. Bu sınıflandırma çalışması, oyun kategorilerini belirlemekten çok oynanış

mekaniklerini açısından bir sınıflandırma yapmaktadır. Oyunun içeriği ve anlatısı ile ilgili sınıflandırma çalışmalarında ise genellikle benzer kategori isimlerinin kullanıldığı ancak tanımlama ve kategori sayısı açısından farklılaştıkları gözlemlenmiştir. Laird ve van Lent (2005) video oyunları aksiyon, rol yapma, macera, strateji, simülasyon, spor ve yarış oyunları olarak içeriklerine ve oynanışlarına göre sınıflandırmıştır (s.205).

Birçok araştırmacı tarafından oyun türlerine göre hikaye ve oyun yazarlığının incelendiği “*Writing for Video Game Genres*” adlı kitapta oyun türleri; devasa çok oyunculu çevrimiçi oyunlar (Mmorpg), rol yapma (Rpg), macera, aksiyon-macera, platform oyunları, birinci-şahıs nişancı (Fps), gerçek-zamanlı strateji oyunu, spor, simülasyon, araç sürme oyunları, korku, bilim kurgu/fantezi oyunları, sandbox oyun, alternatif gerçekçilik oyunları (ARG), ciddi oyunlar, sıradan oyun, el oyun konsolları (Handheld games), mobil telefon oyunları ve etkileşimli kurgu oyunları olarak ayrılmıştır (Despain, 2009). Konzack (2015) ise oyun türlerini sınıflandırdığı araştırmasında her bir türün tanımlamalarını da yapmıştır. Bu türler aksiyon, macera, strateji, simülasyon, rol yapma (RPG), eğitici ve sıradan (casual) oyundur. Konzack el-göz koordinasyonu ve reflekslerin ön planda olduğu oyunu aksiyon; hikâye odaklı anlatı türünde ve bulmaca çözmeyi içeren oyunları macera, planlama ve kaynak yönetiminin ön planda olduğu oyunu strateji, araç hareketini simüle eden oyunları simülasyon, kurgusal bir evrende oyuncunun bir ya da daha fazla karakteri kontrol ettiği oyunları rol yapma oyunları, eğitsel amaçlı olanları eğitici oyun ve öğrenmesi kolay olan oyunları sıradan (casual) oyun olarak sınıflandırıp tanımlamıştır.

Cohen (2022) ise video oyunları aksiyon, rol yapma, simülasyon, spor ve strateji video oyunları olarak beş kategoride birleştirerek her bir kategorinin alt kategorilerini sınıflandırmıştır (s.435-438). Bu sınıflandırmaya göre aksiyon oyunlarının alt kategorileri platform, nişancı, dövüş, yakın dövüş, gizlilik, hayatta kalma, ritim, açık dünya hayatta kalma oyunları olarak sınıflandırılmıştır. Rol yapma video oyunlarının alt kategorileri ise devasa çok oyunculu çevrimiçi rol yapma (MMORPG), taktiksel rol yapma oyunları, açık dünya rol yapma oyunları olarak sınıflandırılmıştır. Simülasyon video oyunları inşaat, yönetim, yaşam ve araç simülasyonu; spor video oyunları takım, bireysel ve fitness oyunları; strateji video oyunları savaş stratejisi ve bulmaca oyunları olarak sınıflandırılmıştır (Cohen, 2022, s. 435-438). Literatür incelendiğinde oyun türlerinin farklı araştırmacılar tarafından benzer şekillerde tanımlandığı ancak oynanış, mekanik ve teknik özellikler, alt kategoriler gibi farklı açılardan sınıflandırıldıkları

gözlemlenmiştir. Oyun türlerinin belirlendiği bir diğer alan da oyun platformlarıdır. Oyuncuların oyunları satın aldıkları platformlardaki kategorileştirmelerin oyun çalışmaları ve oyuncuların aşına olduğu oyun türlerinin daha iyi anlaşılması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Oyun platformlarından biri olan Valve oyun şirketine ait olan Steam⁷ Similar Web 2022 Kasım ayı verileri incelendiğinde, dijital dağıtım platformu olan video oyun konsolları ve aksesuarlar kategorisinde dördüncü sırada yer almaktadır. Aynı işlevi gören yani dijital dağıtım platformu kategorisinde sıralamada kendisinden önce başka bir platformun olmaması açısından düşünüldüğünde, Steam dijital oyun dağıtımında birinci sırada yer almaktadır. Bu araştırmada bu verilere dayanarak oyuncuların sıklıkla gördüğü düşünülen oyun türlerine yer verilmesi amaçlandığından, Steam'deki oyun türleri ve alt kategorilerine yer verilmiştir. Steam platformunda oyunlar aksiyon, rol yapma, macera, strateji, simülasyon, spor ve yarış oyunları olarak kategorize edilmiştir. Platformda aynı zamanda oyunların temalar olarak ayrıldığı bir bölüm de bulunmaktadır. Bu temalar; anime, açık dünya, bilimkurgu ve cyberpunk, gizem ve dedektiflik, hayatta kalma, korku ve uzay olarak belirlenmiştir (Steam, 2022). Steam'in oyun türleri sınıflandırmasına bakıldığında Cohen'in (2022) araştırmasındaki türlerle aynı olduğu, ancak ek olarak macera türüne yer verilip alt kategorilerin daha detaylı yer aldığı gözlemlenmiştir. Araştırmanın bu bölümünde yer alan diğer tür sınıflandırmaları ve Steam platformu karşılaştırıldığında platformda ciddi, sıradan ve eğitici video oyun kategorilerinin yer almadığı gözlemlenmiştir. Platformdaki kategorilerden aksiyon-macera türü incelendiğinde bir MMORPG türü olan Lost Ark oyunun da bu kategoride gösterildiği gözlemlenmiştir. Bu açıdan platformda oyun türlerinde keskin ayrımların bulunmadığı düşünülmektedir.

Twitch, Discord, Steam ve Epic Games gibi oyun yayın, dağıtım ve iletişim platformları kısa süreli oyunlar içerisinde bile oyuncuları bir araya getirerek etkileşimde bulunmalarına imkan sağlayabilmektedir. Oyun içerisinde var olan karakterle yapılan etkileşimli diyalogların oyuncular üzerinde motivasyon sağlayıcı bir etkisi olabileceği bulunmuştur (Rigby ve Ryan, 2007, s.14). Bu açıdan aynı oyunu oynayan oyuncuları bir arada tutan ve diyalog halinde olmalarına imkan veren platformların da oyuncuları motive ettiği düşünülmektedir. Oyuncuları motive ettiğini düşünülen video oyun ve platform endüstrisine bir sonraki başlıkta değinilmiştir.

⁷ <https://store.steampowered.com/?l=turkish>

2.1.2. Video oyun ve platform endüstrisi

Video oyunlarının tarihsel gelişimi, aynı zamanda video oyun endüstrisinin büyümesi ve geniş kollara ayrılması sürecini beraberinde getirmiştir. Yeni medya, dijitalleşme, bilgisayar yazılım ve donanımlarının şekillendirdiği alanlardan biri olan video oyunlar; aynı zamanda oyunculara yeni deneyimler sunmayı hedefleyen bir alanı oluşturmaktadır (Giddings & Kennedy, 2006, s.129). Video oyun tarihçesi incelendiğinde atari ile bir meta haline dönüşen oyunlar, günümüzdeki küresel oyun endüstrisinin de başlangıcı olarak görülmektedir (Bulut, 2022, s.36). Video oyunların başlangıcı ile günümüzde ulaştığı nokta arasındaki bu farklar bu alanın sürekli olarak güncellenmesi, oyun araştırmalarının bu endüstriyel bağlam çerçevesinde düşünülerek tasarlanmasını da gerekli hale getirmektedir. Bir oyun, geliştirilmesinin ardından piyasaya sunulduktan sonra oyuncu deneyimleri ve yorumlarına bağlı olarak güncellemelerle tekrar üretilebilir, değiştirebilir özelliklere sahiptir. Örneğin bazı oyunlar geliştirilme aşamasında dahi oyuncuya sunulabilmektedir. Böyle bir bağlamda video oyun endüstrisi, günümüz koşullarında sadece bir oyunun geliştirilmesi dışında, yaratıcı emek süreçleriyle oyuncuyu oyuna bağlayıcı unsurları ön plana çıkarmayı hedeflemektedir.

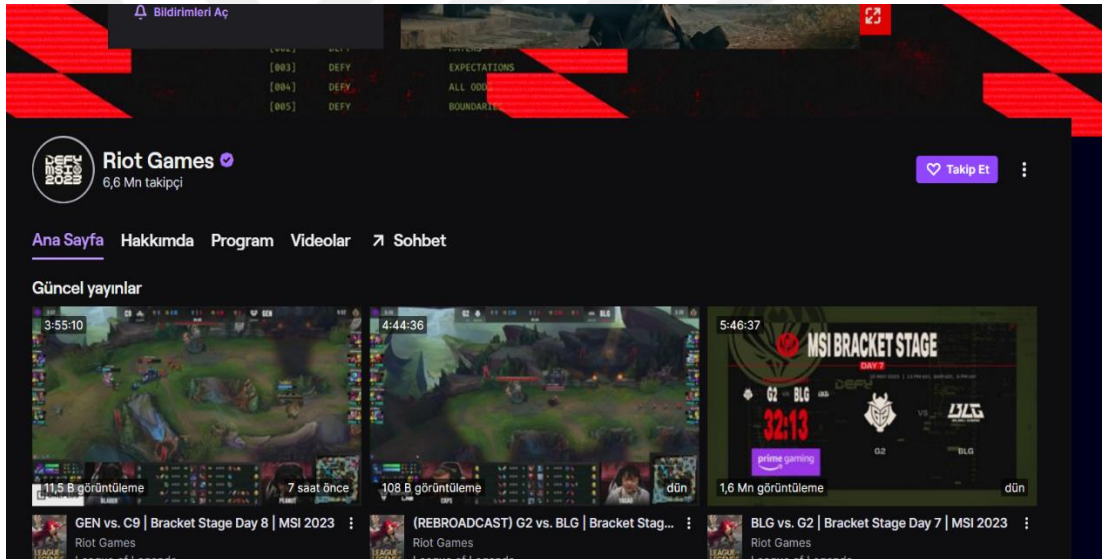
Oyun geliştiricileri açısından oyun geliştirme, bir hobinin ötesinde yaratıcı emeğin ön planda olduğu bir iş modeli olarak görülmektedir (Sezgin, 2020, s.145). Bu açıdan oyuncuları oyuna bağlayan unsurların temelinde video oyun endüstrisi ve platform endüstrisi olduğu düşünülmektedir. Oyun geliştiriciliğinin ve video oyun endüstrisinin önemli bir bölümünü de kullanıcı deneyimi (UX) oluşturmaktadır. Oyun kullanıcı deneyimi (Game UX); oyuncuların oyun ekosistemini nasıl deneyimleyeceklerini, oyunun nasıl algılanacağını, nasıl etkileşime gireceklerini ve bu etkileşimin duygusal bağlılığa dönüştürülmesi sürecini içermektedir (Hodent, 2020, s.28). Aynı zamanda oyun tasarım sürecinde oyun ve platform geliştiricileri kullanıcı deneyiminde oyuna bağlayıcı unsurlar üzerinde durmaktadır. Ubisoft, LucasArts ve Epic Games'in kullanıcı deneyimi (UX) direktörlüğünü yapmış olan psikolog Celia Hodent (2020) bu şirketlerin oyun tasarım sürecinde, oyunda bağlılığı veya meşgul edilebilirliği sağlayan motivasyon, duygu ve oyun akışı olarak üç özelliğe önem verdiğini açıklamaktadır (s.32). Bu özellikler, oyuncuların oyuna nasıl daha fazla katılım sağlayabileceği konusunda ve bunun sonucunda da oyuna bağlılık geliştirilmesinde etkili olmaktadır. Bu açıdan oyuncuların tamamen kendi psikolojik

deneyimleri ile oyuna bağlanır hale gelmesinin yanı sıra bu güdülerini yaratabilecek ortamların video oyun endüstrisi tarafından belirlenebiliyor olması göz ardı edilmemelidir.

Günümüzde video oyun çevresi, oyuncuların oyun oynama amacıyla kullandıkları diğer bağlantılı platformlar (Twitch, Discord, Steam, vb.) ve oyuncunun kimliği (profesyonel yayıncı, e-sporcu vb.) gibi birçok farklı bileşeni içerisinde barındırmaktadır. Bu açıdan video oyun endüstrisine ek olarak platform endüstrisi de ön plana çıkmaktadır. Oyunculara yeni deneyimler sunması amacıyla kullanılan platformlar (Twitch, Discord, Steam vb.) oyuncuları bir araya getirme, topluluk etkinlikleri vb. sayesinde oyuncuları bir araya getirerek, endüstrinin devamlılığı sağlamaktadır. Yukarıda video oyun tarihi bölümünde ayrıntılı olarak sunulduğu gibi, oyun şirketlerinin tarihçesine bakıldığında günümüzde birden fazla oyun şirketi tarafından üretilen ve oyunların tamamını içinde barındıran dijital oyun dağıtım platformları (Epic Games, Steam, Amazon Prime Gaming vb.) dikkat çekmektedir. Oyun dağıtım şirketlerinde çeşitli dönemlerde (paskalya, yeni yıl vb.) büyük indirimlerle oyunculara oyun satın alımı teşvik edilmektedir. Aynı zamanda oyuncular diğer oyuncularla bu platformlarda arkadaş olarak iletişim kurabilmekte, aynı oyunu oynayan oyuncular küçük veya büyük topluluklar oluşturabilmektedir. Bu oyun dağıtım şirketlerinden biri olan Steam platformu 12 Eylül 2013 tarihinde dijital hak yönetimi, oyun dağıtımı, oyun toplulukları oluşturma, iletişim kurma ve oyun içi içerik satın alma gibi birçok imkanı bir arada sunma amacıyla Valve Corporation tarafından tasarlanmıştır (Coşkun ve Öztürk, 2016, s.684). Steam platformu istatistikleri incelendiğinde güncel çevrimiçi oyuncu sayısının ortalama 28 Milyon olduğu gözlemlenmektedir (Steam, 2023).

Türkiye’de her yıl hazırlanan Türkiye Oyun Sektörü 2022 raporuna göre bilgisayar oyunu oynayan oyunculardan elde edilen toplam hasılat 175 milyon \$ olarak bulunmuştur (Gaming in Turkey, 2022). Aynı zamanda Türkiye’de 2022 yılında toplam bilgisayar oyunu oynayan kişi sayısı tahmini 24-25 milyon olarak belirlenmiştir. Bu açıdan video oyun ve platform endüstrisi, Türkiye’de ve global ölçekte farklı alanlara dağılan (mobil oyun, ciddi oyun, video oyun vb.) geniş bir oyuncu kitlesine sahiptir. Video oyun endüstrisinin önemli bir parçası da oyuncuların iletişim kurma ve bir arada bulunması amacıyla geliştirilen iletişim platformlarıdır. Bu platformlardan biri olan çevrimiçi yayın amacıyla kurulan Twitch.tv oyun oynama alanında en popüler site olarak (1.2 milyon aylık ziyaretçi) endüstride yerini almaktadır (Winik, 2022). Twitch

platformu Justin Kan tarafından 2007 yılında ilk olarak Justin.tv ismiyle kurulup sonrasında ağırlıklı olarak oyun yayını yapma amacıyla twitch.tv olarak tekrar düzenlenmiştir. Toplulukların ortak bir şekilde interaktif aktivitelere katılabildiği konuşma bölümüne istediği anda sorular sorarak cevaplarını alabildiği, tek taraflı olmayan bu platformun popülaritesi hızla artmış ve Amazon şirketi tarafından 2014 yılında satın alınmıştır. Twitch.tv kendi içerisinde oyun içerikleri, politika, yemek yeme, spor ve sadece sohbet kısmı olmak üzere birçok kategori bulundurmaktadır. Platformda kullanıcılar canlı yayında oyun oynarken, bir yandan da izleyicileriyle sohbet edip yayın yapan oyuncular takipçilerinden bağış alarak, sponsorluklarla veya Twitch üzerinden yapılan aboneliklerden pay alarak kazanç elde etmektedirler. Aynı zamanda oyun şirketleri kendi resmi twitch kanallarını oluşturarak yayın faaliyetlerini, oyun güncellemelerini buradan yayınlayabilmektedir.

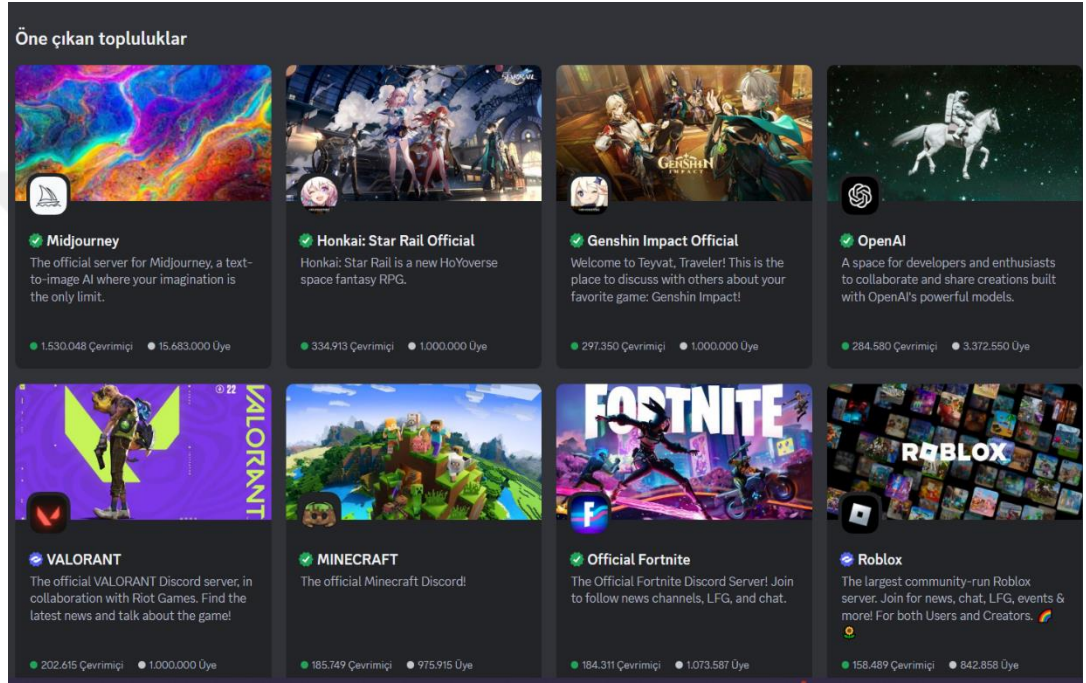


Şekil 12. Riot Games şirketi resmi Twitch kanalı

Kaynak: Twitch, 2023

Diğer bir iletişim platformu olarak Discord, Jason Citron tarafından oyuncu toplulukları oluşturma ve iletişim kurma amacıyla 2015 yılında geliştirilmiştir (Li, 2022). Platformda sunucu adı verilen, tek bir kişi tarafından kurulan ve diğer katılımcıların da farklı rolleri ve yetkilerinin bulunabildiği, sunucu içerisinde sesli yazılı veya görsel içeriklerin paylaşılabildiği kanallar bulunmaktadır. Statista 2023 verilerine göre Discord platformunda 19 milyon aktif sunucu bulunmaktadır (Statista, 2023). Sunucular içerisinde herkese açık olan oyun şirketlerinin kendisi ve ekibinin

oluşturduğu oyuncularını bir araya getirme, etkinlik ve duyuru gibi birçok farklı amacı taşıyan sunucular da bulunmaktadır. Bu tür sunuculara örnek olarak 2022 yılı verilerine göre Discord platformunda yer alan en popüler oyun topluluğu yaklaşık 1.2 milyon üye ile Roblox oyunu olan Blox Fruits sunucusudur (Ceci, 2023). Sunucu içerisinde Roblox oyun geliştiricileri ve oyun şirketi ekibinden de birçok kişi yer almaktadır. Bu açılarından düşünüldüğünde, günümüz oyun endüstrisi tek bir mecradan oyunculara ulaşmamakta; farklı platformları, yayıncılık faaliyetlerini bir arada kullanmaktadır.



Şekil 13. Discord platformunda öne çıkan resmi oyun toplulukları

Kaynak: Discord, 2023

Platformda yer alan sunucuların içerikleri incelendiğinde en kalabalık sunucu listesinde ilk iki sırada yapay zeka laboratuvarı kullanım amacıyla oluşturulan sunucular (Midjourney ve OpenAI) yer alırken; listenin kalan kısmında farklı oyun şirketlerinin kendi oyunları ve o oyunu oynayan oyuncuları için oluşturdukları oyun (Valorant, Lost Ark, Genshin Impact vb.) sunucuları yer almaktadır (Statista, 2023). Platform metin tabanlı, görüntülü ve sesli iletişim seçeneklerini bir arada sunmaktadır. Aynı zamanda platformda kullanıcılar ortak yayın izleme, kaynakları paylaşma gibi imkanlara da sahiptirler. Kullanıcılar profil resmi oluşturabilmekte, kendi hesaplarını Steam, Spotify, Xbox, Twitter, TikTok vb. diğer platformlara bağlayabilmektedirler. Bu açıdan günümüzde video oyun endüstrisi, sadece oyunun piyasaya sunulmasının ötesine

geçerek birçok medya aracını bir arada kullanarak oyunculara ulaşabilmektedir. Aynı zamanda örneğin Riot Games oyun şirketinin Discord ve Twitch platformu dışında YouTube, Spotify, Twitter ve TikTok platformlarında da oyunlarla ilgili içerikler ürettiği ve etkinlikler yürüttüğü resmi sayfaları bulunmaktadır. Bankov (2019) en temelde internet ağlarının gelişimi ve yeni medya ile birlikte video oyun oynama faaliyetini; dijital dağıtım ağlarından satın alınan oyunlar, oyun içi para harcama, en sevdiği yayıncıyı izleme gibi kompleks sosyal bir dinamik olarak tanımlamaktadır (s.202). Bu çerçevede düşünüldüğünde, bir oyuncunun oyun oynama deneyimi video oyun endüstrisi tarafından geliştirilen bir oyunu satın alma ve oynamadan çok daha farklı bir boyutu temsil etmektedir. Teknik boyutuyla oyunlar, video oyun endüstrisi ve oyun geliştiricileri bağlamında gelişmektedir. Oyunun satın alındığı ve oyun deneyimini destekleyen iletişim platformları ise platform endüstrisini oluşturmaktadır. Video oyun ve platform endüstrisinin, oyun oynama deneyiminin bir parçasını oluşturması açısından oyun araştırmalarında önemli bir rol taşıdığı düşünülmektedir. Her iki endüstri aynı zamanda oyunculara çeşitli kariyer imkanları da sunmaktadır. Binark ve Bayraktutan (20) oyuncuları ve kariyer türlerini gündelik oyuncular, sıkı oyuncular, internet kafe oyuncuları progamerlar, Emus, Mod ve Machinima yapanlar (Oyuna içerik üreten oyuncular), oyun uzmanlığı şeklinde sınıflandırmaktadırlar. Bu sınıflandırma açısından düşünüldüğünde dijital oyun ekosistemi ve video oyunlar oyuncularına sadece oyun oynama deneyimini sunmamaktadır. Bu deneyimin yanı sıra oyuncuların katılımcı kültürün bir parçası olarak üre-tüketici rolünü de üstlenmektedir. Bu bölümde oyun kavram ve tanımları, video oyunlar ve video oyun tarihçesi, video oyun ve platform endüstrisine değinilmiştir. Bir sonraki başlıkta oyun araştırmalarında oyuncu deneyimini odağına alan çalışmaların temel kuramsal çerçevesini oluşturan medya psikolojisi ve oyun teorilerine değinilmiştir.

2.2. Medya psikolojisi ve oyun teorileri

Medya psikolojisi; medya ve insan ilişkisini açıklamada iletişim ve psikoloji kuramlarını ortak bir noktada birleştiren bir alanı oluşturmaktadır. Bu çerçevede medya psikolojisi kullanıcının deneyimlediği motivasyon, akış, kullanımlar ve doyumlar, yarattığı sosyal kimlikler gibi medya ve psikoloji ile ilgili konularda inceleme yapmaktadır. Medya psikolojisinin bir diğer çalışma alanı oyun çalışmalarıdır. Bu araştırmada oyuncu deneyimlerinin medya psikolojisi bağlamında incelenmiştir.

Oyuncu deneyimleri; oyun tarafından sunulan içerik, anlatı, karakter, estetik gibi birçok teknik unsurla birlikte oyuncunun oyun oynama esnasında deneyimlediği psikolojik tepkiler, motivasyon, oyuna dalma ve oyuna bağlanma gibi birçok farklı süreci içermektedir. Bu çerçeveden yola çıkarak araştırmanın bu bölümünde medya psikolojisi teorilerine daha sonrasında literatürdeki disiplinlerarası oyun teorilerine kısaca yer verilmiştir. Medya psikolojisi alanında oyuncuların psikolojik deneyimlerini açıklamayı hedefleyen iletişim ve psikoloji kuramları bulunmaktadır. Aynı zamanda oyun çalışmalarında medya psikolojisi kuramları dışında kullanılan birçok farklı kuram ve kavramsal yaklaşım bulunmaktadır. Bu açıdan disiplinlerarası oyun teorileri başlığı altında literatürde gözlemlenen ve oyun çalışmalarında kullanılan kuram ve kavramsal çerçeveler özet bir tablo halinde sunulmuştur. Her iki araştırma alanında kullanılan teorilerden bazıları örtüşmektedir. Medya psikolojisi ve disiplinlerarası oyun teorilerinin ortak bir kuramı olarak öz belirleme teorisi bu araştırmanın kuramsal temelini oluşturmaktadır. Öz belirleme teorisi bu açıdan diğer kuramlardan farklı olarak ayrı bir başlıkta detaylı olarak incelenmiştir. Son olarak ise öz belirleme teorisi çerçevesinde video oyunlara ve ilgili çalışmalara yer verilmiştir.

2.2.1. Medya psikolojisi

Medya ve insan ilişkisini açıklamayı hedefleyen bir alan olarak medya psikolojisi medya kullanımı ve yaratımında deneyimlenen insan davranış, düşünce ve duygularını inceleyen bir çalışma alanı olarak tanımlanmaktadır (Dill, 2013, s.5). Bu tanımlama iletişimde etki paradigmasına benzerlik gösterse de medya psikolojisi; iletişim bilimi ile psikoloji bilimini bir araya getirerek medyanın insanlar üzerindeki etkilerinin yanı sıra medyayı bütün çerçevelerinde psikolojik boyutlarıyla inceleyen bir alanı oluşturmaktadır. Bu özelliği açısından bir medya aracının veya platformunun içeriği kadar sunduğu bir takım özellikler ve bunların izleyici/dinleyici/okur/oyuncu tarafından hangi yönleriyle deneyimlendiği sorusu öne çıkabilmektedir. İletişim ve psikolojinin birleşimi olarak medya psikolojisi aynı zamanda “medya/iletişim çalışmaları ve psikoloji arasındaki evlilik” olarak tanımlanmaktadır (Stever, 2022a, s.36). Bu tanımlama açısından düşünüldüğünde medya psikolojisi iki farklı disiplinin çalışmalarının ortak bir noktasını oluşturmaktadır. Brewer (2011) ise medya psikolojisi alanının psikoloji, medya ve iletişim bilimleri, gazetecilik, reklamcılık, halkla ilişkiler ve siyaset bilimi gibi geniş bir alanı oluşturduğunu vurgulamaktadır (s.5-6). Bu

çerçevede medya psikolojisi, iletişim ve psikoloji ağırlıklı olan disiplinlerarası bir yaklaşım sunmaktadır.

Medya psikolojisi alanındaki çalışmaların tarihçesine bakıldığında, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte ilk çalışmaların 20. yüzyılda başladığı görülmektedir. Sinema, televizyon ve radyoda medya psikolojisi çalışmalarına ihtiyaç duyulmuş ve bu alanlarda çalışmalar yapılmıştır (Yıldırım ve Çakır, 2016). Bu çalışmalardan biri olan Hugo Münsterberg'in 1916 yılındaki *Foto Gösterimi: Psikolojik Bir Çalışma* adlı çalışmasında Münsterberg, sinemayı psikanalizle incelemektedir. Bu çalışma, psikoloji ve medyayı ortak bir çalışma alanı olarak ele almakta ve sinemayı psikoloji bilimi çerçevesinde inceleyen ilk çalışma olarak kabul edilmektedir (Fischhoff, 2005'den akt. Stever, 2022a, s. 33). Sinemaya ek olarak, radyo ve televizyonun da psikoloji bilimi çerçevesinde incelendiği çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Cantril ve Allport (1935) *Radyonun Psikolojisi* adlı çalışmalarında radyonun bilişsel alanı, alımlamada cinsiyet farklılıkları gibi farklı konularda radyoyu psikolojik boyutlarıyla incelemişlerdir (akt. Yıldırım ve Çakır, 2016). Bu açıdan, kitle iletişim araçlarının gelişimi ve toplum üzerindeki etkisi, aynı zamanda medya araçlarının kullanımında psikolojik unsurların incelenmesi ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Medya psikolojisinin bir disiplin olarak kabul edilmesi ise 1986 yılında APA tarafından psikoloji biliminin bir alt alanı olarak tanımlanması ile gerçekleşmiştir. Yeni medyanın gelişimi sonrasında medya psikolojisinin çalışma alanları da bu gelişmeler çerçevesinde şekillenmiştir. Giles (2022), medya psikolojisinin evrimini sadece yeni medya biçimlerinin gelişimi ile sınırlı tutmayarak, disiplinin kendi içerisindeki eş zamanlı değişikliklerden, bakış açılarından ve çalışma yöntemlerinden de etkilenebileceğini öne sürmektedir (s.574). Bu açıdan medya psikolojisi, günümüzde hem alan içerisindeki çalışmalar hem de gelişen medya platformları ile birlikte eş zamanlı kendisini geliştirmektedir.

Medya psikolojisi alanındaki kuramlar, medyanın insan davranışları, tutumları ve inançları üzerindeki etkilerini incelemektedir. Bu bağlamda, video oyunu oynayan oyuncuların deneyimlerini ve motivasyonlarını açıklamayı hedefleyen bu araştırma için medya psikolojisi alanının gerekli kuramsal temeli sunacağına inanılmaktadır. Çünkü medya psikolojisi çalışma alanı olarak medyanın kullanımında veya sonrasında ortaya çıkabilecek davranışların, deneyimlerin açıklanabilmesi süreci ile ilişkili olmaktadır (Trepte ve Reinecke, 2013, s. 15-16). Bu bağlamda oyun oynama deneyiminin medya psikolojisi çerçevesinde incelenmesi, oyunları sadece anlatı, içerik, teknik özellikler ile incelemenin ötesine taşıyarak anlatı, içerik ve teknik özelliklerle beraber oyuncuların

psikolojik deneyimlerini de inceleme imkanı sunmaktadır. Medya psikolojisinin bu yaklaşımını Oğuz (2018, s.89) “odağında, sadece haberin veya iletinin (mesajın) ne olduğu değil, nasıl oluşturulduğu da yer almaktadır” şeklinde ifade etmektedir. Medya psikolojisi çerçevesinde oyunların ve oyuncu deneyimlerinin incelenmesi, aynı zamanda oyuncuların oyun oynama motivasyonları, oyunların teknik, anlatı, karakter vb. özelliklerinin oluşturulması ve oyuncuların hangi süreç ve aşamalarda oyunu deneyimlendiği gibi farklı konularda oyuncuların bakış açısından oyunların incelenmesinde rol oynamaktadır. Özetle, oyun çalışmalarında oyunun bileşenlerinin oyuncuya sunulma amacıyla nasıl oluşturulduğu ve bu bileşenlerin oyuncular tarafından hangi psikolojik boyutlarıyla deneyimlendiğinin incelenmesinde, medya psikolojisi ve teorilerinin önem taşıdığı düşünülmektedir. Bir sonraki başlıkta medya psikolojisi teorilerine değinilmiştir.

2.2.1.1. Medya psikolojisi teorileri

Medya psikolojisi alanı kendi içerisinde iletişim ve psikoloji teorilerini barındırmaktadır. Stever (2022a) medya psikolojisi teorilerini iletişim araştırmaları, sosyal/duygulanım teorileri ve bilişsel temelli teoriler olmak üzere üç ana başlıkta kategorize etmektedir (s.44). Her bir teori başlığı, kendi alanı içerisinde farklı teorilere ayrılmaktadır. Bu kategoriler aşağıdaki tabloda aktarılmıştır:

Tablo 3.

Medya Psikolojisi Teorileri

İletişim Araştırmaları Teorileri	Yetiştirme Teorisi (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, 1986) Kullanımlar ve Doyumlar (Blumler ve Katz, 1974) Gündem Belirleme (McCombs ve Shaw, 1972) ve Çerçeveleme Kuramı (Goffman, 1974)
Sosyal ve duygulanımla ilgili teoriler	Detaylandırma Olasılık Modeli (Petty ve Cacioppo, 1980) Güçlendirici Sarmal Modeli (Slater, 2007) Duygu Yönetimi Modeli (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, 1986) Toplumsal Kimlik Kuramı (Tajfel ve Turner, 1986) Evrimsel Psikoloji ve Bağlanma Örnekleme Kuramı (Zillman, 2002)
Bilişsel Temelli Teoriler	Üçüncü Kişi Etkisi Kuramı (Davison, 1996) Sosyal Öğrenme ve Sosyal Bilişsel Kuram (Bandura, 2001) Öz Belirleme Teorisi (Ryan ve Deci, 1985) Bilgi İşlem Teorisi (Miller, 1956; Atkinson ve Shiffrin, 1968)

Not. [Tablo 3'deki kuramlar] G. S. Stever'in, Routledge tarafından yayımlanmış olan "Media and media psychology" (s.44); 2022, Londra: Routledge. Yayın hakkı 2022, *Understanding media psychology* adlı çalışmasından alınmıştır.

İletişim araştırmaları teorilerinden ilki olan Yetiştirme Teorisine göre, televizyon gündelik yaşamın pratiklerini, toplumu ve kültürün öğelerini yansıtan bir medya aracı olarak kişilerin sahip olduğu birtakım inanç, değer, düşünce ve tutumları değiştirmede etkili bir role sahip olmaktadır (Gerbner, Gross Morgan, & Signorielli, 1986). Televizyonun izleyicisine sunmuş olduğu kültürel, sosyal ve psikolojik birçok davranış, tutum ve inançlar televizyon yaşamını oluştururken; kişinin kendi yaşamı, gerçek

yaşamını oluşturmaktadır. Televizyonun gerçeklerini, bir süre sonra kişinin kendi gerçekleri olarak algılaması ve buna göre yeni bir davranış, tutum ve inanç kalıbı geliştirmeye başlaması, bu anlamda yetiştirme teorisi olarak tanımlanmaktadır. Bu açıdan teori, en genel anlamıyla “gerçek yaşam” ve “televizyon yaşamı” ile ilgili çalışmaktadır (Stever, 2022b, s.47). İletişim araştırmaları teorilerinden ikincisi kullanımlar ve doyumlar teorisine bir sonraki bölümde detaylı olarak değinilmiştir. Üçüncü teorilerin ilki olan Gündem Belirleme, Walter Lippmann (1922)’nın *Kamuoyu* kitabında öne sürdüğü, insanların gerçekliklerini şekillendirmede medyanın rolü olduğu görüşünden yola çıkarak McCombs ve Shaw (1972) tarafından geliştirilmiştir. Gündem belirleme teorisi, insanların dikkatinin bir konudan diğerine çekilmesi ve medyanın insanların ne düşündükleri ile ilgili süreçte etkili bir konumda olması olarak da tanımlanmaktadır.

Sosyal ve duygulanımla ilgili teorilerden ilki olan Detaylandırma Olasılık Modeli (Elaboration Likelihood Model), karar verme veya ikna sürecinde yüksek detaylandırmadan düşük detaylandırmaya doğru giden bir iki paralel süreci incelemektedir. Bu çerçevede, bir karar verme aşamasında tartışılabilen, objektif olarak gözlemlenebilen durum, olay ve olgular yüksek detaylandırılabilirken; his ve algıyla hareket edilen durum, olay ve olgular düşük detaylandırılabilir özelliği taşımaktadır (Petty ve Cacioppo, 1980). İkinci teori olan Güçlendirici Sarmal Modeli, sosyal kimliğin, bu kimliğe dayalı oluşturulan inançların medya yoluyla pekiştirilmesi sürecini incelemektedir (Stever, 2022b, s.52). Bu teoriye göre, medya içeriğinin seçiminde sosyal kimlik önemli bir role sahiptir (Slater, 2007). Üçüncü teori olan Duygu Yönetimi Modeli, medyanın duygularımız üzerindeki etkisi üzerinde durmaktadır. Zillman (2000) medyanın duygularla başa çıkmada ve olumsuz/olumlu duyguları yaratmada etkili olduğunu savunmaktadır. Bu teoriye göre duygu yönetiminin iki işlevi bulunmaktadır. Bunlardan ilki pozitif duygulanımı artırarak negatif duygulanımı azaltmak; ikincisi ise duygulanımda dengeyi sağlamak olarak tanımlanmaktadır (Stever, 2022b, s.54). Dördüncü teori olan Toplumsal Kimlik Kuramına göre ise önyargılar ve kalıplaştırmalar insanların içinde bulunduğu toplumsal gruba ve o gruba göre şekillendirmiş olduğu kimliğe göre biçimlenmektedir (Tajfel & Turner, 1986). Toplumsal kimlik kuramı, insanların medya tercihinde ve kullanımda bu sosyal kimlik süreçlerinin etkisini incelemektedir. Diğer teori başlığı olan evrimsel psikoloji ve bağlanma, medya psikolojisi alanında insan türünün medya karşısındaki tutumunu, davranışını ve tercihlerini evrimsel süreciyle incelemektedir. Sosyal ve duygulanım teorilerinden

sonuncusu olan örnekleme teorisi, duygular ve duyguların düzenlenmesi sürecindeki bilişsel süreçle, bir konunun anlaşılmasında soyut ve somut örneklendirmelerle ilgilenmektedir (Zillman, 2002; Stever, 2022b, s.59). Bu teori açısından düşünüldüğünde duygular ve örneklendirme türleri medya platformunun seçimi, medya içeriğinin anlaşılması, dikkat çekmesi ve kullanımda önemli bir faktör olarak görülebilmektedir.

Bilişsel temelli teorilerin ilki olan Üçüncü Kişi Etkisi Kuramı, medyada insanların genel davranış, düşünce ve tutumlarında kendilerinden çok başkalarının etkisinin baskın olduğunu savunmaktadır (Davison, 1996). Bu teoriye göre medyanın insanlar üzerindeki etkisi doğrudan gerçekleşmemekte diğer insanların medyadaki tutum, davranış ve inançları medya ve insan arasındaki önemli bir etki faktörünü oluşturmaktadır. Stever (2022b) medyanın başkaları üzerindeki etkisi ile ilgili inançların insanların günlük yaşamındaki davranışları üzerinde de etkisi olduğunu öne sürmektedir (s.61). Bilişsel temelli teorilerin ikincisi Sosyal Öğrenme Kuramına ve Sosyal Bilişsel Teoriye göre, insanlar çevrelerindeki olayları deneyimleyerek, başkalarının davranışlarını gözlemleyerek, algılayarak öğrenmektedir (Bandura, 2001). Medya psikolojisindeki bu teorilere göre insanlar medya aracılığı ile gözlemlediği davranış kalıplarına, tutum ve düşüncelere tekrarlı olarak maruz kaldığında, davranışta bir değişiklik görülme bile gözlemlediği davranış kalıplarını, tutum ve düşünceleri öğrenebilmektedir. Bandura (2001), insanların medyadan öğrenme süreçlerinin yüz yüze öğrenme sürecine çok benzer olduğunu savunmaktadır (akt. Stever, 2022b, s.64). Üçüncü bilişsel temelli teori olan Öz Belirleme Teorisine, ayrı bir başlık altında, ilerleyen bölümde detaylı olarak değinilmiştir. Bilişsel temelli teorilerin sonuncusu olan Bilgi İşlem Teorisi, insanların bilgi işleme sistemini bilgisayarların işleyişi metaforu ile açıklamaktadır (Atkinson & Shiffrin, 1968). Medya tarafından sunulan bilginin işlenmesi sürecinde bu anlamda bilgi işlem teorisi kullanılmaktadır. Oyun araştırmalarında, medya psikolojisi dışında farklı teorilere de atıf yapılmaktadır. Bir sonraki başlıkta bu teoriler ele alınmıştır.

2.2.2. Disiplinlerarası oyun teorileri

Ulusal ve uluslararası oyun çalışmaları literatürü, psikoloji, iletişim ve medya çalışmaları ile bilgisayar mühendisliği gibi farklı bilim dallarını kapsayan bir yapıya sahiptir. Buna göre, oyun teorileri de disiplinlerarası teorileri içeren geniş bir teori

yelpazesine sahiptir. Bu açıdan düşünüldüğünde oyun teorileri de disiplinlerarası geniş bir teori yelpazesi oluşturmaktadır. Türkiye’de yapılmış oyun araştırmalarında kullanılan teorileri belirleme amacıyla Ulusal Tez Merkezinde⁸ 04.02.2023 tarihinde İletişim Bilimleri alanında oyun çalışmaları konusundaki 29 yüksek lisans ve doktora tezi, kuramsal çerçeveleri açısından incelenmiştir. Bu bağlamda, “video oyun” anahtar kelimesini içeren dört tez, “bilgisayar oyunu” anahtar kelimesini içeren üç tez, “dijital oyun” anahtar kelimesini içeren 20 tez ve “çevrimiçi oyun” anahtar kelimesini içeren 2 tez olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca “internet oyunu” anahtar kelimesini içeren herhangi bir tez olmadığı da gözlemlenmiştir. Türkiye’deki yüksek lisans ve doktora tezlerinde kullanılan kuramlara dair genel bir bakış sunmak amacıyla, literatür incelemesi neticesinde elde edilen veriler, aşağıda tablo olarak sunulmuştur. Ulusal çalışmalarda kullanılan teoriler, veri toplama yöntemi ve kavramsal çerçevenin yanı sıra uluslararası literatürde kullanılan oyun teorilerine de bu bölümde yer verilmiştir. Tezlerin yayın yılı, yayın dili, lisans derecesi, veri toplama yöntemi, tezlerde kullanılan kavramsal çerçeve ve teoriler aşağıda tablolastırılmıştır⁹.

Tablo 4.

Tez Yayın Yılı ve Sayısı

Tez yayın yılı	Tez sayısı
2010	2
2013	2
2016	3
2017	2
2018	1
2019	4
2020	7
2021	6
2022	1
2023	1

⁸ <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>.

⁹ İncelenen tezler EK 2’de yer almaktadır.

Tablo 5.

Tez Yayın Dili ve Sayısı

Tez yayın dili	Sayısı
Türkçe	25
İngilizce	4

Tablo 6.

Lisans Derecesi ve Tez Sayısı

Derece	Tez Sayısı
Yüksek Lisans	21
Doktora	8

Tablo 4 incelendiğinde, oyun çalışmalarının 2020-2021 yılları arasında diğer yıllara göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Tablo 5'te görüldüğü gibi, tezlerin büyük kısmı Türkçe'dir, İngilizce yazılan az sayıda tez vardır. Tablo 6'da sunulduğu gibi, tezlerin büyük kısmı yüksek lisans tezidir.

Tablo 7.

Veri Toplama Yöntemi ve Tez Sayısı

Tezlerde kullanılan yöntem	Tez sayısı
Anket	5
Göstergebilimsel analiz	2
Netnografi	1
İçerik analizi	7
Betimsel analiz	2
Metin analizi	2
Katılımcı gözlem	1
Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme	5
Bütüncül analiz	1
Karma Yöntem	3
Belirtilmemiş	3

Tablo 8.

Tezlerdeki Kavramsal Çerçeve

Tezlerdeki kavramsal çerçeve	Tez sayısı
Oyun endüstrisi/ Yaratıcı emek	2
Anaakım medyada oyun bağımlılığının temsili	1
Oyunlarda şiddet unsuru ve şiddet kavramı	2
Oyun bağıllığı (anlatı bağıllığı)	1
Karşı-hegemonya pratikleri	1
Oyun reklamlarının temsili ve alımlanması	1
Oyun oynama pratikleri	2
Ekonomi politik yaklaşım	1
Oyunlarda ideolojinin temsili	1
Oyun pedagojisi	1
Oyun bağımlılığı	4
Toplumsal cinsiyetin temsili	2
Kültür endüstrisi	2
Sanal gerçeklik	1
Oyunlarda propaganda kavramı	1
Empatik iletişim	1
Kimlik kavramı	1
Katarsis kavramı	1

Tablo 7 incelendiğinde, tezlerde çoğunlukla içerik analizi ve yarı yapılandırılmış görüşme yönteminin kullanıldığı görülmektedir. Buna göre, Türkiye’de oyun araştırmalarda nicel yöntemlerden çok nitel yöntemlerin kullanılması, oyuncu odaklı yaklaşımlara yer verildiğini göstermesi açısından önemli bir veri sunmaktadır. Tablo 8’de tezlerde kullanılan genel kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. Kullanılan genel kavramsal çerçevenin tespit edilebilmesi amacıyla tezlerin her birinin içindekiler bölümünden kuramsal kısmı incelenmiştir. Yapılan incelemede araştırmaların çok farklı çerçevelerde oyunları incelediğini gözlemlenmektedir. Bu gözlem sonucunda oyun çalışmalarında Türkiye’de yapılmış çalışmaların oyunları çok farklı yönleriyle incelenmesi aynı zamanda oyun çalışmalarının disiplinlerarası yönünü de yansıtmaktadır.

Tablo 9.

Tezlerde Kullanılan Teoriler

Tezlerde Kullanılan Teoriler	Tez Sayısı
Sosyal-Bilişsel Öğrenme Kuramı, Taklit Kuramı, Duyarsızlaştırma Kuramı, Üçüncü Değişken Kuramı, Sosyal Karşılaştırma Kuramı	1
Temsili Olmayan Kuramlar	1
Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı	2
Dalma Teorisi	1
Anlatı Kuramı	3
Simülasyon Kuramı	3
Varoluşçu Feminist Kuram	1
Sihirli Çember Kuramı	1
Monomit Kuramı	1
Sembolik Etkileşim Kuramı	2
Yetiştirme Teorisi	2
Oyun Kuramları	1
Etki Kuramı	1
Etkileşim Kuramları	1
Kullanılmamış	15

Tablo 9’da tezlerde kullanılan kuramlar ve bu kuramların kaç tezde kullanıldığı ayrı ayrı sunulmuştur. İnceleme sonucu, toplam 29 tezin 15’inde herhangi bir kuramsal çerçeve sunulmadığı da tespit edilmiştir. Bu açıdan tezlerde teorilere çok fazla yer verilmediği, daha çok bir kavramsal yaklaşım üzerinden oyunların ve oyuncuların incelendiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, Türkiye’de oyun çalışmaları alanındaki tezlerde uluslararası literatürde referans alınan oyun teorilerine çok da yer verilmediği görülmektedir. Bu bağlamda, incelenen tezlerde, medya psikolojisi kapsamında ele alınan teorilerden sadece ekme teorisi, sosyal karşılaştırma teorisi ve kullanımlar ve doyumlar teorisi kullanılmıştır. Medya psikolojisi ile ilgili araştırmaların ilkinde tüketicilerin satın alma davranışı medya psikolojisi çerçevesinden incelenirken (Çidem, 2017); diğer araştırmada internet kullanıcılarının mahremiyet endişeleri yine medya psikolojisi bağlamında incelenmiştir (Yıldırım, 2017). Bu araştırmada incelenen “oyun bağlılığı” kavramı ve kuramlarına ise sadece tek bir tezde değinildiği tespit edilmiştir. Söz konusu tezde Şengün (2016), video oyunlardaki anlatı ve kurgusalılığı,

oyunculardaki oyunla ilişki kurma/bağlanma sürecini oyuncu türleriyle açıklamaktadır. Çalışmada video oyun bağıllığı teorilerinden kullanımlar ve doyumlar ve dalma teorisine değinilmektedir.

Uluslararası oyun çalışmaları literatüründe medya psikolojisindeki kuramların yanı sıra, bu araştırma kapsamında incelenen oyun bağıllığına dair bazı başka kuramlar olduğu da görülmektedir. Silpasuwanchai ve Ren (2018) oyun bağıllığı ile ilgili teoriler başlığı altında oyun çalışmalarında kullanılan teorileri kategorize etmişlerdir. Oyun bağıllığı araştırmalarında, oyunların sahip olduğu bağlayıcı etkenler psikolojik, sosyal, estetik, oyuncu deneyimi ve iletişim gibi farklı alanlar ve teorileri çerçevesinde incelenmektedir. Bu açıdan oyun bağıllığı ile ilgili birçok farklı teori bulunmaktadır. Bu teorileri meta-analizle inceleyen söz konusu çalışmada araştırmacılar, oyun bağıllığı teorilerini ihtiyaç tatmini, duygu, biliş (zihin), ilişkiler ve estetik olmak üzere beş farklı kategoriye ayırmaktadırlar (Silpasuwanchai & Ren, 2018, s.659). Her bir kategori içerisinde bulunan teoriler ve disiplinler aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 10.

Oyun Bağlılığı ile İlgili Teoriler

Tema	Teoriler	Yazarlar ve Yıl	Alan
<i>İhtiyaçlar ile ilgili teoriler</i>	Öz Belirleme	Deci and Ryan (2000)	Medya Psikolojisi
	Kullanım ve Doyumlar	Katz and Blumler (1974)	İletişim Bilimleri/Medya Psikolojisi
<i>Duygu ile ilgili teoriler</i>	Duygu teorisi	Çeşitli/Freeman (2003); Lazzaro, (2004); Ravaja vd., (2004)	Oyuncu deneyimi (Player Experience-PX)
	Oyun teorisi	Caillois (2001); Huizinga (2015)	Oyun kültürü
	Duygu Durum Yönetimi	Zillmann and Bryant (1985); Trepte vd. (2013)	Medya psikolojisi
	Duygusal Eğilim	Raney (2003)	Medya psikolojisi
<i>Bilişsel teoriler</i>	Akış kuramı	Csikszentmihalyi (1990)	Pozitif psikoloji
	Dalma teorisi	Çeşitli/ Jennett vd. (2008); Curran (2013); Murray (2016)	Oyuncu deneyimi (Player Experience-PX) ve Medya psikolojisi
	Mevcudiyet Teorisi	Çeşitli/ Slater, Usoh, & Steed (1994); Witmer & Singer, (1998); Weibel & Wissmath (2011)	Psikoloji
	Bedenleştirme teorisi	Çeşitli/Gibson, (1979); Bianchi-Berthouze (2013)	Medya psikolojisi; Oyuncu deneyimi (Player Experience-PX)
	Amaçlar teorisi	Çeşitli	

<i>İlişkiler ile ilgili teoriler</i>	Temel kişilerarası ilişkiler teorisi (FIRO)	Schutz (1958)	Sosyal psikoloji
	Sosyal kolaylaştırma teorisi	Zajonc (1965)	Sosyal psikoloji
	Sosyal karşılaştırma kuramı	Festinger (1954)	Sosyal psikoloji
<i>Estetikle ilgili teoriler</i>	Görsel-işitsel	Çeşitli/Parker&Heerema (2007)	Oyuncu deneyimi
	Gerçeklik ve Bağlılık	Çeşitli/Witmer & Singer (1998)	Medya psikolojisi; Simülasyon; Oyuncu deneyimi

Not. [Tablo 10'daki kuramlar] C. Silpasuwanchai ve X. Ren'in, John Wiley & Sons tarafından yayımlanmış olan "The Wiley handbook of human computer interaction " (s.660); 2018 „New York: John Wiley & Sons. Yayın hakkı 2018, *A quick look at game engagement theories* adlı çalışmasından alınmıştır.

Yukarıdaki tabloda ihtiyaçlarla ilgili temalaştırılan kategoride oyuncunun oyun oynama sırasında ve sonrasındaki deneyimlediği psikolojik süreç incelenmektedir. Duygularla ilgili teoriler bölümünde yer alan kuramlar oyuncuların duygu-durumlarının oyun öncesi ve sonrası değişip değişmediği gibi oyuncuların oyun deneyimindeki duygularını incelemektedir. Bilişle ilgili teoriler oyuncuların oyun deneyimindeki dalma, akış, el-göz koordinasyonu, kendini oyundaki karakterle bedenleştirme gibi bilişsel süreçlere ilişkindir. İlişkilerle ilgili teoriler ise oyuncuların diğer oyuncularla sosyal etkileşimlerinin oyun oynama deneyimindeki rolünü incelemektedir. Son olarak estetikle ilgili teorilerde, oyunun görüntü, ses, sanal gerçeklik gibi teknik özelliklerinin oyun oynama deneyimindeki ve oyuna bağlayıcı rolü incelenmektedir. Silpasuwanchai & Ren Ren'in (2018) çalışmasında, oyun bağlılığı temasının ve de bu temayla bağlantılı

olarak ortaya konan alt teorilerin, oyun bağıllığını birçok farklı açıdan incelemeye olanak verdiği görülmektedir. Yukarıda sunulan tüm teoriler göz önüne alındığında, oyun bağıllığını incelemeyi hedefleyen bu araştırmada, ihtiyaç teorilerinden kullanımlar ve doyumlar kuramına kısaca değinilmesinin ve de öz belirleme kuramının ayrıntılı olarak ele alınmasının, araştırmacının konuya yaklaşımını ortaya koyması açısından daha uygun olacağı düşünülmektedir.

İhtiyaçlarla ilgili kuramlardan ilki olan, Elihu Katz tarafından geliştirilen kullanımlar ve doyumlar kuramı, medyanın ihtiyaçları doyurma işlevinden yola çıkar. Katz (1959) medyanın bir mesajı iletirken kişinin içinde bulunduğu sosyal ortam (roller, ilişkiler vb.) ve psikolojik unsurlardan (değerler, ilgi alanları, tutumlar vb.) bağımsız olamayacağını ve etki alanının bu bağlamlarla ilişkili olduğunu varsaymaktadır (s.2). Aynı zamanda, kullanımlar doyumlar kuramı, bir medya mesajının iletiminde kişinin ihtiyaçlarının karşılanması ve bu ihtiyaçlar çerçevesinde o medyanın kullanımı süreci incelenmektedir. Bu açıdan kullanımlar ve doyumlar teorisine göre, toplumsal ve psikolojik ihtiyaçlara karşı duyulan gereksinim ve beklentiler kişileri farklı kitle iletişim araçlarına, farklı kullanım alanlarına istemsizce yönlendirmektedir (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974, s.510). Kullanımlar ve doyumlar teorisi günümüzde oyunlar başta olmak üzere birçok farklı medya platformunda kişilerin hangi ihtiyaçlarını karşılama amacıyla o platformu kullandığının incelenmesinde de kullanılmaktadır.

Kullanımlar ve doyumlar kuramı açısından oyun oynama davranışını inceleyen Sherry, Lucas ve arkadaşları (2006) oyuncularla yapılan odak grup görüşmeleri sonucunda, oyuncuların kendi aktardıkları deneyimleri çerçevesinde, oyunlarda altı kullanım ihtiyacı belirlemektedirler (s.218). Araştırmada oyuncuları oyun oynamaya yönlendiren bu altı ihtiyaç ve doyum; rekabet, meydan okuma, oyalanma, fantezi, sosyal etkileşim ve uyarılma. Bu ihtiyaçlardan rekabet oyuncuların gerçek hayattaki ve oyundaki arkadaşlarını, tanımadıkları kişileri yenme ihtiyacı ve doyumunu; meydan okuma, oyuncuların bir çaba sonucunda başarıyı elde etmesi ve deneyimlemesini ifade etmektedir. Oyalanma stresli bir durumdan kaçış veya eğlenerek olaylardan uzaklaşma ihtiyacı iken fantezi oyunun kurgusallığı ve hikayesinde deneyimlenen gerçekçi olmayan ihtiyaçları oluşturmaktadır. Sosyal etkileşim ihtiyacında oyuncuların sosyallik ihtiyaçları ve uyarılma ihtiyacında ise oyun oynama deneyiminde yaşanan heyecan gibi olumlu duyguların tekrar deneyimlenmesi ihtiyacı bulunmaktadır. İhtiyaçlarla ilgili diğer bir kuram olan öz belirleme kuramı, bu araştırma kapsamında temel kuram olarak kullanılacağından, ayrı bir başlık altında ayrıntılı olarak incelenmektedir.

2.2.3. Öz belirleme teorisi

Öz belirleme teorisi (Self-Determination Theory/SDT) Edward Deci ve Richard Ryan (1985) tarafından insan motivasyonunun içsel doğasını, ihtiyaçlarını belirleme ve anlama amacıyla farklı teoriler, araştırmalar çerçevesinde yapılandırılarak geliştirilen bir motivasyon kuramıdır (s.9). Araştırmacılar öz belirleme teorisini incemele sürecinde öncelikle içsel/dışsal motivasyon, motivasyonsuzluk ve öz belirleme kavramına değinmektedirler. Motivasyon, öz belirleme kuramı çerçevesinde üç şekilde kavramsallaşmaktadır. Bu kavramlar; içsel motivasyon, dışsal motivasyon ve motivasyonsuzluk olarak tanımlanmaktadır. Motivasyonsuzluk insanların bir davranışı gerçekleştirme isteği duymaması ve motivasyon eksikliği olarak tanımlanmaktadır (Deci & Ryan, 2000, s.237). Bir kişinin davranış, aktivite ve seçimleri başkaları tarafından yönlendirildiğinde motivasyonsuzluk görülebilmektedir. İçsel motivasyon ise yetkinlik ve öz belirleme konusunda doğuştan var olan organizmaya dayalı ihtiyaçlara dayalı motivasyonlar olarak tanımlanmaktadır (Deci & Ryan, 1985, s.32). Bu tanımlama açısından içsel motivasyonların ilkel dürtülerle benzerlik gösterdiği düşünülse de araştırmacılar her iki kavram arasındaki farklılıklara da değinmektedir. İlkel dürtüler (açlık, saldırganlık, cinsellik vb.) kişiyi ihtiyacın tatmin edilmesine zorlaması, ihtiyaç giderildiğinde kaybolması ve sonrasında tekrardan ortaya çıkması döngüsü açısından içsel motivasyondan farklılaşmaktadır (Deci & Ryan, 1985, s.32). İçsel motivasyonun önemli bir özelliği baskı ve zorlamanın bulunmamasıdır. Bu açıdan da içsel motivasyon ve ilkel dürtüler farklılaşmaktadır.

İçsel motivasyonun belirleyicisi, bir davranışın gerçekleştirildikten sonra yaşanan sonuç beklentisinden ziyade kişinin o davranış sırasındaki psikolojik ihtiyaçlarının içsel tatmini olarak tanımlanmaktadır (Ryan & Deci, 2000a, s.56). Bu açıdan içsel motivasyonda bir seçim veya davranış; ödül, takdir, para kazanmak vb. dışsal bir sonucun gelmesi gibi sebeplerle gerçekleştirilmemektedir. Bu motivasyon kişinin kendisi ve seçimleri ile ilgili olmakla beraber bir faaliyetle ilgili de olabilmektedir. Diğer motivasyon türü dışsal motivasyon, bir sonuç elde etmek amacıyla bir faaliyetin yapılması ile ilgili olmaktadır (Ryan & Deci, 2000a, s.60). Bu açıdan içsel motivasyon; bir aktiviteden amaca hizmet eden bir değer elde etmekten çok sadece aktivitenin kendisi keyifli olduğu için davranışın gerçekleştirilmesi olarak dışsal motivasyondan farklılaşmaktadır. Bir davranış veya aktivite ilgi çekici olmadığında davranışın gerçekleştirilmesi için dışarıdan teşvik edilerek dışsal olarak motive

edilmekte ve insanların davranışı gerçekleştirme isteği değer görme gibi konularla ilişkili olmaktadır (Ryan & Deci, 2000a, s.64). Bu açıdan aktivitenin ilgi çekiciliği ile dışsal motivasyon arasında ters korelasyon oluşmaktadır.

Öz belirleme kavram olarak, insanların içsel motivasyonla bir eylemi gerçekleştirirken seçimin tamamen kişiye ait olması yani dışarıdan bir baskı, olumlu veya olumsuz bir pekiştireç (ödül, ceza vb.) olmadan kişinin seçim yapabilme, bu seçimlere sahip olma kapasitesi ve ihtiyacı olarak tanımlanmaktadır (Deci & Ryan, 1985, s.38). Bu açıdan bir davranışın gerçekleşmesini veya kişinin seçimini belirleyen dışsal bir zorlama, ödül veya başka bir etken olmamaktadır. Davranış veya seçim tamamen içten gelen bir motivasyonla gerçekleştirilmektedir. Öz belirleme teorisi bu açıdan motivasyonun içsel/dışsal boyutları, duygu ve kimlik yaratma gibi süreçleriyle inceleyen makro bir teori olarak tanımlanmaktadır (Vansteenkiste, Niemiec & Soenens, 2015, s.105). Öz belirleme teorisi kendi içerisinde beş farklı mini teori bulunmaktadır. Öz belirleme teorisinin altındaki mini teoriler aşağıdaki Şekil 14’te gösterilmektedir.



Şekil 14. Özbelirleme teorisi ve beş mini teori

Öz belirleme teorisi, bir davranışın gerçekleştirilmesinde veya bir aktivitenin seçilmesinde, tekrarlanmasında ve emek verilmesindeki en büyük faktörün içsel motivasyon olduğunu öne sürmektedir (Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000a). Bu açıdan içsel motivasyonu belirleyen psikolojik temel ihtiyaçlar, hedeflerin türleri, kişisel

özellikler gibi alt teoriler öz belirleme teorisinin anlaşılması açısından önem taşımaktadır. Bilişsel Değerlendirme Teorisi (Cognitive Evaluation Theory/CET) içsel motivasyonun oluşmasında ve değişmesinde etkili olan dışsal faktörlerin (ödül, seçim vb.) belirlenmesi amacıyla geliştirilmiştir (Deci & Ryan, 1985). Bu teoride yeterli olduğunu hissetme gibi içsel durumlar ve ödül, başkaları tarafından takdir edilme gibi dışsal durumların insanların bir davranışı gerçekleştirmesinde içsel motivasyonlarını ne derecede etkilediği açıklanmaktadır. İnsanların temel ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmadığı içsel motivasyonun gelişmesinde veya engellenmesinde etkili olmaktadır. Örneğin özerklik ve yeterlilik ihtiyaçlarının tatmin edilmesi ile içsel motivasyon arasında güçlü bir ilişki olduğu bulunmuştur (Ryan & Deci, 2000b, s.71). İçsel motivasyon sadece kişinin kendisi ile ilgili olmamaktadır. Bir davranış sırasında veya sonrasında yeterli hissetme gibi içsel durumlar ve ödül, iletişim, geri bildirim gibi dışarıdan gelen yanıtlar da içsel motivasyonu arttırmaktadır (Ryan & Deci, 2000a, s.58). İçsel motivasyon bu açıdan hem kişinin kendi psikolojik ihtiyaçları hem de dışarıdan aldığı geri bildirim, ödül, takdir gibi dışsal etkenlerle desteklenebilmektedir. Benzer şekilde içsel motivasyonda, kişinin içerisinde bulunduğu ortam, kendisi ile ilgili inançları veya başkalarının kendisi hakkındaki fikirleri gibi dışsal tetikleyiciler önemli bir faktör olarak görülmektedir (Legaut, 2017, s.3). Tüm bu çerçeveye göre içsel motivasyonun psikolojik temel ihtiyaçlar başta olmak üzere birçok farklı belirleyicisi bulunmaktadır.

Organizmik Bütünleşme Teorisi (Organismic Integration Theory/OIT) dışsal motivasyonun farklı türlerini ve davranışın gerçekleştirilmesi sürecinde kişiyi destekleyen ve engelleyen çevresel faktörleri açıklamaktadır (Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000a, s.61). Bu teori çerçevesinde dışsal motivasyon kendi içerisinde dört türe ve dereceye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki olan dışsallaştırma; sadece ödüle ulaşma veya dışarıdan gelen bir isteği karşılama arzusuyla ortaya çıkmaktadır (Ryan & Deci, 2000b, s.72). Dışsallaştırma, daha basit bir süreci yani ödül-davranış-sonuç ilişkisini açıklamaktadır. İkinci dışsal motivasyon türü olan içselleştirme, bir davranış benimsense de tamamen kabul edilmemesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Ryan & Deci, 2000b, s.72). İçe dönük düzenleme/içselleştirme, bir davranışın daha sonrasında suçluluk duygusu yaşamama, yapılmadığı için kaygı duymayı engelleme veya gurur gibi faktörlerle hareket edilen dışsal motivasyon türünü oluşturmaktadır. Üçüncü tür olarak belirleme evresinde davranış üzerinde kişi daha karar verici ve özdeşleşmiş bir

konumdadır (Ryan & Deci, 2000b, s.72). Belirlenmiş dışsal motivasyon sürecinde kişi davranışını ve sonuçlarını kabul edip sahiplenme durumdadır.

Dördüncü dışsal motivasyon türü olan bütünleşme evresinde ise kişi aktivitesi, seçimi ve davranışlarını kendi değer ve ihtiyaçları ile uyumlu hale getirerek özümseyerek kendisiyle bütünleştirmektedir (Ryan & Deci, 2000b, s.73). Bu aynı zamanda psikolojik bir süreci de ifade etmektedir. Bu motivasyon türüne göre insanlar çocukluk döneminden yetişkinliğe geçiş sürecinde eylemlerinde ve aktivitelerinde içsel motivasyonlarını kaybetmekte, içsel motivasyonlarını tekrar kazanma amacıyla dışsal motivasyonları içselleştirme sürecine girmektedir (Vansteenkiste, Niemiec & Soenens, 2015, s.113). Dışsal motivasyonun dört türüne bakıldığında bütünleşme, içselleştirmenin daha yoğun yaşandığı bir evredir. İçselleştirme, davranışın yapılma amacının benimsenmesini ifade ederken, bütünleştirme davranışın kişiselleştirilmesi ve benlikle ilgiliymiş gibi algılanmasını ifade etmektedir (Ryan & Deci, 2000b, s.71). Bu durum aynı zamanda içselleştirilmiş ve bütünleşmiş bir motivasyonun dışsal bir nedenle yapıldığının ayrımının yapılabilmesini zorlaştırmaktadır. Bir davranışın tamamen kişinin kendi isteğiyle yaptığı içsel motivasyonla; istediğinin bu olduğunu düşündüren benimsenmiş bir dışsal motivasyon dışarıdan bakıldığında çok benzer gözükmektedir.

Nedensel Yönelim Teorisi (Causality Orientations Theory/COT) motivasyonun sağlanmasında kişisel özelliklere odaklanmaktadır. Deci & Ryan (1985) insanların özerklik, kontrol, kişisel olmayan yönelimi olduğunu ve bu yönelimlerin psikolojik ve davranışsal değişkenlerde, motivasyonda etkili olduğunu öne sürmektedirler (s.153). Bu üç yönelime sahip bireyler davranış ve seçimlerinde farklı yaklaşımlara sahiptir. Örneğin özerklik yönelimi yüksek olan bir kişi davranış, seçim ve aktivitelerinde kendi inanç ve tutumunu daha ön planda tutarken, tam tersi olarak kontrol yönelimi yüksek olan bireyler dışarıdan gelen tepki ve isteklere göre hareket etme, dışarıdan gelen olayları baskı olarak algılama ve kontrol dürtüsü ile davranma eğilimi göstermektedirler (Vansteenkiste, Niemiec & Soenens, 2015, s.125-126). Özerklik kişiyi daha içsel motive ederken, kontrol yönelimi kişiyi dışsal motivasyon unsurlarına açık hale getirmektedir. Diğer bir kişilik özelliği olan kişisel olmayan yönelimde, kişiler yaşamlarındaki olayların kendi kontrollerinin ötesinde algılayarak; çaresizlik, etkisizlik ve edilgenlik duyguları yaşama eğilimine sahiptirler (Vansteenkiste, Niemiec & Soenens, 2015, s.126). Bu yönelim türünde kişiler bir davranışı gerçekleştirmede motivasyonsuzluk yaşamaktadırlar. Bu üç yönelim her kişide bulunsada baskın olan

yönelim kişinin motivasyonunun içsel/dışsal veya motivasyonsuz olmasında etkili olmaktadır.

Hedef İçerik Teorisi (Goal Content Theory/GCT) hedeflerin içeriği ve türlerinin motivasyon üzerinde etkili olduğunu öne sürmektedir. Kasser ve Ryan (1996) hedefleri içsel ve dışsal olarak iki şekilde ayırmaktadır. İçsel hedefleri kendini gerçekleştirme, kişisel gelişim, topluma katkı sağlama gibi amaçlar oluştururken; dışsal hedefler para kazanmak, şöhret, imaj yaratma gibi amaçları oluşturmaktadır. İnsanlar hedeflerine yönelik davranışlarında kontrol daha az olduğunda ve özerklik daha yoğun olduğunda yani karar veren kişi kendileri olduğunda davranış daha olumlu sonuçlanmaktadır (Deci & Ryan, 2000, s.243). İçsel hedef odaklı olan ve özerklik yönü baskın olarak gerçekleştirilen davranışlar, insanların içsel motivasyonla hareket etmelerinde etkili olmaktadır. Dışsal hedefler aynı zamanda insanların içsel ihtiyaçlarını gerçekleştiremediğinde kullandığı ve peşinden koştuğu telafi etme özelliği taşıyan hedefler olarak tanımlanmaktadır (Vansteenkiste, Niemiec & Soenens, 2015, s.145). Kişilik özellikleri gibi hedeflerin içerikleri de iç içe geçmiş bir durumdadır. Kişinin hangi durumlarda hangi motivasyonla hareket ettiği bu anlamda psikolojik temel ihtiyaçları çerçevesinde şekillenmektedir.

Temel İhtiyaçlar Teorisi (Basic Needs Theory/BNT) öz belirleme teorisinde psikolojik, fiziksel ve sosyal açıdan iyi oluş için gerekli olan temel ihtiyaçları yani “psikolojik besinleri” belirlemektedir (Ryan & Deci, 2002, s.7). Bu teoriye göre insanlarda özerklik, ilişkili olma ve yeterlilik olmak üzere üç temel psikolojik ihtiyaç bulunmakta ve içsel motivasyon sağlamaktadır. Bunlardan ilki olan yeterli olma ihtiyacı kişinin kapasitesi için en uygun zorluğu bulması ve bunu çeşitli yollarla sürdürmesi, zorluğu aşmaya karşı güven ve etkililik duygusu olarak tanımlanmaktadır (Ryan & Deci, 2002, s.7). Bir etkinliğin zorluğunun kişi için ideal olduğu durumlarda, yeterli olma ihtiyacı ile kişi o davranışı başarı ile gerçekleştirme veya kendisi için bir başarı elde etme amacıyla gerçekleştirmektedir. İkinci psikolojik temel ihtiyaç olan ilişkili olma ihtiyacı kişinin yaşamını bütünleştirme amacıyla başkalarına bağlanma ve başkaları tarafından kabul edilme ihtiyacı olarak tanımlanmaktadır (Ryan & Deci, 2002, s.7). Bir etkinliğin sosyal ilişkiler içermesi bu açıdan kişinin temel ihtiyacı olan ilişkili olmayı tatmin etmektedir.

Özerk olma ihtiyacına göre ise bireyler, yaşamlarında davranış ve amaçlarında kendi kendini düzenleme ve kendi kararlarını kendisinin vermesi eğilimi ve ihtiyacına sahip olmaktadır (Deci & Ryan, 2000, s.253). Karar verme mekanizmasının ve

seçimlerin belirleyicisinin kişinin kendisi olması özerklik ihtiyaını karşılamaktadır. Özetle bir davranışın, seçimin ve aktivitenin hiçbir dışsal faktör olmadan tamamen içinden geldiği için yapılmasında, yani kişinin o davranışa olan içsel motivasyonunda bu üç temel ihtiyaç etkili olmaktadır. z Belirleme teorisi uygulama ve etkileri eğitim, spor, psikoterapi, çalışma yaşamı gibi alanlarda incelenmektedir (Deci & Ryan, 1985). Bu alanlara ek olarak günümüzde video oyunlar da öz belirleme teorisi çerçevesinde incelenen bir alanı oluşturmaktadır. z belirleme teorisi açısından video oyunlara bir sonraki başlıkta yer verilmiştir.

2.2.3.1. z Belirleme teorisi çerçevesinde video oyunlar

Scott Rigby ve Richard Ryan (2011) *“Glued To Games: How Video Games Draw Us In and Hold Us Spellbound”* kitabında video oyunların çekici olmasını sağlayan derin tatminleri, hangi psikolojik ihtiyaçların karşılandığını ve bu ihtiyaçlarla oyunlar arasındaki ilişkiyi bir model olarak sunmaktadırlar (s.9). Araştırmacılara göre insanları oyun oynamaya çeken etmen, oyunların sunduğu bir takım özelliklerle insanlardaki özerklik, ilişkili olma ve yeterlilik temel ihtiyaçlarının tatmin edilmesidir. Araştırmacılar oyuncunun ihtiyaç tatmini deneyimi (The Player Experience Of Need Satisfaction/PENS) adını verdikleri bir model oluşturmuşlardır. Bu modele göre oyunların yeterlilik, özerklik, ilgililik, mevcudiyet ve sezgisel kontroller olmak üzere beş farklı tasarım ve deneyim teması bulunmaktadır. Psikolojik temel ihtiyaçlar olan özerklik, ilişkili olma ve yeterliliğin oyun açısından üç yönü bulunmaktadır (Rigby ve Ryan, 2011, s.5). Bu yönler şu şekildedir:

1. *Oyun mekanikleri*: “Oyun kontrolü, kullanıcı arayüzü ve oyuncunun oyunda amaçladığı eylemleri gerçekleştirmesine aracılık eden diğer oyun ğeleri (...) (Rigby ve Ryan, 2011, s.5)”.
2. *Oynanış*: Oyuncunun dünyası ve oyunların içeriğinde oyuncunun bütün etkinlikleri olarak tanımlanmaktadır.
3. *Oyuncu hikayesi*: “Oyunun kendisini çevreleyen ‘meta oyun’ öğeleri (r. Çevrimiçi forumlar, oyun skorları, vb.) dahil olmak üzere, oyuncunun karakterinin zaman içinde kalıcı gelişimine atıfta bulunur (Rigby ve Ryan, 2011, s.5)”.

Bu açıdan oyuncu motivasyonunu belirleyen psikolojik temel ihtiyaçlar, aynı zamanda oyunun kendi bağlamına göre de değişmektedir. Oyun mekanikleri, oynanış ve oyuncu hikayesi yani oyuncunun oyun içerisindeki sosyal, başarı konusundaki gelişmeleri oyun motivasyonunda önem taşımaktadır. Rigby ve Ryan (2011) oyunların ve sanal dünyanın bu psikolojik temel ihtiyaçları karşılama konusunda çok başarılı olduğunu ve oyuncularda derin bir bağlılığa sebep olduğunu açıklamaktadırlar (s.10). Oyunlardaki üç farklı boyutun yanı sıra oyun türleri ve içeriği de motivasyonda belirleyici olmaktadır. Farklı oyun türleri, oyun içeriği ve arayüzü gibi özellikler oyuncularda farklı ihtiyaçları tatmin edebilmekte, bu da oyuncu motivasyon ve ihtiyaçlarında oyun türlerini önemli bir değişken haline getirmektedir (Ryan, Rigby & Przybylski, 2006, s.361). Bir oyuncunun birden fazla oyun türünü oynayabileceği göz önünde bulundurulduğunda, her bir türden farklı bir ihtiyacın karşılanabildiği düşünülmektedir. Oyun türlerine göre psikolojik ihtiyaçların sınıflandırması Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. *Temel Psikolojik İhtiyaçlar ve Oyun Türleri*

Psikolojik temel ihtiyaç	Oyun türü
Yeterlilik İhtiyacı	Müzikal Performans Oyunları, Birinci Şahıs Nişancı (First-Person Shooter/ FPS), Spor, Platform Oyunları
Özerklik İhtiyacı	Rol Yapma Oyunları (Role-Play Games/RPG), Simülasyon Ve Dönüşümlü Strateji Oyunları (Turn-Based Strategy /TBS)
İlişkili Olma İhtiyacı	Çok Oyunculu Çevrimiçi Oyunlar (Massively Multiplayer Online Games /MMOs)

Not. [Tablo 11'deki kuramlar] C. S. Rigby ve M. R. Ryan'ın, Praeger tarafından yayımlanmış olan "Glued to games: how video games draw us in and hold us spellbound"; 2011, Santa Barbara: Praeger. Yayın hakkı 2011, adlı çalışmasından uyarlanmıştır.

Günümüzde oyun türleri göz önünde bulundurulduğunda bir FPS oyununda sadece derece sistemleri bulunmamaktadır. Aynı zamanda oyuncuların karşı takımdaki veya kendi arkadaşlarıyla iletişim kurabilecekleri sistemler geliştirilmiştir. Bu durumda bir FPS oyunu günümüz teknolojisiyle birlikte ilişkili olma ihtiyacını da karşılayabilir duruma gelmektedir. Psikolojik temel ihtiyaçlar açısından oyunlar incelendiğinde her bir ihtiyacın oyuncu açısından tatmin edilmesinde oyunun özellikleri ve ilişkili olduğu diğer unsurlar önem taşımaktadır. Yeterli olma ihtiyacı oyun içerisindeki derece sistemleri, başarı sıralamaları, takımla veya tek başına mücadele edilen oyun türlerinde öne çıkmaktadır. Bu oyunlarda oyuncular belirli kurallar çerçevesinde hayatta kalan son kişi veya takım olmak, oyun karakterini yenmek, karşılıklı iki takımın mücadele etmesi gibi farklı açılardan oyunlarda başarılı olma ve zorlukları yenme durumunu deneyimlemektedir. Rigby ve Ryan (2011) yaptıkları çalışmalarda yeterli olma ihtiyacı karşılandığında, oyuncuların harcadıkları çaba yönünden oyuna daha fazla değer verdiklerini ve oyun oynamaya devam etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır (s.36). Yeterlilik ihtiyacının oyun içerisinde tatmin edilmesini sağlayan bir takım özellikler bulunmaktadır. Örneğin oyun içi geri bildirimler, puan sistemleri ve oyuncunun oyun oynama deneyimi sırasında başarısını gösteren göstergeler yeterlilik mesajı vermektedir (Przybylski, Rigby & Ryan, 2010, s.156). Bu geri bildirim ve göstergelere örnek olarak Görsel 2.'de bir FPS oyun türü olan Valorant'ın oyun içi geri bildirimini gösterilmektedir.



Şekil 15. Valorant oyun içi ekran görüntüsü

Kaynak: Ezir, 2023

Şekil 15 incelendiğinde oyun içerisindeki “Bela[Ace]” bildirimi beş kişiden oluşan karşı takımın tamamının tek bir oyuncu tarafından öldürüldüğünün oyun içi geri bildirimini vermektedir. Başka oyun türlerine göre bu geri bildirimler değişebilmektedir. Oyunlarda yaşanan haz ve motivasyon, oyun içerisinde kullanılan geri bildirimin türü, oyunun belirlediği kurallar ve sosyal unsurlarına bakılarak anlaşılabilir (Rogers, 2017). Oyun içerisindeki geri bildirim sistemleri Şekil 15’te gösterilen yazı bildirimi dışında da olabilmektedir. Örneğin hikaye unsurları olan bazı rol yapma oyunlarında, oyuncunun başarısı hikaye içerisindeki bir animasyonla gösterilmektedir. Başka bir örnekte ise birinci-şahıs nişan alma oyunlarında oyuncuların sahip olduğu oyun içi dereceler bronz, gümüş, altın, elmas veya farklı simgelerle oyunculara bir başarı geri bildirimi sağlamaktadır. Sosyal unsurlar, oyun içi konuşma sistemleri, oyundaki karakterlerle olan etkileşimler ve diğer oyuncularla kurulan iletişim olarak tanımlanabilmektedir. Bu unsurlar oyuncuların günlük hayatta karşılamak istedikleri temel ihtiyaçları oyun içerisinde karşılamalarına aracılık etmektedir.

Oyunlarda karşılanan bir diğer psikolojik ihtiyaç özerklidir. Video oyunlarda özerklik ihtiyacı, oyun içerisinde oyuncunun deneyimdeki özgürlüğe ve eylem fırsatlarının çokluğuna bağlı gelişmektedir (Rigby ve Ryan 2011, s.11). Oyuncu deneyimindeki özgürlük; istediği şekilde giyinebilme, tasarlayabilme, hareket edebilme karakter yaratabilme, oyun içerisinde kendi avatarını oluşturma ile bir kimlik yaratma gibi birçok farklı yönleriyle incelenmektedir. Rigby ve Ryan (2011) video oyunların dijitalleşme ile birlikte birçok kısıtlamayı oyun içerisinde kaldırarak, oyunculara özerk olma konusunda eylemlerinde karar merkezinin kendilerinin olabilecekleri bir ortam yarattığını öne sürmektedir (s.43). Seçimin tamamen oyuncuya bırakıldığı birçok oyun türü bulunmaktadır. Bunlardan biri olan simülasyon oyunlarında karakter tasarımı, ev tasarımı konusunda oyun oyuncuya geniş bir yaratma özgürlüğü vermektedir. Video oyunların sunmuş olduğu bu seçim fırsatları oyuncunun oyunda yaratacağı kimlik, aktivenin kendisi, oyun içerisinde belirlenecek strateji, açık dünya tasarımı olarak belirlenmiştir (Rigby ve Ryan, 2011, s.44-45). Rol yapma oyunları bir kimlik ve oyun içi karakter yaratılmasında; simülasyon oyunları tasarımın tamamen oyuncuya bırakılması gibi alanlarda öne çıkmaktadır. Açık dünya tasarımında ise gerçek hayatta olmak istenilen kimliğin yaratılarak kalabalık bir oyunda o evrenin parçası olmak özerklik ihtiyacını karşılamaktadır. Oyunlar günümüzde tasarımları ile birlikte artık oyuncuyla işbirliği içerisinde hareket etmektedir. Bu anlamda oyun oyuncudan kendisini oyun içerisinde inşa etmesi amacıyla sürekli olarak seçim, ifade ve eylem

fırsatı sunmaktadır (Rigby ve Ryan 2011, s.6). Öz belirleme teorisine göre oyunlarda tatmin edildiği öne sürülen bir diğer psikolojik temel ihtiyaç ilişkili değildir.

Video oyunlar ve ilişkili olma ihtiyacının incelendiği çalışmada, oyuncular sosyallik deneyimleyebildikleri oyunlardan daha çok keyif aldıklarını belirtmektedirler (Rigby ve Ryan, 2011, s.65). Bu açıdan oyunların sosyalliği sağlayan; klan grupları, oyun içi sohbetler, takım veya klanla sesli konuşma özellikleri ilişkili olma ihtiyacını karşılayabilmektedir. Przybylski, Rigby ve Ryan (2010) çok oyunculu çevrimiçi oyun türlerinin özellikle klanlar, grup haline gelme, sürekli iletişim halinde bulunma ve sonrasında daha uzun süreli gruplar haline dönüşmelerini teşvik eden yapısı olduğunu öne sürmektedirler (s.156). Bu tür oyunlar aynı zamanda uzun süreli oyun içi karakter gelişimini gerektirmesi açısından oyuncuların bir arada ve uzun süreler boyunca gruplar halinde bulunmasına olanak sağlamaktadır. Günümüzde ilişkili olma ihtiyacı sadece oyun içerisinde olmamakla birlikte oyun dışı ancak oyunla ilişkili olan diğer platformlarla da sürdürülmektedir.

Öz belirleme teorisi çerçevesinde video oyunlar düşünüldüğünde; oyunların sunmuş olduğu özerklik, sosyallik ve başarı gibi duygular ve psikolojik unsurların insanların doğuştan sahip olduğu psikolojik temel ihtiyacı olan özerklik, ilişkili ve yeterli olma ihtiyaçlarını karşıladığı düşünülmektedir. Bu teorik çerçevede göz ardı edildiği belirtilen bir nokta oyuncuları oyuna iten çekici gücün, hangi türleri tercih ettikleri ve kullanılan platform konusunda bireysel farklılıklar ve tercihlerin geride bırakılmasıdır (Rigby ve Ryan ,2007, s.21-22). Psikolojik temel ihtiyaçlar çerçevesine ek olarak, oyuncuları oyuna bağlayan ve motive eden başka unsurların bulunup bulunmadığı noktasında bireysel farklılıklar öne çıkmaktadır. Bu açıdan oyuncuyu oyuna iten ve motive eden unsurlar üzerinde bireysel farklılıklara yer veren araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Ryan, Rigby & Przybylski, 2006). Oyun içerisindeki özellikler ve temel ihtiyaçlara ek olarak oyun bağlılığı, oyuncuları oyuna iten, motivasyon sağlayan unsurların oyuncu deneyim ve görüşleri çerçevesinde incelenmesi önem taşımaktadır.

Oyun oynama deneyimi ve oyun oynama davranışının etkileri ile ilgili literatür incelendiğinde iki farklı yaklaşım gözlemlenmiştir. Bunlardan ilki; oyunları bağımlılık yapabilecek, günlük yaşamı etkileyebilecek ve oyuncuların çoğunluğunda bir davranış bozukluğuna sebep olabilecek bir davranış olarak nitelendiren yaklaşımdır. Bu yaklaşımla incelenen oyuncular bir takım ölçeklerle değerlendirilerek bağımlı veya bağımlı değil şeklinde kategorize edilmektedir. Diğer yaklaşım da farklı alanlardan

oyuncuların tamamını etiketleme sorunundan yola çıkarak, oyuncuların bağımlı veya problemlı bir davranışa sahip olup olmadığı ile ilgili verilerin ve kriterlerin tanı koyulması için henüz erken olduğunu öne süren bir taraftadır. Oyun oynama davranışı ile ilgili bir bağımlılık çerçevesi oluşturmak için henüz erken olduğunu savunan yaklaşımdaki araştırmacılara göre, öncelikle yapılması gereken oyun oynama davranışının yordayıcıları ve olası risk faktörlerinin belirlenebilmesidir (Kardefelt-Winther, 2017, s.459). Bir sonraki bölümde oyun bağımlılığının tanımına, tanı kriterleri ve uygulanan ölçeklerin kriterlerine, yapılan çalışmalara ve tartışmalara yer verilmiştir.

2.3. Oyun bağımlılığı ve tartışmaları

Oyunların tanımlanması ile ilgili tarihsel ve teorik çalışmalara benzer şekilde, oyun oynama davranışı da disiplinlerarası bir araştırma alanını oluşturmaktadır. Oyun oynama davranışının etkileri ile ilgili iki farklı yaklaşım ve bakış açısı bulunmaktadır. Bunlardan ilki; oyunların bağımlılık yapabilecek, günlük yaşamı etkileyebilecek bir davranış bozukluğuna sebep olabileceğini savunan ve bu nedenle oyunların olumsuz etkilerini inceleyen araştırmalardır. Diğer ise farklı alanlardan araştırmacıların bir araya gelerek konu ile ilgili bir takım eksiklikleri dile getirdiği ve oyuncuların bağımlı veya problemlı bir davranışa sahip olup olmadığı ile ilgili verilerin tanı koyulması için henüz erken olduğunu öne süren oyun bağımlılığını tartışan ve eleştiren araştırmalardır. Oyun bağımlılığını eleştiren yaklaşımdaki araştırmacılar, oyuncuları bağımlı olarak etiketlemeden önce, oyuna bağlayıcı etkenlerin (motivasyon, dalma, sosyalleşme, vb.) yani oyun bağımlılığının araştırılması gerektiğini ileri sürmektedirler. Aynı zamanda araştırmacılar, araştırmalarda belirli ölçeklerin uygulanması yerine, oyuncu görüşlerine yer veren araştırma yöntemlerine öncelik verilmesi gerektiğini de savunmaktadırlar. Bu iki farklı bakış açısı çerçevesinde bu bölümde, öncelikle oyun bağımlılığı tanı kriterlerine ve oyun bağımlılığını tanımlayan araştırmalardaki farklı kavramlara ve de oyun bağımlılığı gelişim sürecine ilişkin literatür incelenmekte ve tartışmalara değinilmektedir.

Lemmens ve arkadaşları (2009) oyun bağımlılığını, sosyal ve duygusal açıdan kişinin yaşamında sorunlara sebep olmasına rağmen oyun oynama davranışının aşırı, tekrarlayıcı ve kontrol edilemez şekilde sürdürülmesi olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Griffiths ve Davies'e (2005) göre oyun bağımlılığı oyun oynama isteğinin kişi tarafından kontrol edilememesi ve duygu, düşünce, sosyal hayatta olumsuz değişimlerin

sebebi olduğu davranış olarak tanımlanmaktadır. Oyunların bağımlılığa sebep olan bir davranış olarak kabul edilmesi ve araştırılmasının önerilmesi konusunda iki önemli gelişme bulunmaktadır. Bunlardan ilki; 2018 yılında Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) Uluslararası Hastalık Sınıflandırması'na (ICD-11) eklemiş olduğu "Oyun Oynama Bozukluğu" başlığıdır. Oyun oynama bozukluğu ICD-11'de çevrimiçi/çevrimdışı olabilen, kalıcı veya tekrarlayan oyun oynama davranışı (dijital oyun veya video oyunu) olarak tanımlanarak üç özellik çerçevesinde incelenmektedir. Bu özellikler şunlardır:

1. Oyun oynama davranışı üzerinde kontrolün kaybedilmesi.
2. Oyun oynama davranışının günlük yaşamdaki aktivite ve ilgi alanlarının önüne geçmesi.
3. Olumsuz sonuçlarına rağmen oyun oynamaya devam edilmesi ve şiddetinin artması (DSÖ, 2018).

Bir diğer gelişme 2013 yılında Amerikan Psikiyatri Birliği'nin (APA), Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabının beşinci baskısının (*DSM-V*) gelecek çalışmalar için önerileri kapsayan üçüncü bölümünde "İnternet Oyun Oynama Bozukluğu" başlığıdır. Amerikan Psikiyatri Birliği kitabın bu bölümünde yer alan bozukluklarla ilgili "Önerilen bu kriter setleri klinik kullanım için tasarlanmamıştır; sadece *DSM-V* Bölüm 2'deki ölçüt setleri ve bozukluklar resmi olarak tanınır ve klinik amaçlar için kullanılabilir" (s.783) şeklinde açıklama yapmıştır. Buna göre, APA internet oyun bozukluğunu ve tanı kriterlerini henüz kabul etmeyerek araştırmacılara bu alanda daha fazla çalışma yapılması yönünde öneride bulunduğu görülmektedir. *DSM-V* "İnternet Oyun Oynama Bozukluğu" ile ilgili belirlenen dokuz tanı kriteri ise aşağıda verilmiştir:

1. İnternet oyunlarının günlük yaşamda baskın hale gelmesi ve oyunlarla meşgul olma.
2. İnternette oyun oynama kişinin elinden alındığında yoksunluk belirtileri.
3. Tolerans (İnternet oyunlarına giderek artan miktarda zaman ayırma ihtiyacı.)
4. İnternet oyunlarına katılımı kontrol etmeye yönelik başarısız girişimler.
5. İnternet oyunlarının bir sonucu olarak önceki hobilere ve eğlenceye ilgi kaybı.
6. Psikososyal sorunların bilinmesine rağmen internet oyunlarının aşırı kullanımı.

7. İnternet oyunlarının miktarıyla ilgili olarak aile üyelerini, terapistleri veya başkalarını aldatma.
8. İnternet oyunlarının olumsuz bir ruh halinden (örneğin çaresizlik, suçluluk, endişe duyguları) kurtulmak için kullanılması.
9. İnternet oyunlarına katılım nedeniyle önemli bir ilişki, iş eğitim veya kariyer fırsatını tehlikeye atma veya kaybetme (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013, s.795).

Amerikan Psikiyatri Birliği madde ve ilişkili bozukluklar çalışma grubu üyelerinden Petry & O'Brien internet oyun bozukluğunun tanı kitabına eklenme amacını ve sınıflandırmadaki eksiklikleri “Sınıflandırmadaki tutarsızlıklara, durumun seyri ve etiyolojisine ilişkin sınırlı verilere rağmen, internet oyun bozukluğu *DSM-V* Bölüm 3'e dahil edilecektir. Bu bölümün amacı, burada yer alan koşullarla ilgili araştırmaları teşvik etmektir” (s.1186) olarak ifade etmektedirler. Bu açıdan günümüzde oyuncular bu tanı kriterleri çerçevesinde birer bağımlı olarak değerlendirmenin henüz erken olduğunu ileri sürmek mümkündür. Güleç (2020) ise oyun bağımlılığının başlangıçta geçici olabilme durumundan dolayı davranışın hemen bağımlılık olarak tanımlanmaması gerektiğini, birçok oyuncunun çok fazla sorun yaşamasa da yoğun oyun oynadığının göz ardı edilmemesi gerektiğine dikkat çekmektedir (s.362). Bu açıklama oyun bağımlılığını nicel verilerle ölçmeyi hedefleyen araştırmalarda oyuncunun geçici bir bağımlılık durumunun göz ardı edilmemesi açısından önem taşımaktadır.

Oyun bağımlılığı ile ilgili iki kuruluş tarafından yapılan tanı çalışmaları incelendiğinde *DSM-V* ve ICD-11 arasında tanım ve kriter farklılıkları olduğu; bunun sonucunda da uzlaşmış bir oyun oynama davranış bozukluğu veya oyun bağımlılığının henüz tanımlanmamış olduğu gözlemlenmektedir. *DSM-V* ve ICD-11 arasındaki farklılıkları belirleme amacıyla her iki kriterin aynı kişilere uygulanıp karşılaştırıldığı bir araştırmada *DSM-V* tanı kriterlerinin yaygınlığının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Borges vd., 2021). Bu durum çalışmalarda hangi kuruluşun kriterlerine yer verilerek ölçek geliştirildiği veya araştırma yapıldığı, oyun oynama bozukluğunun yaygınlığı gibi konularda belirsizlik yaratmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü *Gaming Disorder* blog yazısında, oyun oynama bozukluğu yaşayanların (dijital veya video oyun oynayan) oyuncuların tamamı düşünüldüğünde, yalnızca küçük bir bölümünü oluşturduğunu belirtmektedir (WHO, 2022). Bu durum oyun bağımlılığı çalışmaları açısından, oyun

oynama bozukluğunu yaygın bir bozukluk olarak gören bakış açısına önemli bir veri sağlamaktadır.

Oyun bağımlılığı ile ilgili literatürde gözlemlenen bir diğer ayrışma, başta *DSM-V* ve *ICD-11*'de olmak üzere oyun bağımlılığının tanımlanmasında farklı kavramların kullanılmasıdır. Her araştırmacı oyun bağımlılığı ile ilgili kendi kavramlarına başvurarak; çalışmalarında oyunların aşırı kullanımı (Charlton ve Danforth 2007; Grüsser, Thalemann, Albrecht, Thalemann, 2005); patolojik oyun oynama davranışları (Gentile 2011); problemli oyun oynama davranışları (Desai, Krishnan-Sarin, Cavallo, Potenza 2010, Turner vd., 2012); problemli çevrimiçi oyun kullanımı (Kim ve Kim, 2010); video oyun bağımlılığı (Griffiths ve Davies, 2005); dijital oyun bağımlılığı (Irmak ve Erdoğan, 2016); çevrimiçi oyun bağımlılığı (Hyun vd., 2015; Kuss, Louws ve Wiers 2012) gibi farklı adlandırmalar kullanmaktadır. Bu çerçevede oyun bağımlılığı literatürü incelendiğinde; en temel üç noktada uzlaşma bulunmadığı gözlemlenmektedir. Bunlar; oyun bağımlılığı tanı kriterleri, tanı kriterlerine bağlı olduğu düşünülen yaygınlık durumu ve son olarak oyun bağımlılığın tanımlanmasında kullanılan farklı adlandırmalardır.

İnternet oyun oynama bozukluğunun incelenmesi ve *DSM-V* kitabına eklenmesi sürecinde konuyla ilgilenen APA çalışma grubu; kesin tanı kriterleri belirleyen kendi çalışmalarını yürütmediklerini, bu sebeple daha önce konuyla ilgili yapılan çalışmaları inceleyerek mevcut verilerden yararlanan bir yol izlediklerini belirtmektedirler (Petry & O'Brien, 2013, s.1186). Bu açıklamaya göre, elde edilen verilerle; hangi disiplin, teori, metodoloji ve bakış açısıyla oyun oynama davranışına yaklaşılmış olduğu, bu bağlamda da oyun oynama bozukluğunun kapsamını nasıl etkilediği belirsizdir. Örneğin; oyun oynama davranışının farklı disiplinler tarafından incelemesinin önerildiği bir araştırmada; bağımlılık olarak nitelendirilebilecek aşırı ve kontrolsüz oyun oynama davranışının olup olmadığı sosyal, bilişsel ve nörobiyolojik olmak üzere üç farklı çerçevede incelenmiştir (Hellman, Schoenmakers, Nordstrom ve Holst, 2013, s.108). Araştırmacıların tek bir araştırmada farklı disiplinlere yer vermesinin yanı sıra oyun bağımlılığı gibi disiplinlerarası çalışma alanında farklı disiplinlerle iletişim halinde olmak da önemli görülmektedir. Bu durumu Hellman vd. (2013) "Bağımlılığın kapsamını ve doğasını anlamak için ilerlemenin en güvenli yolu, farklı teorik, disiplinler ve metodolojik alanlar arasındaki diyalogu açık tutmak gibi görünüyor" (s.109) şeklinde açıklamaktadırlar. Bu açıdan düşünüldüğünde oyun bağımlılığı, özellikle oyun araştırmalarının kapsamı gereği farklı disiplinler tarafından çalışılan bir alanı

oluşturmaktadır. Disiplinlerarası olma özelliğine bağlı olarak oyun bağımlılığı konusunda da farklı disiplin, metodoloji ve kuramsal yaklaşımların önemli olduğu düşünülmektedir.

Oyun bağımlılığı ile ilgili bu belirsizlik, eksiklik ve farklılıklardan yola çıkarak, oyunların bağımlılığa sebep olan bir davranış olarak incelenmesinin henüz erken olduğunu düşünen veya tartışan oyun araştırmacıları da bulunmaktadır. Bu araştırmacılardan Aarseth vd. (2017) bildirilerinde, oyun bağımlılığı araştırmalarında birkaç konuda temel endişeleri dile getirmektedirler (s.268). Bu konular örneklemin evreni yansıtmama durumu, fikir ayrılıklarının olması, oyun bağımlılığı kriterlerinin madde ve kumar bağımlılığı kriterlerine daha çok dayandırılması, yanlış pozitif vaka sorunu ve son olarak oyuncuların bağımlılıklarını değerlendirme sürecinde bir fikir birliğinin bulunmaması konusudur. Oyun bağımlılığına farklı bir perspektif sunan bu tartışma bildirisi günümüzdeki oyun bağımlılığı araştırmalarına getirdiği eleştiriler açısından önem taşımaktadır. Bu açıdan Aarseth ve arkadaşlarının (2017) temel endişeler olarak öne çıkardığı maddeler çerçevesinde oyun bağımlılığı tartışmaları, farklı araştırmalarla da desteklenerek aşağıdaki bölümde aktarılmıştır.

Oyun bağımlılığı araştırmalarında evrenin örneklemin ne kadarını kapsadığı, hem oyuncular hem de oyun araştırmaları açısından önem taşımaktadır. Oyunlar dahil olmak üzere teknoloji ile ilişkili bozuklukların yaygınlığının incelendiği bir araştırmada; teknoloji kullanımı ile problem yaşamayan sağlıklı bireyler en büyük grubu, hafif problem yaşayan bireyler küçük bir grubu, yaşamları en çok etkilenen problem yaşayanlar ise en küçük grubu oluşturmaktadır (Rooij & Kardefelt-Winther, 2017, s.129). Bu verilere göre teknolojiye bağlı kullanımların bir bağımlılığa veya günlük hayatı etkileyen bir davranış sorununa dönüşmesi yaygın olmayıp küçük bir kesimi tanımlamaktadır. Yapılan başka bir araştırmada ise geniş bir örneklem (n=18.932) kullanılarak, her üç oyuncunun ikisinde internet oyun oynama bozukluğu semptomlarının görülmediği bulunmuştur (Przybylski, Weinstein & Murayama, 2017). Bu araştırma sonuçları aynı zamanda, Dünya Sağlık Örgütü'nün oyun oynama bozukluğunun yaygın bir bozukluk olmadığı görüşü ile örtüşmektedir.

Oyun bağımlılığı tanı kriterlerinin madde ve kumar bağımlılığı kriterlerinden geliştirilmesi konusunu eleştiren bir araştırma dikkat çekmektedir. Bu araştırmada Elliott, Ream ve McGinsky (2012) oyuncuların oyun bağımlılığı ile ilgili tutum ve bakış açılarını inceleme amacıyla aynı zamanda madde bağımlılığı veya kullanımını deneyimlemiş 52 video oyuncusunu katılımcı gözlem ve etnografik görüşme

yöntemleriyle incelemişlerdir. Araştırmaya katılan oyuncular yoksunluk semptomlarının olmaması, eğlence ve zevk için yapılan bir aktivitenin patolojikleştirilmesini kendi başına bir sorun olarak değerlendirmekte ve oyun bağımlılığını reddetmektedirler (Elliott, Ream & McGinsky, 2012, s.225). Katılımcıların içinde bulundukları durumla ilgili objektif bakıp bakmadıkları konusu göz önünde bulundurulsa da yoksunluk semptomu görülmemesinin önemli bir bulgu olduğu düşünülmektedir. Madde kullanımı olan veya madde bağımlılığını deneyimlemiş bireylerin oyun bağımlılığı ile ilgili görüşlerinin tamamen farklı olması ise oyun bağımlılığı tanı kriterlerinin tekrar gözden geçirilmesi ihtiyacını beraberinde getirmektedir.

Oyuncuların bağımlılıklarını değerlendirme sürecinde bir fikir birliğinin bulunmaması sorunu ile ilgili araştırmanın, oyun bağımlılığı ölçeklerinin geliştirilmesinde yapılan çalışmaları dört başlıkta kategorize ettiği gözlemlenmiştir (Lemmens, Valkenburg & Peter, 2009, s.78). Çalışmanın 2009 yılında yayımlandığı göz önüne alındığında, oyun bağımlılığı ölçekleri ile ilgili fikir ayrılıklarının APA ve Dünya Sağlık Örgütü'nün oyun bağımlılığı ile ilgili yapmış olduğu açıklamalar ve güncel gelişmelerden önce de var olduğu gözlemlenmektedir. Lemmens, Valkenburg & Peter (2009)'in oyun oynama bozukluğu ile ilgili ölçek kategorileri şu şekildedir:

1. Patolojik kumar kriterlerini oyun bağımlılığına uyarlayan çalışmalar;
2. Çevrimiçi oyunların bağımlılığını ölçmeyi hedefleyen ve bu amaçla Young (1998) tarafından geliştirilen 8 maddelik İnternet bağımlılığı ölçeğini uyarlayan çalışmalar.
3. ICD-10'un patolojik kumar oynama tanı kriterlerini oyun bağımlılığına uyarlayarak ölçek geliştiren çalışmalar;
4. Kendi oyun bağımlılığı kriterlerini geliştiren çalışmalar. (Lemmens, Valkenburg & Peter, 2009, s.78)

Bu açıdan araştırmacıların hangi oyun bağımlılığı ölçeği kullanmış olduğu araştırmanın temellendirildiği tanı kriterleri değiştirmekte, bu da her araştırmada farklı oyun bağımlılığı tanı kriterleri ve tanımlamalarına yol açabilmektedir. Başka bir çalışmada ise oyun bağımlılığı ölçekleri *DSM-V* öncesi ve sonrası olarak kategorize edilmiştir (Király, Griffiths & Demetrovics, 2015, s.257). Oyun bağımlılığının ölçme ve değerlendirmesinde fikir ayrılıklarının olduğu ve farklı ölçeklerin kullanıldığı gözlemlenmektedir. Oyun bağımlılığı ile ilgili en yakın tarihli geniş çalışma ise Király,

vd. (2019) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar kültürlerarası farkları da incelemeyi amaçladıkları çalışmalarında ölçek ile değerlendirilen kriterlerin tartışıldığını, bu açıdan oyun oynama bozukluğu olarak nitelendirilen bu bozukluğun tanım ve kriterlerinin değişebileceğini vurgulamaktadırlar (Király vd. ,2019, s.13). Oyun bağımlılığının nicel verilerle ölçme ve değerlendirme sürecinde sağlıklı oyuncuları da birer bağımlı olarak değerlendirme, yani yanlış pozitif vaka riski ortaya çıkmaktadır.

Oyun bağımlılığında yanlış pozitif vaka sorununun tanı kriterleri ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Konuyla ilgili bir araştırmaya göre, madde bağımlılığı bozuklukları için geliştirilen ve uygun olan kriterlerin, oyun bağımlılığı için uygun olacağının düşünülmesi,

normal davranışların bir bozukluk olarak görülmesine sebep olmaktadır (Bean, Nielsen, Rooij, & Ferguson,2017, s.382). Bu durumda sağlıklı bir oyuncu; madde bağımlılığı tanı kriterleri ile geliştirilmiş oyun bağımlılığı ölçeği ile değerlendirildiğinde oyun bağımlısı olmasa bile bağımlı olarak tanımlanabilmektedir. Aynı zamanda internet oyun oynama bozukluğu ile ilgili belirlenen kriterlerde sorun olarak değerlendirilmeyecek birçok semptomun (belirti) oyun oynama davranışına dahil edilmesiyle normal olan davranış bir sorun haline getirilmektedir (Markey & Ferguson, 2017, s.269). Tanı kriterleri veya belirtilerin eksik şekilde belirlenmesinin yanı sıra araştırmacıların oyun bağımlılığı araştırmalarında hangi konuya önem verdiği konusu da tartışılmaktadır.

Amerikan Psikiyatri Birliği'nin daha fazla çalışma yapılmasını önermesine rağmen, oyun bağımlılığı tanı kriterlerinin bir kesim araştırmacı tarafından tartışmaya kapalı olarak kabul edilmesi; araştırmacıların oyun bağımlılığının ve tanı kriterlerinin geçerlilik ve güvenilirliğine veya oyun oynama davranışı ve bağımlılığı için teori geliştirme çalışmalarına daha az önem vermesine neden olmaktadır (Aarseth vd., 2017, s.269). Bu açıdan bir oyuncunun oyuna bağımlı duruma gelmesinden önceki süreci, oyun oynama nedenlerini, oyun bağımlılığının bileşenlerini, bu bileşenlerden oluşturulmuş tanı kriterlerini geliştirmeyi amaçlayan araştırmalara daha fazla önem verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Oyuncuların gözünden oyun bağımlılığı, yanlış pozitif vaka sorunu ve etiketlenme riskleri de araştırmacılar tarafından tartışılmaktadır. Sağlıklı olarak değerlendirilebilecek birçok oyuncunun, normal oyun oynama davranışlarının problemli bir davranış olarak görülmesi, oyuncuların hayatlarında olumsuz etkiler bırakabilmektedir (Aarseth vd., 2017, s.269). Günümüzde henüz üzerinde uzlaşmaya varılmayan bir davranış problemi üzerinden oyuncuları bağımlı

veya problemlı davranışa sahip olarak nitelendirmek; aynı zamanda bu problemi gerçekten yaşayan oyuncuların fark edilebilirliği azaltmakta ve bu problemi gerçekten yaşayan oyuncuları çözüm yollarından uzaklaştırmaktadır.

Aarseth vd. (2017) oyun bağımlılığı ile ilgili bu sorunlara bir çözüm olarak, sağlıklı oyuncuları her geçen daha fazla etiketlemenin önüne geçerek; medya okuryazarlığı, ebeveyn eğitimi ve problemlı oyun oynama davranışını çözmeye yardımcı diğer olasılıkların geliştirilmesi gerektiğini öne sürmektedirler (s.269). Oyun oynama davranışının medya-okuryazarlığı, ebeveynlerin bilinçlendirilmesi ve yeni çözüm yolları bulmanın öncesinde belirlenmesi gerekenin, oyun bağımlılığının bu karmaşık çerçeveden kurtularak belirsizliklerin düzeltilmesi olduğu düşünölmektedir. Van Rooij ve Kardefelt-Winther (2017, s.130) aşırı oyun oynama davranışının nasıl resmileştirildiğinin (bir davranış bozukluğu veya boş zaman etkinliği) oyun oynayan popölasyonu ve ebeveynlerin oyunlara olan tutumları üzerinde etkisi olduğunu savunmaktadır. Bu açıdan medya okuryazarlığı ve ebeveynlerin bu konudaki eğitimlerinin oyunlar ve oyun bağımlılığı ile ilgili tutumların düzeltilmesinde veya bilinçlendirilmesinde etkili olacağı düşünölse de öncelikle oyunların bir bozukluk olarak tanımlanıp tanımlanmaması konusunda bir fikir birliğinin gerektiği düşünölmektedir.

Oyun oynama davranışını tamamen bağımlılık olarak görmeyen araştırmacılar da bulunmaktadır. Örneğin Kardefelt-Winther (2017) oyun oynama davranışını patolojik bir sorun veya bağımlılık olarak görmeyerek oyun oynamayı bir başa çıkma stratejisi olarak incelemektedir (s.462). Bu bakış açısına göre bireyler yaşamlarında problem yaratan durum ve olaylara karşı bir kaçış mekanizması olarak oyun oynamaktadır. Oyun oynamayı problemlerden bir kaçış olarak gören bu bakış açısında problemin kendisi oyuncuyu yoğun bir şekilde oyun oynamaya iten dışsal ve içsel nedenler olarak görölmektedir. Benzer başka bir göröşe göre ise yoğun oyun oynama davranışı problemin kaynağından çok bir semptom veya sonuç olabilmektedir (Wood, 2008, s.177). Bu açıdan oyuncuların bağımlı olup olmadıkları veya bunun bir davranış bozukluğu olup olmadığı sorusu yerine günlük hayatta bir kaçış mekanizması, başa çıkma stratejisi veya olay, durumların yarattığı bir sonuç olarak neden oyun oynadıkları sorusu önem taşımaktadır. Kardefelt-Winther (2017) bu çerçevede oyuncuların göröşlerine önem veren nitel çalışmaların gerekliliğini de vurgulamaktadır (s.464). Oyunlarla ilgili bağımlılık veya davranış bozukluğunun olup olmadığı konusunda tartışmalarının çok daha öncesine gidilerek öncelikle oyuncuların göröşleri

çerçevesinde, onları oyun oynamaya iten içsel ve dışsal etkenlerin belirlenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu anlamda oyuncuları etnografik bir yaklaşımla inceleme ve anlama konusunda oyun kültürünün de dikkate alınması konuyla ilgili önemli bir noktadır (Bean, Nielsen, Rooij, & Ferguson, 2017, s.379). Oyuncuları içinde bulundukları platform, oyuncunun kimliği, çevresi ve içinde bulunduğu oyun kültürü gibi faktörlerden bağımsız bir şekilde inceleyen çalışmalar, oyuncu bakış açısını ve habitatını göz ardı etmektedir.

Oyun oynama ile ilgili bir bağımlılık çerçevesi oluşturmak için henüz erken olduğu düşünülen böyle bir durumda, öncelikle oyun oynama davranışının yordayıcıları ve olası risk faktörleri araştırılmalıdır (Kardefelt-Winther, 2017, s.459). Bu açıdan oyun bağımlılığının öncesinde, oyun bağlılığına sebep olacak oyunla ilgili ve oyuncu deneyimindeki faktörlerin belirlenmesi önem taşımaktadır. Aynı zamanda yüksek bağlılığın ilerleyen süreçte oyun bağımlılığına sebep olabileceğini öne süren bir çalışmada bu anlamda yüksek bağlılığın göstergesi olan kriterlere bağlı olarak oyun bağımlılığı tanı kriterlerinin belirlenmesi önerilmektedir (Charlton, 2002; Charlton, 2007, s.1544). Oyun bağlılığının bağımlılığa dönüşmesine dair bir diğer görüşe göre ise önceden var olan yalnızlık, depresiflik, kaygı veya sosyal becerilerde eksiklik gibi duygular, kişiyi oyun oynamaya itebilir ve oyun oynama davranışı sırasında deneyimlenen olumlu duygular, ilk olarak bağlılığın oluşmasında, sonrasında ise kişinin günlük yaşamı yerine oyunları tercih etmesinde etkili olabilmektedir (Kowert, 2015, s.102). Oyun bağımlılığı ve bağlılığı ilişkisi açısından düşünüldüğünde oyuncu ilk aşamada oyuna bağlılık hissetmekte daha sonrasında oyuna bağımlı olabilmektedir. Bu çalışmada oyuna bağımlı olma sürecinin öncesindeki süreç, yani oyun deneyimi içerisinde oyuna bağlayıcı oyun içi ve dışı unsurların incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda oyun bağlılığı ve teorilerine bir sonraki bölümde yer verilmiştir.

2.4. Oyun bağlılığı ve tartışmaları

Oyun araştırmaları literatüründe araştırmacıların genellikle eğitici oyunlar, oyun bağımlılığı, şiddet içerikli oyunlar gibi konulara odaklandığı görülmektedir, ancak yukarıdaki bölümde sunulan tartışmalar göz önüne alındığında başka araştırma sorularına ihtiyaç olduğu düşünülmektedir (Madigan, 2015, s.305). Bu soruların aynı zamanda oyunların bir bağımlılık oluşturup oluşturmadığı veya oyuncuyu oyuna bağımlı hale getirmeden önceki süreçle ilgili olması açısından araştırmacılara önemli

veriler sağlayacağı düşünülmektedir. Madigan (2015) yaygın literatürün aksine araştırmalarda ek olarak sorulması gereken soruları “Avatar özelleştirme oyun bağlılığını nasıl etkiler?... Oyuncu bağlılığı, oyuncularını birbirine bağlayan sosyal ağlarda hangi mekanizmalarla daha fazla oynama ve harcama sağlar?... ” (s.305) gibi örneklendirmektedir. Örnek sorular çerçevesinde düşünüldüğünde oyuncularını oyuna bağlayan yani oyun bağlılığında etkisi olan faktörleri öne çıkaran araştırma soruları dikkat çekmektedir. Oyun bağlılığı oyun araştırmaları ve gelecek araştırmalar açısından oyuncuların bağımlı olarak değerlendirilip etiketlenmesinden önce oyun oynama sebepleri ve tercihleri, bu tercihin altında yatan nedenlerin belirlenip anlaşılması açısından önemli görülmektedir (Özarslan ve Perdahcı, 2022, s.27). Oyunların hem kendi özellikleri hem de oyuncu açısından bağlılık yaratan unsurları oyun bağlılığı olarak ifade edilmektedir.

Bağlılığın popüler kavramsallaştırmasını Martey vd. (2014) “...bir medya deneyiminde mevcudiyet kavramı veya orada olma duygusudur” (s.529) şeklinde tanımlamaktadır. Bağlılığın bu tanımı oyunlar açısından düşünüldüğünde oyun bağlılığı, oyun oynama deneyimi sırasında oyuncunun orda olma hissi ve duygusu olarak tanımlanabilmektedir. Bu açıdan oyun oynama deneyiminde oyuncuyu orada olma (anda kalma, akış) durumuna getiren unsurlar da bu çerçevede oyun bağlılığının bir parçası haline gelmektedir. Oyun bağlılığı sadece orada olma ve dalma olarak tanımlanamamaktadır. Przybylski, Rigby & Ryan (2010) oyun bağlılığını geniş deneyim, ilişki ve davranışları aynı anda, bir arada ve iç içe halde bulunduran tek bir faaliyet türü olarak tanımlamaktadırlar (s.164). Diğer araştırmacılara göre ise oyun bağlılığı oyuna dahil olma ile ilgili genel bir süreci ifade ederken dalma, mevcudiyet, akış, psikolojik özümseme ve çözülme gibi süreçler, oyun oynama deneyimindeki daha derin bir bağlılığı temsil etmektedir (Brockmyer, Fox, Curtiss, McBroom vd., 2009, s.624). Oyuncunun oyun oynama deneyimi sırasında yaşadığı bağlılık bu açıdan farklı düzeylerde gerçekleşebilmektedir. Oyuncuların bir oyuna farklı düzeylerde katılım deneyimlediklerini öne süren bir çalışmada; oyuna dahil olmanın en düşük ilk aşamasını katılım, oyuna daha fazla dahil olma aşaması meşgul olma; oyuna tamamen kaptırma aşamasını ise dalma olarak tanımlanmaktadır (Brown & Cairns, 2004). Oyuncunun oyuna katılımında, devamlılığı ve bağlılığı sağlamasında, erişim ve keşfetme olarak iki engel bulunmaktadır. Bu iki engelin kaldırılması aşamasında oyuncunun oyun içerisinde harcadığı zaman, çaba ve dikkat öne çıkmaktadır (Brown & Cairns, 2004, s.1298). Bu engellerin oyuncu tarafından kaldırılması sonucunda bağlılık

duygusu gelişmekte ve son aşama olan dalma seviyesine duygusal bağlanma da eşlik etmektedir.

Başka görüşe göre ise katılımın bağlılığa dönüşmesinde oyuncunun oyuna zaman, dikkat ve çaba harcama isteği etkili olmaktadır (IJsselsteijn, Kort, Poels & Jurgelionis, 2007, s.4). Katılım ve bağlılığın düzeylerine ek olarak, oyuncuların oyun içerisindeki deneyimlerinin de bağlılıkla ilişkisi olabilmektedir. Örneğin; oyunda avatar yaratma süreci, oyunların hikayesi ve sanal gerçekçilik gibi özellikler oyun bağlılığında etkili olabilmektedir (Martey, Kenski, Folkestad & Feldman, 2014, s.530-531). Bu açıdan bu araştırmada oyunculara oyun bağımlısı tanısı konmasının daha öncesindeki sürecin, yani oyuncuyu oyuna bağladığı düşünülen psikolojik unsurların; oyun içi ve oyun dışı unsurlarla bir arada incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu araştırmada oyuncunun oyun deneyiminde yaşadığı duygular, motivasyonlar oyundaki görsel, işitsel ve tasarım unsurları ve son olarak oyuncu topluluklarının ve medyanın günümüzde yaratmış olduğu yeni dijital oyun kültürü birlikte incelenecektir. Bu amaç doğrultusunda tasarlanan araştırma yöntemi ve modeline bir sonraki bölümde detaylı olarak yer verilmiştir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Oyun çalışmaları literatüründe oyuna bağlayıcı unsurların incelendiği araştırmalarda oyuncunun oyundan sağladığı içsel motivasyonların (başarı, özerk olma, sosyalleşme vb.), oyuncunun oyunun içine dalma ve akış durumunun, oyuncunun deneyimlerinin ve tercih ettiği oyun türünün oyun bağlılığı ile ilişkisinin incelendiği gözlemlenmektedir. Aarseth (2003) bir oyun araştırmasında kullanılması gereken üç boyut olduğunu ileri sürmekte ve bu boyutları oynanış (oyuncuların eylemleri ve deneyimleri), oyun yapısı (oyunun kuralları vb.) ve oyun dünyası (kurgusal içerik, tasarım, estetik unsurlar) olarak tanımlamaktadır (s.2). Bu üç boyuttan yola çıkarak bu araştırmada; oyuncuyu oyuna bağladığı düşünülen oyun dışı (platformlar, etkinlikler, yayıncılar, medyada oyuncuların ürettiği içerikler) ve oyun içi (kostümler, oyunun görsel, işitsel ve tasarım özellikleri) unsurların oyunun psikolojik boyutları altında ele alınarak belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmadan elde edilen veriler sonucunda öne çıkan unsurlar (psikolojik, oyun içi ve dışı) çerçevesinde bir şema geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda bu araştırmada “Video oyun bağlılığını etkileyen oyun dışı, oyun içi ve psikolojik unsurlar var mıdır?” “Video oyun bağlılığını etkileyen psikolojik unsurların oyun içi ve oyun dışı unsurlarla ilişkisi var mıdır?” sorularına yanıt aranmıştır. Bu bağlamda bu bölümde araştırma deseni, araştırmanın hipotezleri, evreni, örnekleme, veri toplama süreci ve araştırmada kullanılan anket soruları sunularak araştırmanın yöntemine dair ayrıntılı bilgiler verilmiştir. Ardından veri analizine ve araştırmanın bulgularına yer verilip bulgular tartışılmıştır.

3.1. Araştırma Deseni

Yukarıda oyun çalışmaları literatüründe sunulduğu gibi, oyun araştırmalarında hem ölçeklerin kullanıldığı nicel araştırma yöntemleri hem de etnografik yöntem ve katılımcı gözlem gibi nitel araştırma yöntemleri kullanılmaktadır. Oyun bağlılığına etkisi olabileceği düşünülen psikolojik unsurlardan oyunda deneyimlenen ve tatmin edilen duyguları tespit etmek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemine başvurulmuştur. Ankette katılımcılara açık uçlu sorular sorulmuş ve elde edilen nitel veriler içerik analizi yöntemine göre analiz edilmiştir. Oyuncuların yazmış

olduğu açık uçlu soruların yanıtları frekans ve kelime bulutu ile analiz edilip kategorize edilmiştir. Araştırmanın temellendirildiği kuramsal çerçeveden yola çıkarak oyuncuların oyunda deneyimledikleri özerklik, sosyalleşme ve başarı duygusunun oynadıkları oyun türü, oyundan elde edilen gelir ve diğer oyun içi, dışı faktörlerle ilişkisi deneysel olmayan Pearson ki-kare analizi ve çarpaz tablolar ile incelenmiştir. İki değişken arasında bağ olup olmadığının belirlenebilmesi amacıyla ki-kare analizi kullanılmaktadır (Güngör ve Bulut, 2008, s.85). Değişkenler arasındaki iki yönlü ilişkiyi gösteren tablo ise çarpaz tablo olarak tanımlanmaktadır (Karagöz, 2010, s.429).

Bu araştırmada oyuncunun deneyimlediği duygular ve karşılanan ihtiyaçlar ile oyun içi ve oyun dışı unsurların ilişkili olup olmadığını keşfetmek amacıyla ise korelasyon analizi uygulanmaktadır. Hipotezleri test etme amacıyla oluşturulan anket sorularından psikolojik unsurlarla ilgili olan bölüm Oyuncu İhtiyaçları Tatmini (The Player Needs of Satisfaction[PENS]) ölçeğinden yararlanılarak, diğer sorular ise uzman görüşleri alınarak geliştirilmiştir. Araştırma kapsamında PENS ölçeği, ölçeği geliştiren araştırmacılar tarafından izin alınarak Türkçe'ye uyarlanmıştır. Anket; 5'li Likert tipi ölçek, açık uçlu sorular, onay kutusu ve çok seçenekli sorular olmak üzere çeşitli/farklı soru tiplerinden oluşmaktadır. Anket soruları küme tipi örnekleme yöntemi ile oyunculara ulaştırılmıştır. Araştırmanın örnekleminin çok dağınık bir coğrafi alana yayıldığı durumlarda kullanılan bir yöntem olan küme örneklemede; araştırmacı örnekleme için uygun olan ve doğal olarak oluşan kümeleri örnekleme (Teddlie & Yu, 2007, s. 79). Anket soruları çevrimiçi olarak Discord, Telegram, Facebook ve Twitch platformundaki oyuncu grupları üzerinden oyunculara ulaştırılmıştır. Çevrimiçi anket yoluyla elde edilen nicel veriler sosyal bilimler için istatistik programında (Statistical package for the social sciences [SPSS 29]) programında açımlayıcı faktör analizi, güvenilirlik ve ki-kare korelasyon analizi ve çarpaz tablolar ile test edilmiştir. Açık uçlu sorulardan elde edilen nitel veriler ise MAXQDA 2022 programları ile frekans analizi ve kelime bulutu ile analiz edilmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye'de video oyun oynayan bütün bireyler oluşturmaktadır. Gaming in Turkey 2022 raporuna göre, Türkiye'de toplamda 44 milyon oyuncu bulunmaktadır (s.78). Aynı zamanda Türkiye'de 16-64 yaş aralığındaki internet kullanıcılarının %91,5'i dijital oyun oynamaktadır (We Are Social, 2022, s. 68).

Video Oyun Endüstrisi raporu Türkiye Oyun Sektörü Raporu'na atıfta bulunarak 2022 yılında 42 milyon mobil oyuncu, 24-25 milyon bilgisayar oyuncusu ve yaklaşık 15 milyon konsol oyuncusu olduğu aktarılmaktadır (Gaming in Turkey, 2022'den akt. Türkiye Dijital Dönüşüm Ofisi, 2023). Bu açıdan Türkiye Dijital Dönüşüm Ofisi hazırladığı video oyun endüstrisi raporunda bilgisayar, mobil ve konsol oynayan oyuncuların hepsini video oyun oyuncusu ve endüstrisi olarak raporlamıştır (Türkiye Dijital Dönüşüm Ofisi, 2023). Ancak bu veriler dijital oyunlar, mobil oyun, video oyun, ciddi oyun ve sosyal oyunlar kategorilerini barındıran geniş bir çatıyı oluşturduğu için bu araştırmanın evrenini oluşturan Türkiye'de sadece video oyun oynayan oyuncuların sayısı ilgili bir rapor ve veri bulunamamıştır. Buna göre, bu araştırma için örneklem, araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde, araştırmacının ulaşabildiği farklı profillerde video oyun oynayan bireyler (e-sporcu, yayıncı vb.) olarak belirlenmiştir.

3.3. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın veri toplama sürecinde öncelikle 20 Haziran 2023 tarihinde Çukurova Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanında Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu onayı alınmış, sonrasında pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmanın ardından araştırmanın veri toplama sürecine geçilmiştir. Veri toplama sürecinde 21 - 27 Haziran 2023 tarihleri arasında hipotezlerin test edilmesi amacıyla hazırlanan anket küme tipi rastgele örnekleme ile katılımcılara ulaştırılmıştır. Küme tipi örnekleme yöntemi, evrenin çok geniş bir coğrafya ve alana yayıldığı düşünüldüğü durumlarda, örnekleme yönteminde evreni yansıttığı düşünülen küçük kümeler seçilerek veri toplandığı yöntem olarak tanımlanmaktadır (Kılıç, 2013, s. 46). Araştırmanın örnekleminin evrenini yansıtabilmesi amacıyla video oyun oynayan oyuncuların bulunduğu düşünülen, farklı sayılarda üyesi bulunan, ancak oyun oynama amacıyla bir araya gelme özelliği taşıyan 10 Discord sunucusu, 10 Facebook oyun grubu, bir Twitch canlı yayını duyurusu ve dört Telegram grubu üzerinden, anket gönüllü katılımcılara ulaştırılmıştır. Veri toplama sürecindeki gruplar ve kişi sayıları Tablo 12, 13 ve 14'te verilmiştir. Her bir platformda anketin paylaşılması için yetkili kişiden gerekli izinler alındıktan sonra, anket o gruptaki üyelerle paylaşılmıştır. Anket sorularından önce, anketi açıklayan ve bu tezin yazarı ve danışmanına dair kısa bir bilgi içeren rıza metni sunulmuş, katılımcıların rızası alınmıştır. Bu açıdan veri toplama sürecinde araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalı ve etik kurallar gözetilerek oluşturulmuştur.

Tablo 12.

Discord Sunucuları

Sunucu Adı	Toplam Sayısı	Kişi
PQueen	124.000	
Katman Deliler Kulübü	71.157	
Türk Rust Oyuncusu	17.269	
Ender Oyuncu Minecraft Oyun Merkezi	22.244	
Dont Starve Turkey	3.485	
Impeccably Development	1.900	
Berkay Okyar	31.997	
Encorrest	2.884	
Teknoloji Kampüsü	1.114	
Lezzetli Robot Tarifleri	3.424	

Tablo 13.

Facebook Grupları

Grup Adı	Toplam kişi sayısı
Mmorpge ve oyuncu topluluğu	4.800
Minecraft Türkiye	31.900
League of Legends- Türkiye	5.900
Oyuncunun Teknoloji Rehberi	12.000
The Sims Türkiye	4.000
Lost Ark Türkiye	2.300
Oyun geliştirme tasarım ve yazılım	1.200
Yazılım geliştiriciler	7.200
Türkiye Oyun Geliştiricisi Öğrenciler	6.500
MMO RPG oyun	4.100

Tablo 14.

Telegram Grupları ve Twitch Yayını

Grup/Yayıncı Adı	Toplam kişi sayısı
Oyun Oynuyoruz	178
Oyun Kafe	73
Oyun Geliştirme ve Dizayn Grubu	1.402
OyunClubX	2.210
Lilyagmus Twitch yayını	58.100

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmada araştırmacı tarafından tasarlanan anket; sekiz hipotezin test edilmesi amacıyla demografik bilgiler, oyun içi, oyun dışı ve psikolojik unsurlar olmak üzere dört ana bölüme ayrılmıştır. Oyun bağıllığı literatürü çerçevesinde soru havuzu oluşturulmuştur. Oluşturulan soru havuzu içerisinde ankette kullanılacak olan sorular, video oyun alanındaki uzman görüşleri çerçevesinde seçilerek son haline getirilmiştir. Ankette, onay kutusu, açık uçlu ve çoktan seçmeli olmak üzere üç farklı soru tipinde toplam 33 soru vardır. Bu 33 sorunun beşi yaş, cinsiyet, oyuncunun oynadığı oyun türü ve oyuncu türünün (e-sporcu, yayıncı vb.), oyundan sağlanan bir gelirin olup olmadığı ile ilgili demografik bilgileri içermektedir. Oyun içi unsurlarla ilgili dört, oyun dışı unsurlar ile ilgili ise 13 soru bulunmaktadır. Son olarak psikolojik unsurları içeren 11 soru bulunmaktadır. Bu araştırmada kullanılmış olan ve araştırmacı tarafından tasarlanan anket Ek'te verilmiş ve Tablo 15'te içerikleri ile birlikte sunulmuştur:

Tablo 15.

Anketin İçeriği ve Yararlanılan Ölçekler

Yararlanılan Ölçekler	İçerik	Soru numarası
N/A	Demografik Bilgiler	1,2, 31,32,33
PENS ölçeği	Psikolojik unsurlar	20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30
N/A	Oyun içi unsurlar	16,17,18,19
N/A	Oyun dışı unsurlar	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15

Oyuncunun deneyimlediği psikolojik unsurların ve bu bağlamda geliştirilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla tasarlanan sorular, Oyuncu İhtiyaçları Tatmini (The Player Needs of Satisfaction[PENS]) ölçeğinden yararlanarak oluşturulmuştur. PENS ölçeği yeterli olma, ilişkili olma ve özerk olma üzere üç boyuttan oluşmaktadır (Rigby ve Ryan, 2006). Yeterli olma, ilişkili olma ve özerklik boyutlarının ölçülebilmesi amacıyla her boyutun altında üç soru bulunmaktadır. Yeterli olma, oyuncunun oyun içerisinde deneyimlediği başarı ve yeterlilik duygusu; ilişkili olma, oyun içerisinde deneyimlenen sosyalleşme duygusu ve özerklik, oyun içinde oyuncunun deneyimlediği seçimlerinde özgürlük hissi olarak tanımlanmaktadır. Ölçek toplamda 9 sorudan oluşan 7'li Likert ölçeğidir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanabilmesi amacıyla ölçeği geliştiren araştırmacılara ulaşıp kullanım ve çeviri izni alınmıştır. Anket sorularının tasarlanması sürecinde oyuncuların oyuna olan bağlılığının belirlenmesi amacıyla Brown ve Crains'in (2004) öne sürdüğü dalmanın üç aşaması kullanılmıştır (s.1297). Araştırmacılara göre, bir oyuna tamamen dalmanın üç aşamasından ilki oyun bağlılığı; ikinci aşaması oyunla meşgul olma ve son aşama ise oyuna tamamen kendini kaptırma, dalma olarak belirlenmiştir. Bir oyuncunun oyuna bağlılığı ile başlayan süreç daha ileriki aşamada oyuna dalma veya zamanın nasıl geçtiğini anlayamama durumu ile sonuçlanabilmektedir. Bu kavramsal çerçeveden yola çıkarak araştırma sorularında oyun bağlılığı ile ilgili sorular bu üç aşamaya göre tasarlanmıştır.

3.5. Araştırmanın Hipotezleri ve Araştırma Modeli

Araştırma deseni bölümünde ayrıntılı olarak sunulduğu gibi, bu araştırmada nitel ve nicel verilere ulaşmak hedeflenmiştir. Bu amaçla, nitel veri elde etmek için şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Oyuncuların oyunda deneyimledikleri duygular nelerdir?
2. Oyuncuların oyun oynama sırasında tatmin ettikleri duygular var mıdır? Varsa nelerdir?

Yanı sıra nicel veri elde etmek amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiş ve anket soruları ile test edilmesi hedeflenmiştir:

Hipotez 1: Oyuncuların oyundaki özerklik deneyimi ile oyun dışı unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2: Oyuncuların oyundaki sosyallik deneyimi ile oyun dışı unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 3: Oyuncuların oyundaki başarı deneyimi ile oyun dışı unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4: Oyuncuların oyundaki özerklik deneyimi ile oyun içi unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 5: Oyuncuların oyundaki sosyallik deneyimi ile oyun içi unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6: Oyuncuların oyundaki başarı deneyimi ile oyun içi unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 7: Oyuncuların oynadıkları oyun türleri ile oyun içi, dışı ve psikolojik unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 8: Oyuncuların oyundan elde ettikleri gelir ile özerklik, sosyallik ve başarı deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın hipotezlerine ek olarak araştırma modeli de aşağıdaki Şekil 16'da sunulmaktadır:



Şekil 16. Araştırma modeli

3.6. Verilerin Analizi

Nitel ve nicel veri elde etmeye yönelik olarak tasarlanan soru formu aracılığıyla toplanan verilerin analizinde üç farklı yol izlenmiştir. Hazırlanan ankette açık uçlu sorulardan elde edilen nitel veriler, Maxqda 2022 programı ile analiz edilmiştir. En çok kullanılan kelimelerin frekans analizi yapılmış ve kelime bulutu oluşturulmuştur.

Araştırmanın nicel verilerinin analizi için ise SPSS 29 programı kullanılarak, hipotezlerin test edilmesi amacıyla oluşturulan anket soruları açımlayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Nicel verilerin bulguları araştırma modelindeki psikolojik, oyun içi ve dışı unsurlar çerçevesinde bu üç farklı başlıkta incelenmiştir. Son olarak birbiri ile ilişkisi olduğu düşünülen konu başlıkları ve sorulara verilen yanıtlardan elde edilen veriler çapraz tablolar ve ki-kare testi ile analiz edilmiştir.

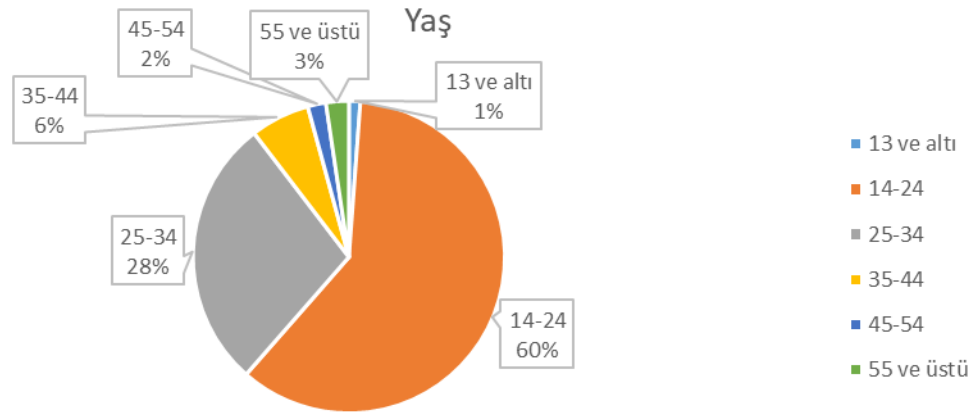


BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1. Katılımcıların demografik ve oyun deneyimi ile ilgili genel bilgileri

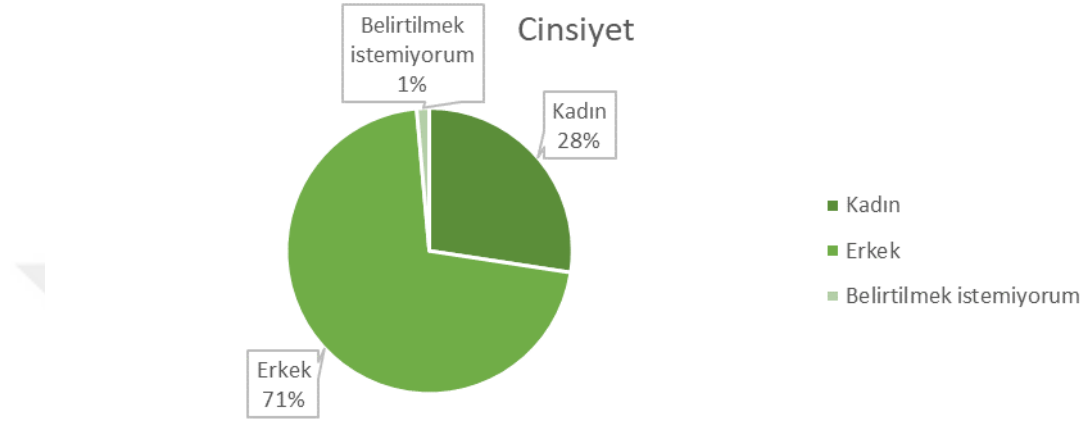
Araştırmada hazırlanan soru formunu toplamda 506 gönüllü katılımcı yanıtlamıştır. Soru formunu, sadece video oyunu oynayan kişilerin yanıtlaması hedeflendiği için, yukarıda belirtilen dört ana bölümden oluşan sorulara geçmeden önce video oyunun tanımı verilerek, “Video oyunu oynuyor musunuz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya 83 katılımcı “hayır” yanıtı vermiştir. “Hayır” yanıtından sonra anketin sonlandırılması nedeni ile söz konusu 83 katılımcı, araştırmaya dahil edilmemiştir. Buna göre, aşağıda sunulan bulgular, video oyunu oynayan 423 kişinin yanıtlarına dayanarak hazırlanmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri yaş, cinsiyet, oynanan oyun türü, oyuncu profili (e-sporcu, yayıncı vb.) ve oyundan elde edilen bir gelirin olup olmadığı ile ilgili olmak üzere beş sorudan oluşmaktadır. Bu sorulara verilen yanıtlar çerçevesinde elde edilen bulgular aşağıda grafikler halinde aktarılmıştır.



Şekil 17. Oyuncuların yaşı

Katılımcıların yaşları incelendiğinde 13 yaş ve altında beş, 14-24 yaş arasında 255, 25-34 yaş arasında 119, 35-44 yaş arasında 26, 45-54 yaş arasında sekiz, 55 yaş ve üstü 10 katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu 14-24 yaş arasındaki oyuncuların oluşturduğu gözlemlenmektedir. İkinci çoğunluğu ise 25-34 yaş aralığı oluşturmaktadır. Bu bulgular kuramsal çerçevede aktarılmış olan Türkiye’de ve

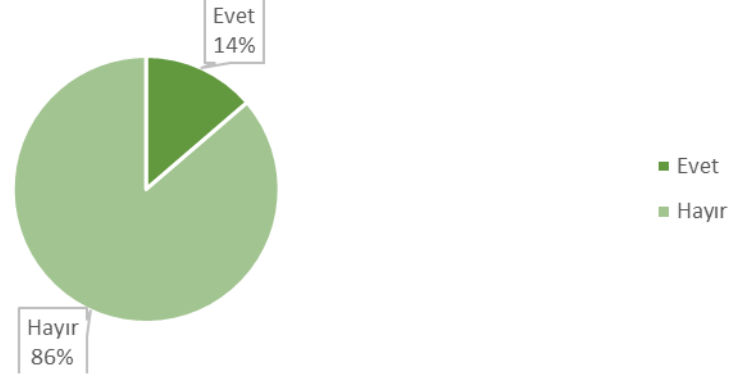
yurtdışında hazırlanan oyuncu ve dijital oyun raporlarındaki oyuncu yaş aralıkları ile uyushmaktadır. Livingstone (2018) medya kullanımında mahremiyet ve reşitlik yaşının avrupa birliğine bağılı ölkelerde yapılan bir çalışmadan yola çıkarak 13 ve 16 aralığında başladığını belirtmektedir (s.21). Bu araştırmada bu veriden yola çıkarak yaş aralığı 13 yaş ve altı olarak kademelendirilmiştir.



şekil 18. Oyuncuların cinsiyeti

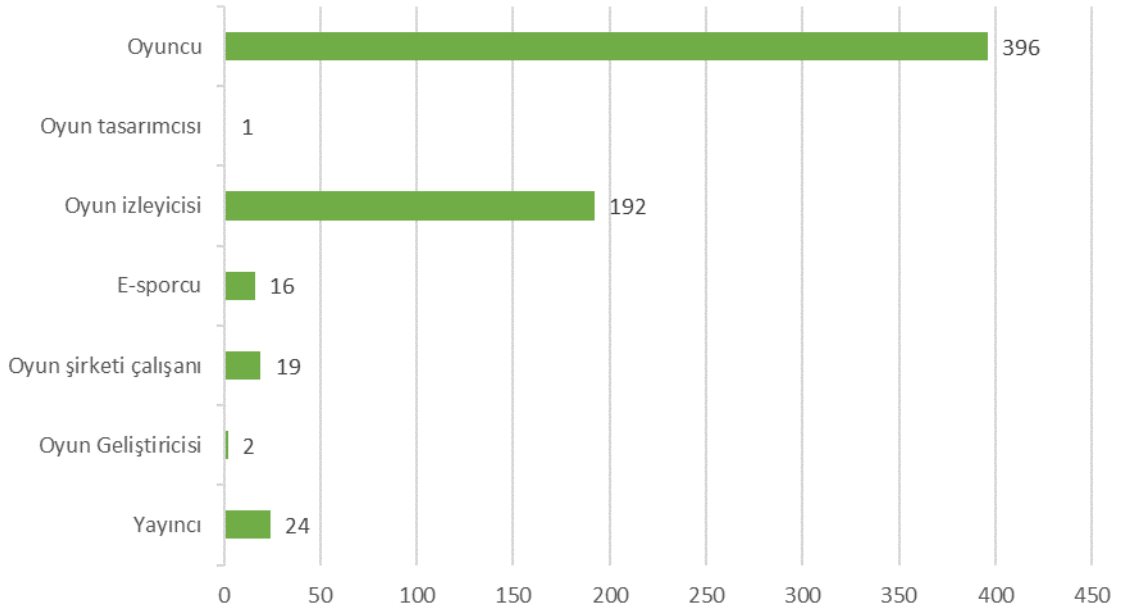
Katılımcıların cinsiyet verileri incelendiğinde, çoğunluğun video oyun oynayan erkek katılımcılar olduğu gözlemlenmiştir. Demografik bilgilerle ilgili hazırlanan sorulardan bir diğeri, oyuncuların oyun oynayarak kazandığı bir gelir olup olmadığı sorusudur. Bu soru oyuncuları oyuna bağlayan dışsal motivasyonlar (para, şöhret vb.) varsa bu kişileri analize dahil etmeme amacıyla tasarlanmıştır. Bu soru ile araştırmanın temellendirildiği kuramsal çerçeveye ve amacına bağlı olarak oyuncuların oyun oynama ve oyun bağlanmalarının herhangi bir ödöl, para, şöhret vb. dış etkenler yerine, hiçbir kazanç olmadan oyun oynuyor olmalarının yani oyun oynama faaliyetinin içsel motivasyonla yapılıyor olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu soruya verilen yanıtlar şekil 19’da gösterilmiştir.

Oyunlardan bir gelir elde ediyor musunuz?



Şekil 19. Oyunlardan elde edilen bir gelir bilgisi

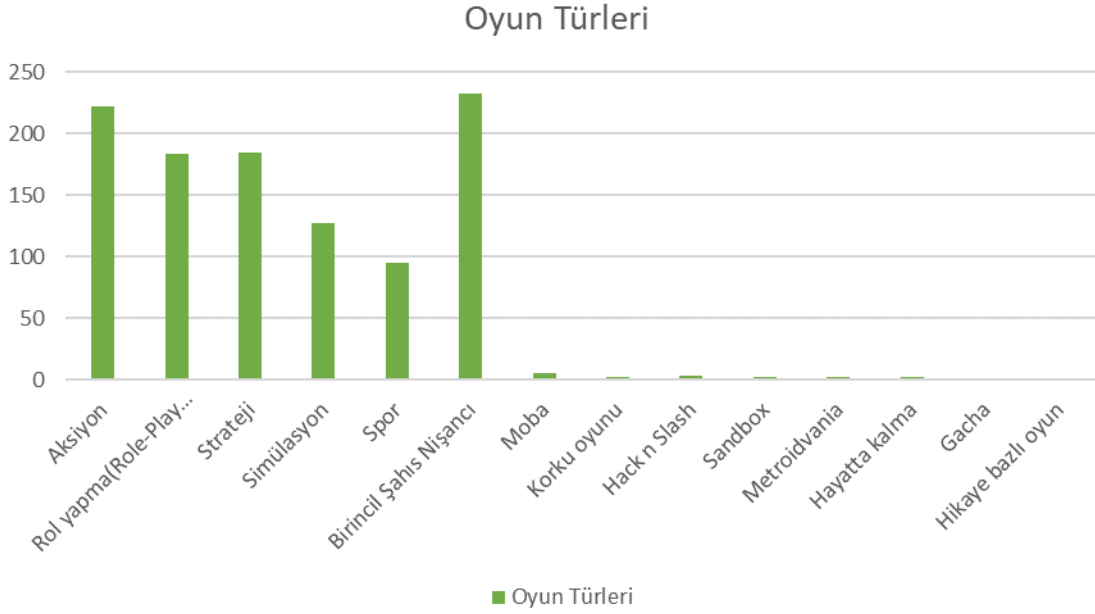
Katılımcıların büyük çoğunluğunun oyunlardan bir gelir elde etmediği bulunmuştur. Yukarıda aktarılan bilgiler çerçevesinde, oyunlardan gelir elde eden 58 katılımcı analize dahil edilmemiştir. Katılımcılarla ilgili elde edilen diğer iki demografik veri, oynadıkları oyun türleri ve oyuncuların kendilerini nasıl tanımladıkları ile ilgili sorulardır.



Şekil 20. Oyuncuların kendilerini tanımlamaları

Katılımcıların kendilerini nasıl tanımladıklarına dair hazırlanan soruda, “yayınçı”, “oyuncu”, “oyun izleyicisi”, “oyun şirketi çalışanı”, “e-sporcu” ve “diğer” seçenekleri sunulmuştur. Buna göre, “diğer” seçeneğini işaretleyen katılımcıların

kendilerini “oyun geliştiricisi” ve “oyun tasarımcısı” olarak tanımladıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, bir oyuncunun aynı zamanda örneğin yayıncı olabileceği de göz önünde bulundurulduğu için, katılımcıların birden fazla seçeneği işaretlemesine olanak verilmiştir. Demografik bilgilerle ilgili son olarak oyuncuların oynadıkları oyun türleri ile ilgili veriler aşağıdaki şekil 21’de verilmiştir.



Şekil 21. Oyuncuların oynadıkları oyun türleri

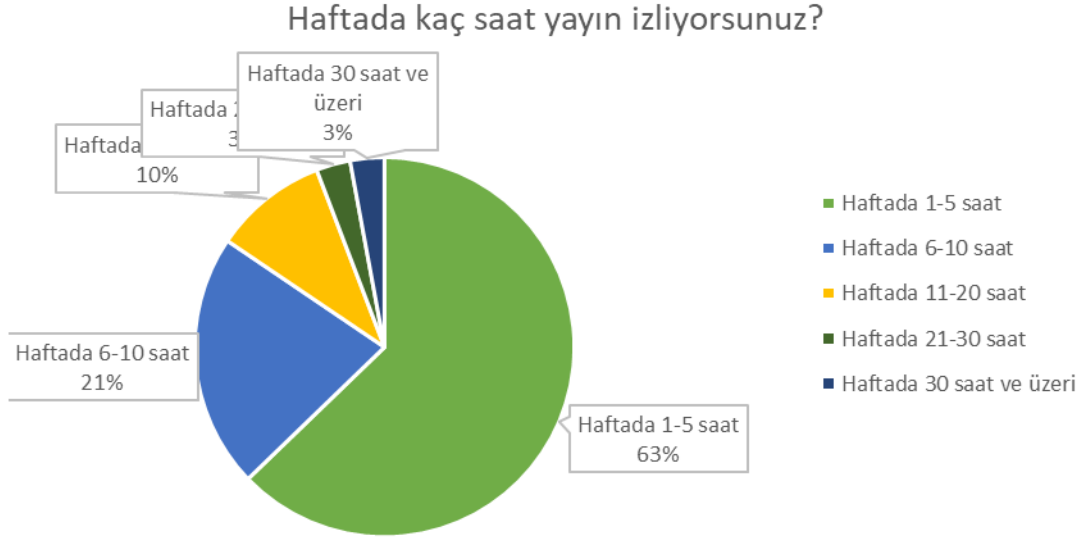
Bu araştırmanın kuramsal bölümünde ayrıntılı olarak sunulduğu gibi, oyun türleri oyuna bağlanmayı etkileyen unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Literatürde farklı oyun türleri sınıflandırmaları olduğu için, bu soru formunda oyun türlerinin tümü, katılımcılara seçenek olarak sunulmamıştır, sadece aksiyon, rol yapma, strateji, simülasyon, spor ve birinci şahıs nişancı olmak üzere ana oyun türleri verilmiştir. Ayrıca bu soruya “diğer” seçeneği eklenmiş ve böylelikle soruda sunulmayan diğer oyun türleri için katılımcıların oynadıkları oyun türünü kendilerinin eklemesi talep edilmiştir. Bu amaç doğrultusunda katılımcılar, ankette verilmeyen diğer oyun türlerini kendileri aktarmışlardır. Buna göre, çevrimiçi çok oyunculu savaş arenası (massive online battle arena/moba), korku oyunu, hack and slash, metroidvania, sandbox, gacha, hikaye bazlı oyun, hayatta kalma, dövüş, rogue like, turn-based (sıralı/dönüşümlü) oyunlar ve interaktif film oyunları katılımcılar tarafından eklenmiştir. Aynı zamanda bazı katılımcılar, rol yapma oyunlarına ek olarak devasa çok

oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunlarını (Massively multiplayer online role-playing game (MMORPG) ayrı bir tür olarak belirtmiştir. Bu türlerden Hack and Slash hikayenin daha az olduğu rol yapma oyunlarının bir türü olarak oyuncu ile oyuncu olmayan birçok karakter arasındaki karşılıklı çatışmaya dayalı oyun türü olarak tanımlanmaktadır (Qaffar, 2020, s.176). Örneğin katılımcıların verdiği yanıtlardan biri olan metroidvania oyun türü ise anlatının olduğu, kapsamlı bir harita, karakter gelişimi ve eşit zorluk derecesinin olduğu oyun türü olarak tanımlanmaktadır (Oliveira, Franco, Silva, Gomes & Maia, 2020, s.838). Bu tanıma göre oyuncular oynadıkları oyun türlerini en temel çatıda birleştirmek yerine kendi alt kategorilerine göre de ayırmayı tercih etmişlerdir. Rol yapma oyunlarına benzer bir tanım olsa da oyuncular için oyun türleri arasındaki küçük farklılıkların önem taşıdığı gözlemlenmektedir.



Şekil 22. Oyuncuların yayıncı takip etme oranları

Katılımcıların %73'ü video oyun yayıncılarını takip ederken %27'si yayıncı/yayıncıları takip etmemektedir. Yayıncıları takip ettiğini belirten katılımcılara ortalama yayın izleme süreleri ile ilgili sorulan soruya verilen yanıtlar şekil 23'te aktarılmıştır.

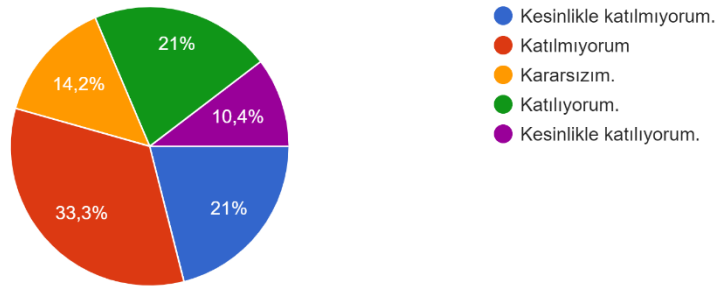


Şekil 23. Haftada izlenen yayın saati süreleri

Bu veriler çerçevesinde ankete katılan oyuncuların %63'ünün haftada 1-5 arası yayın izlediği bulunmuştur. Katılımcıların oyun deneyimi ile ilgili bilgi içeren diğer soru ise oyuncuların yayıncılarla karşılıklı etkileşimleri olup olmadığı ve oyunların turnuva, etkinliklerine çevrimiçi veya canlı katılıp katılmadıkları ile ilgili bilgi alma amaçlı sorulardır.

10. En sık takip ettiğim yayıncı ile genellikle karşılıklı etkileşim içerisinde olurum. (Mesaj, emoji, bağış vs.).

309 yanıt

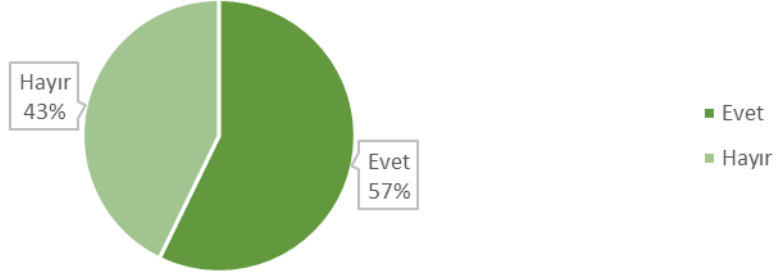


Şekil 24. Yayıncıyla etkileşim

Şekil 24'te de görüldüğü gibi, katılımcıların yayıncılarla etkileşimi konusunda benzer oranlarda yanıtlar elde edilmiştir. Ancak “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük

bölümünün yayıncılarla etkileşim içinde olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Oyuncuların turnuva ve etkinliklere katılma oranları ise aşağıda iki farklı grafikte aktarılmıştır.

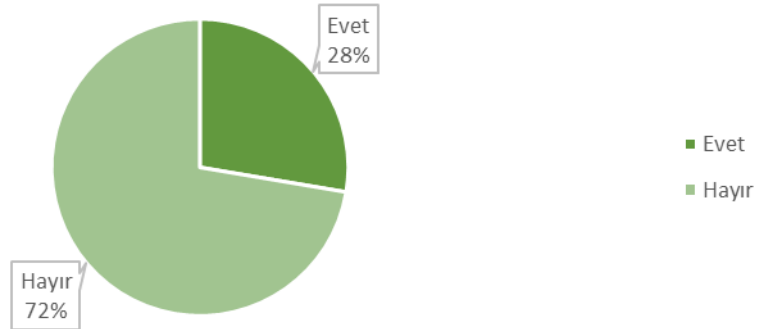
Oynadığınız oyunun etkinlik ve turnuvalarını izliyor musunuz?



Şekil 25. Etkinlik ve turnuva izleme oranları

Katılımcıların, az bir farkla da olsa çoğunluğunun, oynadıkları oyunların turnuva ve etkinliklerini izledikleri tespit edilmiştir. Çevrimiçi izleme ve canlı katılımın farklı etkileri olabileceği düşünülerek ankette farklı iki soru olarak sorulmuştur. Katılımcıların oyunun etkinlik ve turnuvalarına canlı katılım oranlarının düşük olduğu bulunmuştur. Bu açıdan çevrimiçi izleme oranının canlı katılımdan daha yüksek olduğu da gözlemlenmiştir.

Oynadığınız oyunun etkinlik ve turnuvalarına canlı katılıyor musunuz?



Şekil 26. Etkinlik ve turnuva canlı katılım oranları

Yukarıda literatür bölümlerinde değinildiği gibi, oyun içi satın almalar da oyuna bağlılığı etkileyen bir faktör olabilmektedir. Bu nedenle, soru formunda katılımcılara oyun içinde kostüm veya itemler satın alıp almadıkları da sorulmuştur. Bu soruya verilen yanıtlar aşağıdaki Şekil 27’de gösterilmektedir.



Şekil 27. Oyuncuların kostüm ve item satın alma oranları

Şekil 27 incelendiğinde ankete katılan oyuncuların çoğunluğu oyun içinde kostüm ve itemler satın almaktadır. Oyun bağlılığını ve oyuna bağlayan faktörleri keşfetmek amacıyla, yukarıdaki sorularla oyun bağlılığı ilişkisini inceleyen takip soruları da sorulmuştur. Örneğim kostüm ve itemlerin oyun bağlılığı üzerindeki etkisini inceleyebilmek amacıyla, öncelikle oyuncuların kostüm veya itemler satın alıp almadıklarının öğrenilmesinin gerekli olduğu düşünülmüştür. Bu bölümde değinilen oyuncuların oyun içi ve dışı deneyimleri ile ilgili bilgiler oyun bağlılığı sorularındaki yanıtların en gerçekçi haliyle yanıtlanabilmesi amacıyla tasarlanmıştır. Bir sonraki bölümde oyuncuların oyunda deneyimledikleri ve tatmin ettiğini düşündükleri duygularının açık uçlu yanıtları nitel verilerin bulguları başlığı altında analiz edilmiştir.

4.2. Nitel verilerin bulguları

Soru formunda açık uçlu yanıt istenilen iki soru yer almaktadır. Oyuncu deneyimini temel odağa almak ve oyuncuların deneyimleri çerçevesinden oyuna bağlayıcı unsurları inceleme amacıyla araştırmada açık uçlu sorularla oyuncuların deneyimlerini kendilerinin aktarmalarının literatüre ve araştırmaya katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Bu amaçla oluşturulan açık uçlu sorulardan ilkinde, oyunculardan oyunda deneyimledikleri üç

duyguyu yazmaları, diğer soruda ise eğer varsa oyun deneyiminde tatmin ettiklerini düşündükleri bir duygularını yazmaları istenmiştir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar çerçevesinde, duygu kelimelerinin frekans analizi yapılmış ve kelime bulutu tasarlanmıştır. Oyun oynama deneyiminde hissedilen üç duyguya 419 oyuncu tam yanıt vermiştir. Verilen yanıtlar çerçevesinde yapılan duyguların kelime frekans analizi Şekil 28’de aktarılmıştır.



Şekil 28. Oyuncuların oyunda deneyimledikleri duyguların frekans tablosu

Oyuncuların oyunda deneyimlediklerini belirttikleri en yoğun duygunun heyecan olduğu bulunmuştur. Heyecan dışında en çok deneyimlediklerini diğer duyguları oyuncular sıklık sırasına göre mutluluk, hırs, sinir, öfke, stres, merak, rahatlama, eğlence ve zevk olarak belirtmişlerdir. Frekans analizinde minimum sıklık beş olarak seçilmiştir. Frekans analizine ek olarak, katılımcıların yanıtlarında yer alan tüm duyguların verisini sunmak amacıyla belirtilen duygular için kelime bulutu hazırlanmıştır, kelime bulutu görseli aşağıda sunulmaktadır:



Şekil 29. Oyunda en sık deneyimlenen duyguların kelime bulutu görseli

Oyuncuların 340'ı oyunlarda tatmin ettikleri duyguları olduğunu belirtirken 83 oyuncu herhangi bir duygusunun tatmin olmadığı yanıtını vermiştir. Bu sorunun ardından hazırlanan takip sorusunda açık uçlu bir soru ile 340 katılımcıya tatmin ettikleri duyguları yazmaları istenmiştir. Katılımcılardan 336'sı bu soruyu yanıtlamıştır. Verilen yanıt çerçevesinde oyuncuların oyun deneyiminde en sık tatmin edildiğini belirttikleri duygular Şekil 30'da verilmiştir.



Şekil 30. Oyuncuların oyunda en çok tatmin ettiği duygunun frekans tablosu

Oyuncuların oyunda en sık tatmin ettiğini belirttiği duygunun mutluluk ve heyecan olduğu bulunmuştur. Diğer duygular ise sıklık sırasına göre başarı, hirs, kazanma, eğlence, öfke, rahatlama, stres ve merak olarak bulunmuştur. Oyunda deneyimlenen duygular gibi, tatmin edilen duyguların frekans analizinde de minimum sıklık beş olarak seçilmiştir. Oyuncuların oyunda en çok tatmin edildiğini belirttiği duyguların kelime bulutu görselleştirmesi ise aşağıda verilmiştir. En sık deneyimlenen iki duygunun aynı zamanda en çok tatmin edilen iki duygu olduğu bulunmuştur. Belirtilen diğer duygular açısından da deneyimlenen duygular ve tatmin edilen duygular arasında benzerlikler olduğu gözlemlenmiştir.



Şekil 31. Oyunda en çok tatmin edilen duyguların kelime bulutu görseli

Bu bölümde soru formunda açık uçlu sorulardan oyuncuların oyun oynarken en sık deneyimlediği duygular ve en çok tatmin edilen duygulara veriler yanıtlar grafikler ve görsellerle aktarılmıştır. Bir diğer başlıkta araştırmadaki anket sorularının nicel verilerinin analizine yer verilmiştir.

4.3. Nicel verilerin bulguları

4.3.1. Anketin faktör ve güvenilirlik analizi

Nicel verilerin analiz sürecinde anket soruları verilen yanıtların türlerine göre ayrılarak analiz edilmiştir. Ankette bazı sorular “katılıyorum, katılmıyorum” ifadelerini içeren 5’li Likert ölçek türündeyken, bazı soruların yanıtları oyuna bağlılığın derecesini belirleyebilme amacıyla Likert ölçek olarak tasarlanmamıştır. Bu soruların yanıtları “oyuna bağlanırım, oyuna bağlanmam üzerinde etkisi olmaz” şeklinde ifadeleri içermektedir. Likert soruların yanıtları ise 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum şeklinde oluşturulmuştur. Anket, katılımcıların verdiği yanıtların gerçeği en doğru şekilde yansıtabilmesi amacıyla aşamalı ve evet/hayır yanıtlarına göre değişen bir formda hazırlanmıştır.

Araştırmanın nicel verilerinin bulgularının istatistiksel analizinde çeşitli sınırlılıklarla karşılaşmıştır. Soru tiplerinin farklı olmasından kaynaklanan bu sınırlılıklar nedeniyle nicel verilerin analizi sürecinde anket soruları ve ifadeleri SPSS programındaki yanıt türlerine göre ikiye ayrılarak analiz edilmiştir. Hazırlanan anketteki ifadelerin ve soruların ilgili faktörler altında dağılım gösterip göstermediğinin belirlemesi amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizinden önce anketin faktör modeli uygulanmasına uygun olup olmadığının belirlenmesi amacıyla Kaiser Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi uygulanmıştır. Sonrasında ise anket sorularının

birbiri arasındaki iç tutarlılıkları ve maddeler arası güvenilirliğin olup olmadığını belirleyebilme amacıyla Cronbach alfa güvenilirlik analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda KMO, Barlett değerleri ve güvenilirlik analizi verileri aşağıdaki tablolarda aktarılmıştır.

Tablo 16.

5'li Likert Soruların Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Verileri

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği		,673
Bartlett Testi	Ki-kare	96,344
	Sd	66
	Sig.	,009
Cronbach's Alfa		,653

Tablo 17.

Diğer Soruların Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Verileri

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği		,789
Bartlett Testi	Ki-kare	225,150
	Sd	45
	Sig.	<,001
Cronbach's Alfa		,662

Tablo 16 ve 17'de aktarılan veriler çerçevesinde 5'li Likert soruların ve diğer soruların faktör analizine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Küresellik Testi uygulanmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin değerinin 0.50'den düşük olması faktör analizine devam edilemeyeceğini açıklamaktadır (Çokluk ve ark., 2012, s. 207). Her iki KMO verisi de bu kriteri karşılamaktadır. Bu açıdan nicel verilerin istatistiksel açıdan incelenebilmesi amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Aynı zamanda Cronbach's alpha katsayıları sırasıyla 0,653 ve 0,662 olarak bulunmuştur. Cronbach Alpha katsayısının verilerine göre .40 güvenilir değil, .40-.59 arası düşük güvenilirlik .60-.79 arası oldukça güvenilir, .80-1.00 arası ise yüksek derece güvenilirlik olarak yorumlanmaktadır (Özdamar, 2002, s.667). Bu açıdan elde edilen güvenilirlik katsayıları (.65 ve .66) çerçevesinde hazırlanan anket sorularının oldukça güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere ek olarak ankette hazırlanan üç unsurun güvenilirlik analizleri ayrı ayrı yapılmıştır. Yapılan analizine ilişkin

veriler aşağıdaki tabloda aktarılmıştır. KMO değerinin uygunluğunun ardından açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açımlayıcı faktör analizine ilişkin varyans değerleri aşağıdaki tablolarda aktarılmıştır.

Tablo 18.

5'li Likert Soruların Varyans Değerleri

Faktör	Özdeğer	Varyans yüzdesi	Toplam yüzde
1	2,975	24,793	24,793
2	1,582	13,181	37,974
3	1,262	10,514	48,489
4	1,166	9,721	58,209
5	1,009	8,407	66,616

Tablo 19.

Diğer Soruların Varyans Değerleri

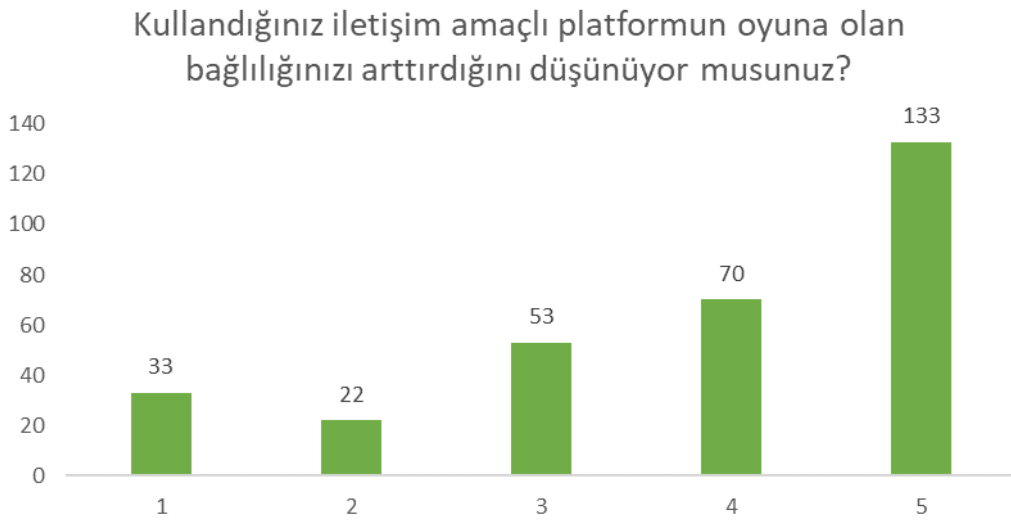
Faktör	Özdeğer	Varyans yüzdesi	Toplam yüzde
1	2,897	28,966	28,966
2	1,202	12,018	40,984
3	1,055	10,552	51,536

Tablo 18 ve 19'daki varyans değerleri incelendiğinde özdeğer verileri $p = 1$ değerinin üzerinde olan 5'li Likert ölçekte beş faktör diğer sorular da ise üç faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Maddelerin bileşen analizi (component matrix) incelendiğinde, her iki tabloda da bir maddenin aynı anda birden fazla faktörü karşıladığı bulunmuştur. Bu durum, istatistiksel açıdan sorunlu olarak yorumlanabilir. Ancak araştırma deseninde psikolojik unsurların altında oyun içi ve dışı faktörlerin oyun bağılılığı ile ilişkisinin modellenmesi hedeflenmiştir. Bu model çerçevesinden düşünüldüğünde oyun içindeki bir unsuru inceleyen bir soru aynı zamanda psikolojik unsuru da karşılıyor olabilmektedir. İç içe geçen sorular ve faktörler bu açıdan bileşen analizinde de aynı sonucu vermektedir. Açımlayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi verileri sonucunda araştırmacı tarafından

literatür çerçevesinde ve uzman görüşleri ile hazırlanmış olan anketin güvenilir olduğu ve ölçek geliştirme ilk aşaması olan faktör analizi için gerekli kriterleri karşıladığı bulunmuştur. Bu verilerin ardından araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi amacıyla belirli sorulara verilen yanıtlar arasındaki korelasyon ilişkisi çapraz tablolar ile analiz edilmiştir.

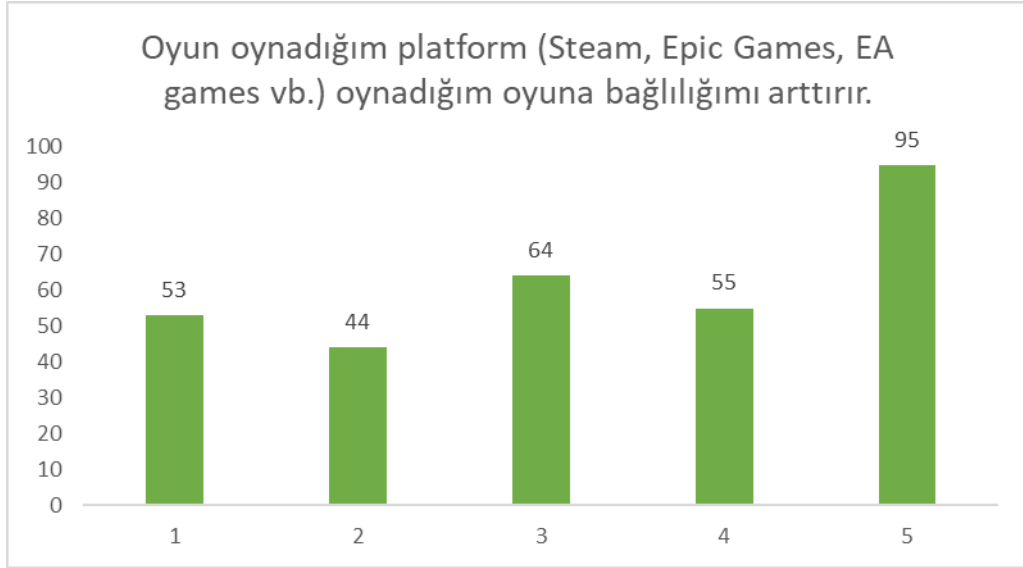
4.3.2. Oyun dışı unsurlarla ilgili bulgular

Soru formunda oyuncuların oyun oynama deneyiminde, oyun dışı faktörlerin oyuna olan bağlılıkla ilişkisi olup olmadığını bulabilme amacıyla hazırlanan çeşitli oyun dışı unsurlarla ilişkili sorular bulunmaktadır. Ankete katılan oyuncuların oyun dışı unsurlarla ilgili verdikleri yanıtlar çerçevesinde elde edilen veriler aşağıdaki tablolarda konu başlıklarına göre aktarılmıştır.



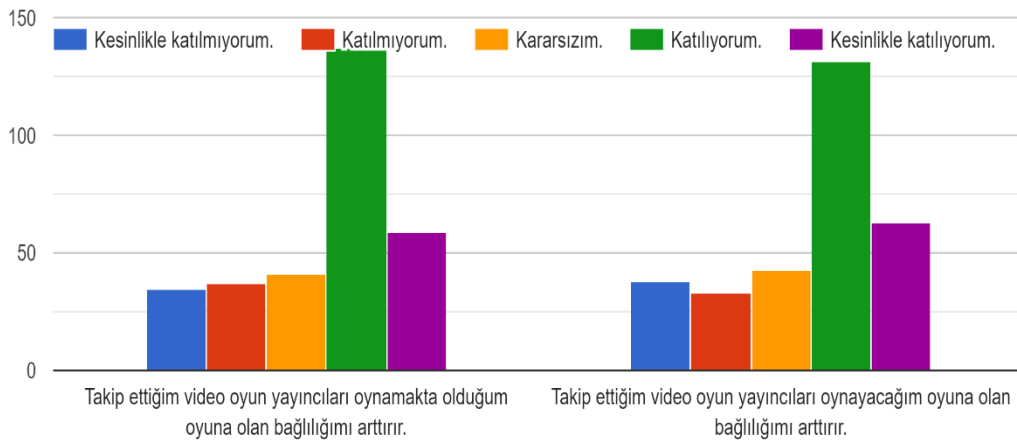
Şekil 32. Oyunda kullanılan iletişim amaçlı platform ve oyuna bağlılık ilişkisi

Verilen yanıtlar çerçevesinde ankete katılan oyuncuların büyük çoğunluğu, oyun oynama deneyimi içerisinde kullandıkları iletişim amaçlı platformların (Discord, Slack, Teamspeak vb.) oyuna bağlanmaları üzerinde etkisi olduğunu belirtmektedir. Ancak oyuncular, oyun oynadıkları platformun (Steam, Epic Games, EA games vb.) oynadıkları oyuna olan bağlılığı konusunda net bir veri sağlamamaktadır. Bağlılığını arttırdığını düşünenler düşünmeyenlere oranla daha fazla olsa da iletişim platformu kadar yüksek bir etkisi olmadığı bulunmuştur.



Şekil 33. Oyunu oynama amacıyla kullanılan platform ve oyuna bağlılık ilişkisi

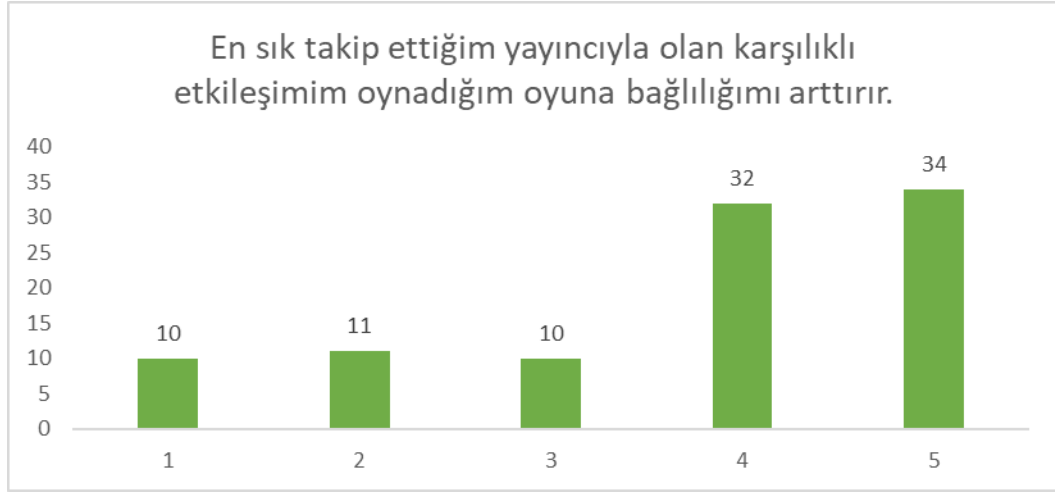
Aynı zamanda oyuncuların oyun oynadıkları platformun oyuna bağlılığı konusunda kararsızlıklarının yüksek olduğu (n: 64) bulunmuştur. Katılımcıların takip ettikleri video oyun yayıncılarının oyuna bağlılığı ile ilişkisini belirlemek amacıyla elde edilen veriler Şekil 34'te aktarılmıştır. Takip edilen yayıncının oyun bağlılığına olan etkisi, oynadıkları oyuna ve oynayacakları olan oyunlara olan etkisi olarak iki farklı şekilde sorulmuştur.



Şekil 34. Video oyun yayıncıları ve oyun bağlılığı ilişkisi

Katılımcıların büyük çoğunluğu, takip ettikleri video oyun yayıncılarının oynamakta oldukları ve oynayacakları oyun üzerinde bir etkisi olduğunu belirtmiştir. Şekil 34 incelendiğinde aynı zamanda oyuna olan bağlılıkta takip edilen video oyun

yayıncılarının etkisi olduğu sonucuna da ulaşılmaktadır. Oyunculara en sık takip ettikleri yayıncıyla olan karşılıklı etkileşimlerinin olup olmadığı sorulmuştur. Demografik bilgilerle ilgili bulgular bölümünde bu soruya verilen yanıtların grafiği aktarılmıştır. En sık takip ettiği yayıncıyla karşılıklı etkileşimi olduğunu belirten katılımcılara bu etkileşimin oyuna olan bağlılığa etkisi sorulmuştur. Katılımcıların verdiği yanıtlara ilişkin veriler şekil 35’te aktarılmıştır.



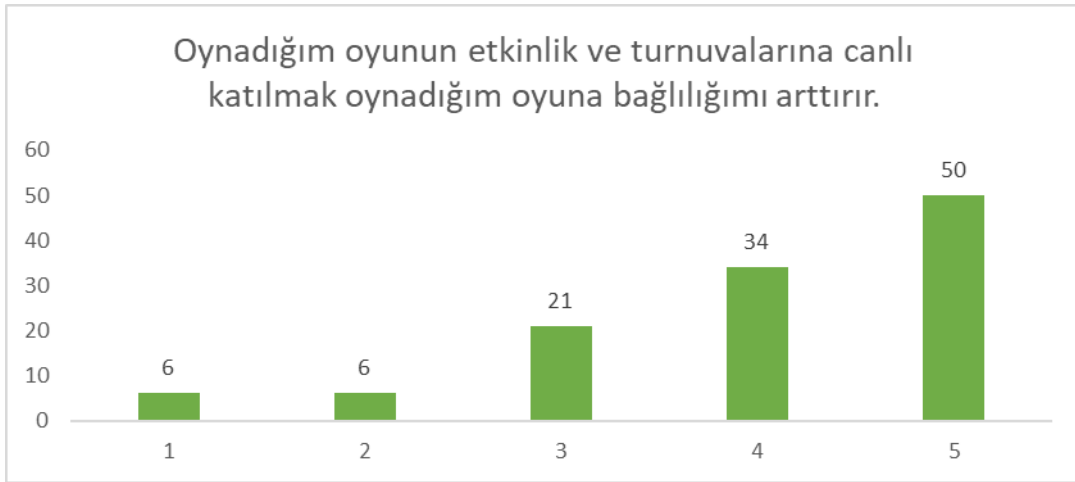
Şekil 35. En sık takip edilen yayıncıyla olan etkileşim ve oyun bağlılığı ilişkisi

Şekil 35 incelendiğinde en sık takip ettiği yayıncıyla etkileşim içerisinde olan oyuncuların, bu etkileşimin oynadıkları oyuna bağlılığı arttırdığını belirttiği bulunmuştur. Ayrıca, oyun dışı faktörler kapsamında, oyun şirketleri tarafından düzenlenen etkinlik ve turnuvaları izleyip izlemedikleri veya canlı katılıp katılmadıkları sorulmuş ve bunların oyuna bağlılığı etkileyip etkilemediği de test edilmiştir.



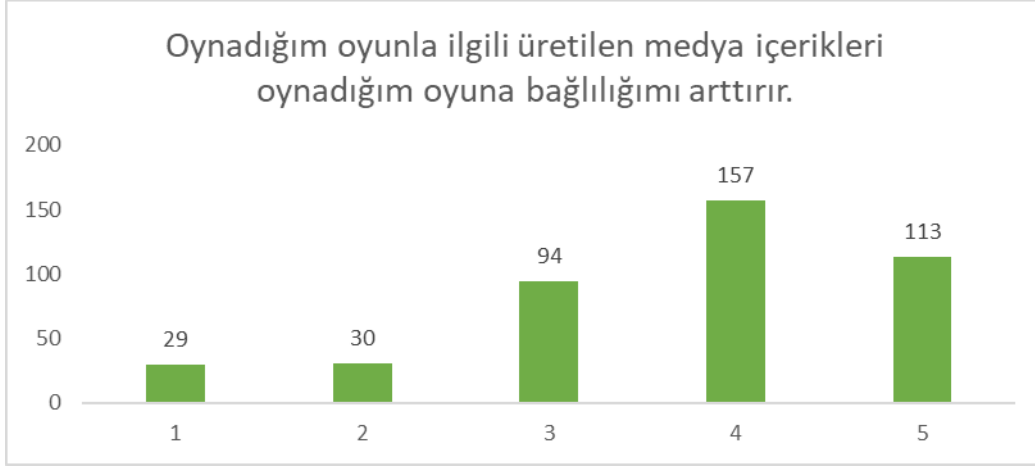
Şekil 36. Etkinlik ve turnuvalara çevrimiçi katılım ve oyun bağlılığı ilişkisi

Katılımcıların büyük çoğunluğu oynadıkları oyunun etkinlik ve turnuvalarını izlemenin oynadıkları oyuna bağlılıklarını arttırdığını belirtmişlerdir.



Şekil 37. Etkinlik ve turnuvalara canlı katılım ve oyun bağlılığı ilişkisi

Şekil 37 incelendiğinde etkinlik ve turnuvalara canlı katıldığını belirten oyuncuların oynadıkları oyuna olan bağlılığını arttırdığını belirttiği bulunmuştur. Demografik bilgiler başlığı altında sunulan bulgularda, oyuncuların etkinlik ve turnuvalara katılımın daha çok çevrimiçi olduğu, canlı katılımın daha az olduğu bulunmuştu. Oyunculara oyun dışı faktörler kapsamında sorulan son soru, oyun dışında üretilen medya içerikleri ve bunların oyuna bağlılığı üzerinde bir etkisi olup olmadığı ile ilgilidir. Bu soruya verilen yanıtlar şekil 38’de aktarılmıştır.

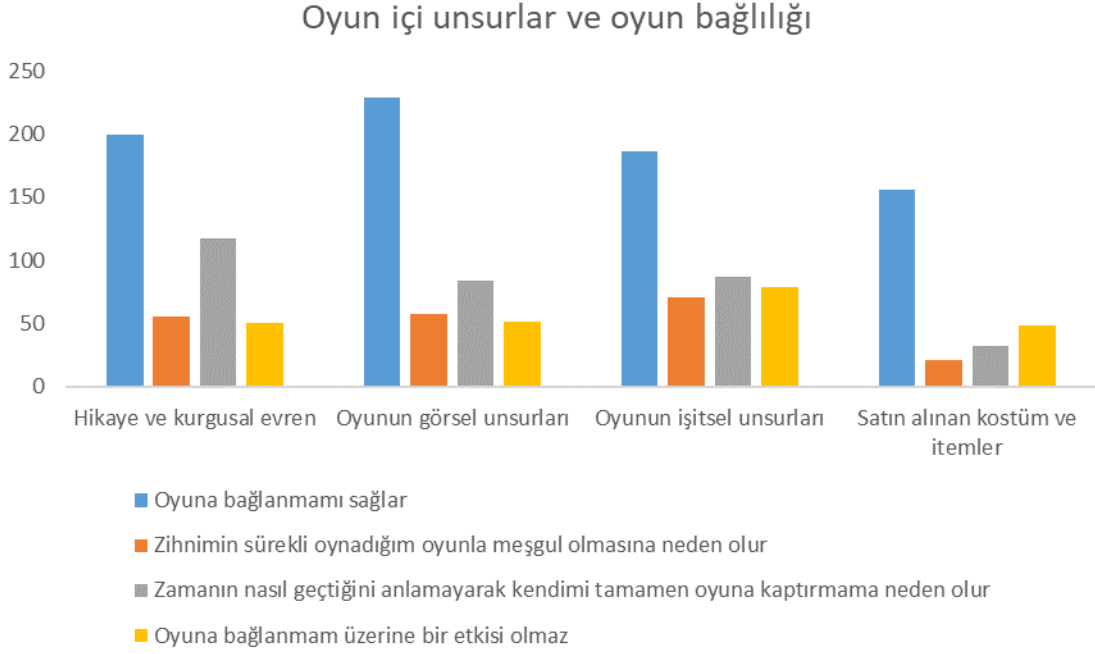


Şekil 38. Oynanan oyunla ilgili üretilen medya içerikleri ve oyun bağlılığı ilişkisi

Katılımcıların büyük çoğunluğu, oynadıkları oyunla ilgili üretilen medya içeriklerinin oynadıkları oyuna olan bağlılığı arttırdığını belirtmektedir. Bu bölümde oyun dışı unsurlarla (İletişim platformu, oyun dağıtım platformu, yayıncılar, turnuva/etkinlikler ve oyunla ilgili üretilen medya içerikleri) ile ilgili hazırlanan anket sorularına verilen yanıtlardan oluşturulan veri grafikleri bu bölümde aktarılmıştır. Bir sonraki bölümde oyun içi unsurlarla ilgili veriler grafikler halinde sunulmuştur.

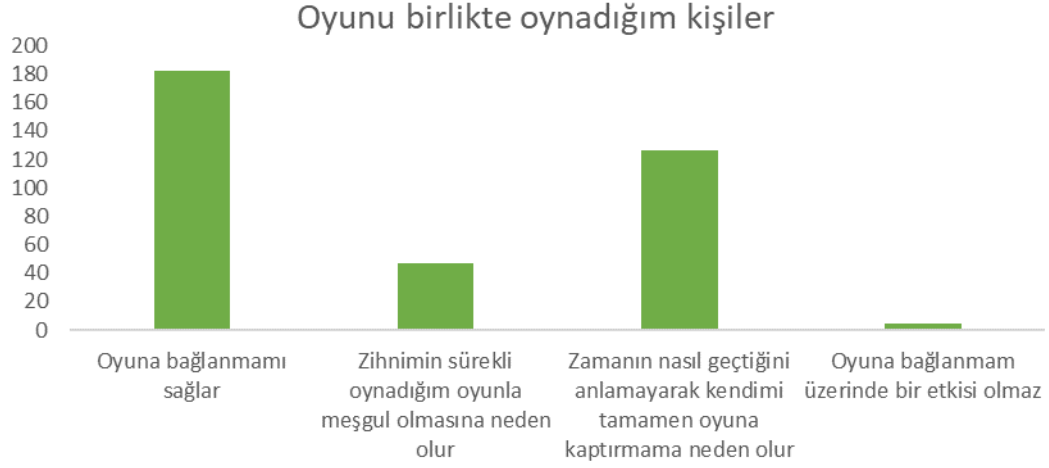
4.3.3. Oyun içi unsurlarla ilgili bulgular

Oyuncuların oyun oynama deneyimde oyun içinde deneyimledikleri ve bağlılığa etkisi olduğu düşünülen faktörlerle ilgili sorulara verilen yanıtlara ilişkin grafik verileri aşağıdaki tablolarda konu başlıklarına göre aktarılmıştır. Oyuncuların oyun içi faktörlerle ilgili verdikleri yanıt türü “katılıyorum/katılmıyorum” ifadeleri yerine oyuna bağlılığın derecesi ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır. Bu ifadeler sırası ile “Oyuna bağlanırım.”, “Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.”, “Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur.”, “Oyuna bağlanmam üzerine bir etkisi olmaz.” ifadelerinden oluşmaktadır. “Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.” ifadesi bağlılığın meşguliyet aşamasını temsil ederken “Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur.” ifadesi oyuna bağlılığın dalma aşamasını temsil etmektedir.



Şekil 39. Oyun içi unsurlar ve oyun bağlılığı derecelerinin ilişkisi

Katılımcıların çoğu, oyunların hikâye ve kurgusal evren, görsel/işitsel unsurlar ve satın alınan kostüm ve itemlerin, oyuna bağlılıkları üzerinde birinci aşamada etkili olduğunu belirtmiştir. Oyunun görsel unsurlarının oyuna bağlılık deneyiminde en çok belirtilen unsur olduğu bulunmuştur. Oyuna bağlılığın ikinci aşaması olan meşguliyetin en çok işitsel unsurlar sayesinde deneyimlendiği bulunmuştur. Bağlılığın en derin aşaması olan dalma deneyiminin ise en çok hikâye ve kurgusal evren sayesinde gerçekleştiği bulunmuştur. Bu veriler açısından hikâye ve kurgusal evrenin bağlılığın son aşaması olan dalma deneyiminde önemli bir işlevi olduğu bulunmuştur. Oyun içerisinde satın alınan kostüm ve itemlerin oyuna bağlılığı sağladığı ancak diğer iki ileri aşama olan meşguliyet ve dalma deneyimi üzerinde çok da etkili olmadığı gözlemlenmiştir. Ancak veriler incelendiğinde oyuncuların büyük çoğunluğunun hikâye, kurgusal evren, görsel, işitsel unsurlar ve kostümden sonra itemlerin oyuna bağlılıkları üzerinde bir etkisi olduğunu belirttikleri bulunmuştur. Oyun içi unsurlar kapsamında oyunculara sorulan sorulardan birisi de oyun içerisinde oyunu beraber oynadıkları kişilerin bağlılıkları ve derecesi üzerinde etkisi olup olmadığı ile ilgilidir. Bu soruya verilen yanıtlar Şekil 40'ta aktarılmıştır.



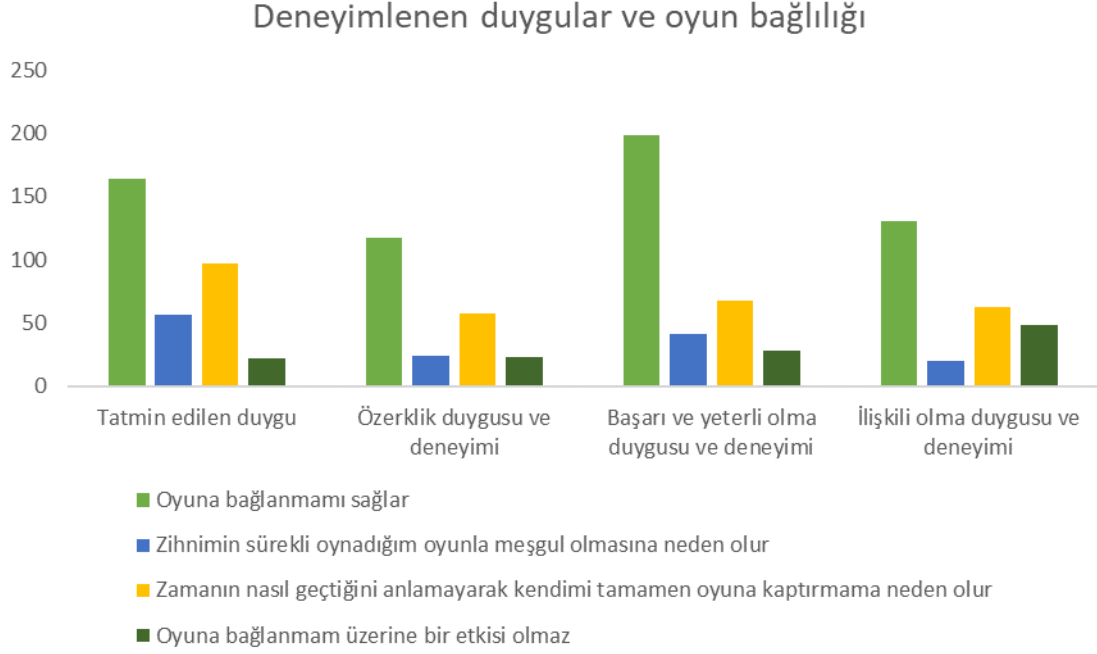
Şekil 40. Oyunun birlikte oynandığı kişiler ve oyun bağlılığı derecelerinin ilişkisi

Ankete katılan oyuncuların oyun içerisinde oyunu beraber oynadıkları kişilerin, oyuna bağlanmaları üzerindeki etkisinin yüksek olduğu bulunmuştur. Bağlılığın aşamalarına göre oyunun beraber oynandığı kişilerin, oyuncularda ilk aşama olan bağlılık ve üçüncü aşama dalmanın deneyimlenmesinde etkili olduğu bulunmuştur. Birlikte oynanan kişiler sosyal bir faktör olarak psikolojik unsurlarla da ilişkili olmaktadır. Ancak oyun içerisinde oyuncunun daha önce tanımadığı kişilerle de oynayabileceği oyunlar olduğu düşünülerek, oyun içi unsurlar adı altında incelenmiştir. Bu soru her iki faktör açısından da değerlendirebilmektedir. Bu açıdan oyunculara yöneltilen oyun içi unsurlar; oyunun hikâyesi ve kurgusal evreni, işitsel/görsel unsurları ve satın alınan kostüm/itmeler olmak üzere üç faktörden oluşmaktadır. Oyunu beraber oynadıkları kişiler ise oyun içi, dışı ve psikolojik faktörlerin her birine dâhil edilebilir bir faktörü temsil etmektedir. Oyun içi ve dışı unsurlara ek olarak katılımcıların psikolojik unsurlarla ilgili hazırlanan sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin grafik verilerine bir sonraki bölümde değinilmiştir.

4.3.4. Psikolojik unsurlarla ilgili bulgular

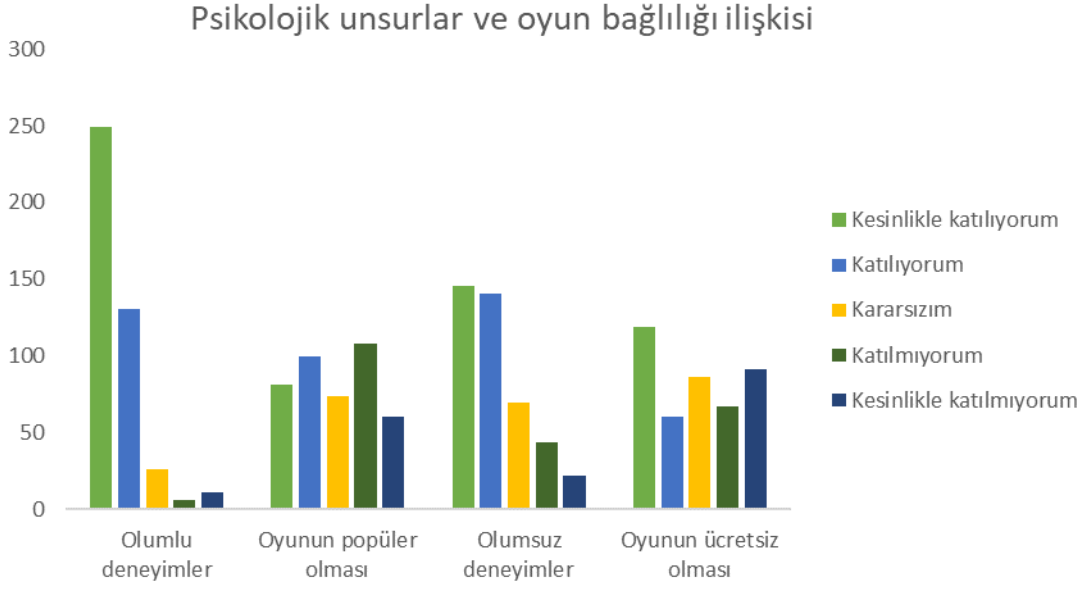
Oyuncuların oyun oynama deneyimindeki psikolojik unsurlarla ilişkili hazırlanan anket soruları; oyuna bağlılık dereceleri, 5’li Likert sorular ve açık uçlu sorular olmak üzere farklı yanıt türlerini içermektedir. Oyuncuların oyunda deneyimledikleri ve tatmin ettikleri duygulara verdikleri yanıtlar nitel analiz bulguları bölümünde aktarılmıştır. Bağlılık dereceleri ve 5’li Likert sorulara verilen yanıtlar çerçevesinde iki farklı grafik üzerinden aktarılmıştır. Katılımcıların oyunda deneyimledikleri özerklik, başarı ve yeterli

olma ve ilişkili olma (sosyallik) duygularının oyuna bağlılık aşamaları ile ilişkisi Şekil 41’de aktarılmıştır.



Şekil 41. Deneyimlenen/tatmin edilen duygular ve oyun bağlılığı ilişkisi

Katılımcıların oyunda tatmin edilen duygularının yüksek oranda oyuna bağlanmaları ve meşguliyet ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Bağlanma aşamaları açısından incelendiğinde katılımcılar sırası ile bağlılık, dalma ve meşguliyet deneyimlemektedir. Katılımcılar deneyimleri bağlılığın iki ucu olan bağlanma ve dalma arasında değişmektedir. Özerklik duygusu deneyimleyen katılımcılar, bu duygunun oyuna bağlanmalarında pozitif yönde etkili olduğunu belirtmektedirler. Başarı ve yeterli olma duygusunu deneyimleyen oyuncuların da bağlılık deneyimleri pozitif yönde ilişkili bulunmuştur. İlişkili olma duygusunu deneyimleyen oyuncularda ise diğer duygulardan farklı olarak herhangi bir bağlılığın olmaması oranı daha yüksek bulunmuştur. Oyun oynama deneyimde araştırmacı tarafından hazırlanan diğer psikolojik unsurlar ve bu unsurların oyun bağlılığı ile ilişkisine ait oyuncuların yanıtları çerçevesinde oluşturulan grafik verisi Şekil 42’de aktarılmıştır.



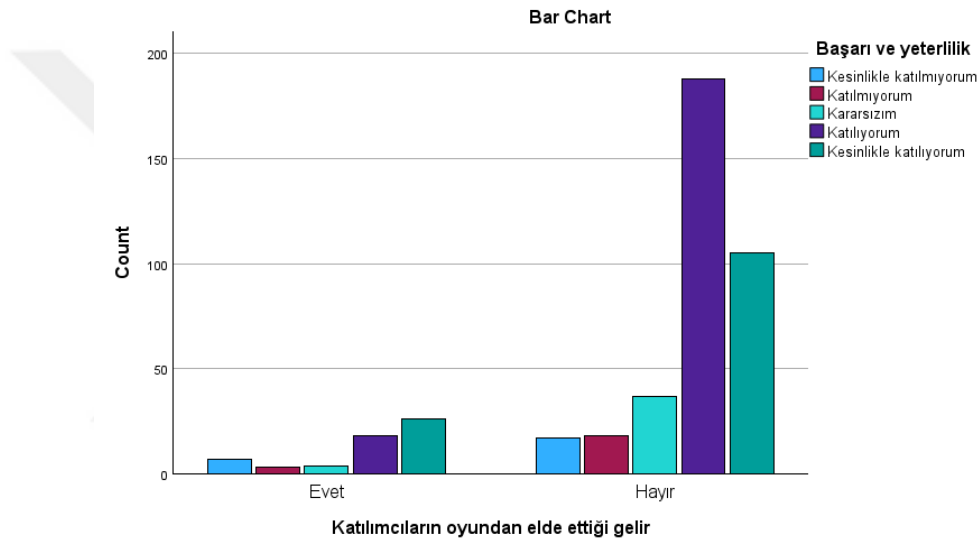
Şekil 42. Psikolojik unsurlar ve oyun bağıllığı ilişkisi

Katılımcıların oyun oynama sırasında veya sonrasında oyunla ilgili olumlu deneyimlerinin, oyun bağıllığı üzerindeki etkisinin pozitif yönde yüksek olduğu bulunmuştur. Olumlu deneyimlerinin tam tersi olan olumsuz deneyimlerin ise yine oyuna bağıllık üzerinde pozitif yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. Oyunun popüler ve ücretsiz olmasının oyuna bağlayıcı etkisinin olup olmadığı sorusuna oyuncular az bir farkla olumlu yönde yanıt vermiştir. Bu açıdan oyunun popüler ve ücretsiz olması ile oyun bağıllığı arasındaki ilişkiye dair kesin bir veri elde edilememiştir. Oyuncuların görüşlerini istatistiksel açıdan anlamlı/anlamlı değil olarak aktarmak oyuncuların bakış açısını doğrudan aktarabilme açısından tercih edilmemiştir. Bu nedenle istatistiksel analizler belirli sorular ve değişkenlerle çapraz tablolar analizi bölümünde korelasyon yöntemi ile analiz edilmiştir.

4.3.5. Çapraz tablo ve ki-kare analizleri

Bu bölümde, çalışmanın kuramsal kısmında ayrıntılı olarak incelenen öz belirleme teorisi kapsamında incelenen sosyallik, başarı ve özerklik temalarıyla, oyun bağıllığı arasındaki ilişkiyi bulmak amacıyla çeşitli veriler çapraz tablolarla analiz edilmiştir. Buna göre, oyun oynama eyleminin oyuncunun herhangi bir dışsal ödüllendirme olmadan sadece içsel motivasyonla gerçekleştiriyor olması önem taşımaktadır. Bu nedenle, soru formunun demografik bilgiler bölümünde, katılımcılara oyundan herhangi bir gelir elde edip

etmedikleri soruldu. Bu soru çerçevesinde, içsel motivasyon ve öz belirleme kuramına ait ölçekten geliştirilen özerklik, sosyallik ve başarı soruları analiz edilmiştir. Katılımcıların oyundan elde ettiği gelir ve özerklik ilişkisi için yapılan ki-kare testi analizinde gelir ve özerklik deneyimi arasında pearson ki-kare değeri 0,119 bulunarak her iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p > ,05$). Katılımcıların oyundan elde ettiği gelir durumu ve başarı/yeterli hissetme deneyimi arasındaki ki-kare değeri 0,008 bulunarak her iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Başarı ve yeterlilik deneyimi ve katılımcıların oyundan elde ettiği gelirin olup olmadığına ilişkin verdikleri yanıtlar arasındaki ilişkişel veri Şekil 43'te aktarılmıştır.



Şekil 43. Oyuncuların oyundan elde ettiği gelir ve başarı/yeterlilik deneyimi

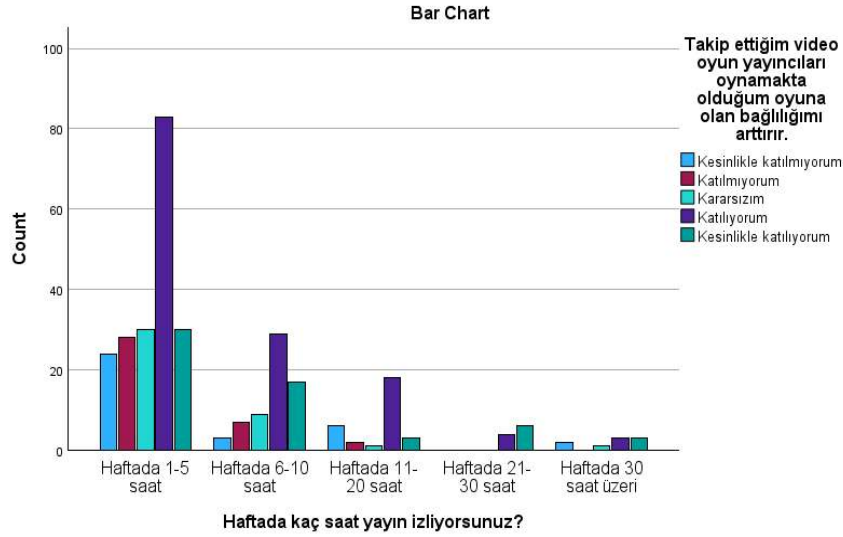
Oyuncuların oyun dışı, içi ve psikolojik unsurlarla ilgili verdikleri yanıtların oyun türlerine göre değişip değişmediği ve bir ilişki olup olmadığı çapraz tablolar ve ki-kare korelasyon analizi ile test edilmiştir. Hikâye ve kurgusal evrenin oyuna olan bağlılığı arttırması ile oyun türleri içerisinde strateji ($p = ,027$), simülasyon ($p = ,045$), aksiyon ($p = ,041$) ve rol yapma ($p = ,009$) türleriyle arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Birinci şahıs nişancı oyunları, moba ve spor oyun türü ile oyundaki hikâye ve kurgusal evrenin bağlayıcılığı arasında bir ilişki bulunmamıştır ($p > ,05$). Görsel ve işitsel unsurlar, oyun türleri açısından incelendiğinde rol yapma oyun türünün oyundaki görsel ($p = ,007$) ve işitsel ($p = ,049$) unsurların oyuna olan bağlayıcılığı ile ilişkisi olduğu bulunmuştur ($p < ,05$). Aksiyon oyun türünde ise görsel unsurların bağlayıcılığı ile bir ilişkisi bulunmayıp işitsel unsurların bağlayıcılığı ($p = ,009$) ile bir ilişkisinin olduğu bulunmuştur ($p < ,05$).

Araştırmaya dahil edilen diğer oyun türleri ile oyunların görsel ve işitsel unsurlarının bağlayıcılığı arasında herhangi bir ilişki bulunmamıştır.

Oyun tasarımının oyuncuların oyuna bağlılığını arttırması ile oyun türleri arasındaki ilişki incelendiğinde aksiyon oyun türü ile oyunun tasarımının bağlayıcılığı arasında 0.002 değerinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Oyuncuların oynadığı oyun türü ve oynadığı oyunla ilgili üretilen medya içeriklerinin oyuna olan bağlılığı arasındaki ilişki incelendiğinde spor ($p = ,021$) ve birinci şahıs nişancı ($p = ,013$) oyunlarının ilişkili olduğu bulunmuştur ($p < ,05$). Diğer oyun türleri ve oyuncunun oynadığı oyun ile ilgili üretilen medya içerikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p > ,05$). Kostüm ve itemler satın almanın oyuna bağlılığı oyun türleri açısından incelendiğinde oyun türleri ile kostüm ve item satın almanın oyuna bağlayıcılığı ile ilgili bir ilişki bulunmamıştır ($p > ,05$). Oyunun ücretsiz olmasının oyuna bağlayıcılığının oyun türlerinden rol yapma ($p = ,001$) ve birinci şahıs nişancı (p değeri 0.026) oyun türüyle ilişkili olduğu bulunmuştur ($p < ,05$). Oyunun popülerliği ve oyun türleri ilişkisi incelendiğinde rol yapma oyun türünün ($p = ,002$) oyunun popüler olması ve oyuna bağlanmayı arttırması ile ilişkili olduğu bulunmuştur ($p < ,05$).

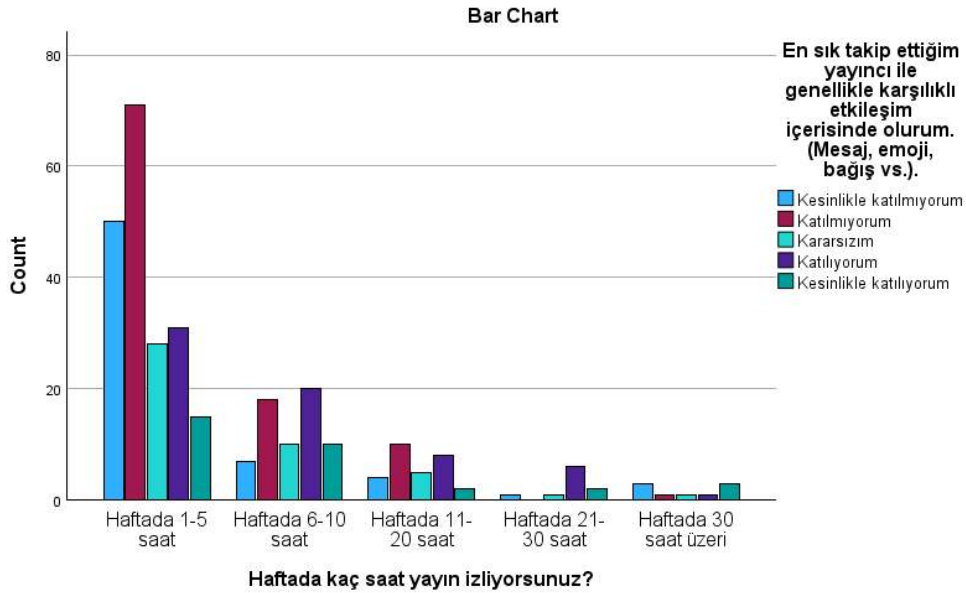
İletişim amaçlı kullanılan platformlar sosyalleşme duygusu ve deneyimi, oyuncunun oyunu beraber oynadığı kişilerle ilişkisi incelenmiştir. Oyuncuların oyun oynarken iletişim kurma amacıyla kullandıkları platformlar ile beraber oynadıkları kişilerin oynadıkları oyuna olan bağlılıklarını arttırması ve sosyalleşme duygusunun deneyimlenmesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Oyunun oynandığı dijital dağıtım platformu ile oyuncunun sosyalleşme deneyimi, oyunun ücretsiz ve popüler olması arasındaki ilişki incelendiğinde ki-kare analizine göre anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p > ,05$). En sık takip edilen yayıncı/yayıncılarla ilgili soruların diğer sorularla ilişkisi incelendiğinde takip edilen video oyun yayıncısının oynanan oyuna bağlılığı ile sosyalleşme duygusu ($p = ,032$) ve oyunun popülerliği ($p = ,025$) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$).

En sık takip edilen yayıncı ile olan karşılıklı etkileşim ve sosyalleşme deneyimi arasında 0.006 değerinde anlamlı bir korelasyon bulunmuştur. Yayın izleme sürelerinin diğer değişkenlerle ilişkisi incelendiğinde yayın izleme süreleri ile oyuncuların takip ettikleri yayıncıların oynadıkları oyuna olan bağlılıkları arasında ilişki olduğu bulunmuştur ($p < ,05$). Korelasyona ilişkin veri grafiği şekil 44'te verilmiştir.



Şekil 44. Takip edilen yayıncılar ve yayın izleme saatleri ilişkisi

Yayın izleme süreleri ile sosyalleşme duygusu ve deneyimi, oyunun popülerliği, oyuncunun en sık takip ettiği yayıncının oynayacağı oyun ile ilişkisi olmadığı bulunmuştur ($p > ,05$). En sık takip edilen yayıncı ile karşılıklı etkileşim ve yayın izleme süreleri arasındaki korelasyon değeri 0.003 bulunarak anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Her iki değişkene ilişkin veri grafiği şekil 45'te aktarılmıştır.



Şekil 45. Yayıncı ile olan karşılıklı etkileşim ve yayın izleme süreleri

Son olarak özerklik, başarı/yeterlilik ve sosyalleşme deneyimi ankette hazırlanmış olan oyun içi, dışı ve psikolojik unsurlarla ilişkili her bir soru ile ilişkisi analiz edilmiştir. Sosyalleşme deneyiminin oyunun görsel ve işitsel unsurları, tasarımı, hikâye ve kurgusal

evreni ve son olarak kostüm ve itemlerle ilişkisi bulunmamıştır ($p > ,05$). Oyun içi unsurlardan biri olan oyuncunun oyunu beraber oynadığı kişiler ve sosyalleşme deneyimi arasında 0.011 değerinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Psikolojik unsurlardan olumlu, olumsuz deneyimler, oyunun ücretsiz olması ile sosyalleşme deneyimi arasında bir ilişki bulunmamıştır ($p > ,05$). Psikolojik unsurlardan biri olan oyunun popüler olması ve sosyalleşme deneyimi arasında 0.011 değerinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Başarı/yeterlilik deneyiminin oyun içi unsurlarla bir ilişkisi bulunmamıştır. Oyunların canlı veya çevrimiçi etkinliklerini izleme ve katılma ile oyuncuların başarı/yeterlilik deneyimlemeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Psikolojik unsurlardan ise oyunun popüler olması ($p = ,003$) ve olumlu deneyimler ($p = ,006$) ile oyuncunun deneyimlediği başarı ve yeterlilik arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Diğer psikolojik unsurlarla oyunda deneyimlenen başarı ve yeterlilik arasında ilişki bulunmamıştır. Özerklik deneyimi analiz edildiğinde oyun içi unsurlardan oyunun tasarımı ($p = ,041$), hikâye ve kurgusal evreni ($p = ,011$) ile özerklik deneyimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p < ,05$). Özerklik deneyiminin aynı zamanda oyuncuların oyun oynadıkları platformla da ilişkili olduğu bulunmuştur ($p < ,05$). Özerklik deneyiminin diğer oyun içi, dışı ve psikolojik unsurlarla bir ilişkisi bulunmamıştır.

BÖLÜM V

TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Nitel verilerin bulgularının değerlendirilmesi

Oyun bağımlılığı konusunda bir ölçeğin geliştirilmesi veya oyuncuların etiketlenmesinden önce teorik önyargılar olmadan oyuncuların kendilerini ifade etmelerine olanak sağlayan nitel çalışmaların yapılmasını önerilmektedir (Kardefelt-Winther, D., 2017, s. 464). Araştırmanın temellendirildiği kuramsal çerçeveden ve bu öneri doğrultusunda oyuncuların oyunlarda hangi duyguları deneyimledikleri ve tatmin ettikleri sorulmuştur. Deneyimlenen duygular ve tatmin edilen duygular öz belirleme teorisinde de önemli bir unsur oluşturmaktadır. Bu açıdan bu başlık altında öz belirleme teorisinin öne sürdüğü duygular ve deneyimlerle oyuncuların kendilerinin ifade ettikleri duygu ve deneyimler incelenmiştir. Katılımcıların verdikleri yanıtların frekans analizi verisi incelendiğinde, oyuncuların en sık deneyimlediklerini belirttikleri duygular sırası ile heyecan, mutluluk, hırs, sinir, öfke, stres, merak, rahatlama, eğlence ve zevk olarak bulunmuştur. Bu bulgular öz belirleme teorisindeki duygusal ihtiyaçlar olan özerklik, ilişkili olma ve başarı hissi açısından karşılaştırıldığında öngörülen sonuçtan farklı bir sonuca ulaşılmıştır. Öz belirleme teorisinin oyunlarda deneyimlendiğini öne sürdüğü başarı, sosyallik ve özerklik duyguları dışında oyuncular farklı duyguları deneyimlediklerini belirtmişlerdir. Merak duygusu yenilikleri keşfetme olarak özerkliği, hırs ise başarıyı deneyimleme olarak yorumlanabilse de sosyallik deneyimi ilgili bir bulguya ulaşılmamıştır.

Oyuncuların en sık tatmin ettiğini belirttikleri duyguların frekans analizi incelendiğinde ise sırası ile mutluluk, heyecan, başarı, hırs, kazanma, eğlence, öfke, rahatlama, stres ve merak duygusunun tatmin edildiği bulunmuştur. Başarı, hırs duygusunun tatmin edilmesinin oyuncular tarafından da belirtiliyor olmasının öz belirleme teorisinin öne sürdüğü başarı ihtiyacı ve tatmini ile örtüştüğü bulunmuştur (Ryan & Deci, 2002, s.7). Oyuncuların oyunla kıyaslandığında günlük yaşamlarında ulaşabilecekleri başarı tatmini ve hırs hissini oyunlarda çok hızlı bir şekilde ancak uygun zorluklarla aşabiliyor olmalarının bu açıdan oyunlara bağlayıcı bir etkisi olabileceği düşünülmektedir. Oyuncuların mutluluk, rahatlama deneyimi ve bu mutluluğun oyunlarda tatmin ediliyor olması bulgusu, oyunların terapi amaçlı veya

olumsuz duygularla başa çıkmada bir işlevi olabileceğini öne süren çalışmalarla örtüşmektedir (Baranowski, Buday, Thompson & Baranowski, 2008). Oyuncuların oyunlar aracılığı ile deneyimlediklerini belirttikleri mutluluk ve rahatlama duygusunun ve oyunlarda bu hislerin tatmin edilmesinin, ciddi oyun kategorisinde terapi işlevi gören oyunların geliştirilmesi açısından önemli bir bulgu olduğu düşünülmektedir. Araştırmada elde edilen bulgularda özerklik ve sosyalleşme ihtiyacının deneyimlenmesi veya bu duyguya ilişkin bir bulguya ulaşılmamıştır.

Heyecan duygusunun oyunda deneyimlenmesi ve tatmin ediliyor olmasının, oyunculardaki heyecan arayışı veya adrenalin ihtiyacı ile ilişkili olabileceği düşünülmüştür. Bu bulgu, tatmin edilen duygular bağlamında literatürde gözlemlenmeyen bir duygudur, bu bağlamda araştırma sonucunda elde edilen önemli bir bulgu olarak değerlendirilmektedir. Bu veriler aynı zamanda aşırı video oyun oynama davranışını, sorunların bir sonucu değil, aslında sorunların belirtisi olarak gören yaklaşımla örtüşmektedir (Wood, 2008, s.117). Bu yaklaşıma göre, oyun oynama davranışının patolojik bir sorun haline dönüşmesinde, kişinin yaşamındaki sorunlar ve oyuna yönelmesine neden olan olaylar etkili olmaktadır. Aynı zamanda bu yaklaşıma göre kişi yaşamındaki sorunlardan kaçma veya bu sorunlarla başa çıkmanın bir yolu olarak oyun oynamakta ve oyuna bağlanmaktadır. Bu yaklaşım katılımcıların oyunda deneyimledikleri ve tatmin ettikleri duygular açısından düşünüldüğünde örneğin katılımcıların merak duygusu ile günlük hayatta yeni şeyler keşfetme arzusunu oyun aracılığı ile tatmin ediyor olabileceği düşünülmüştür. Bir başka örnek üzerinden yorumlanırsa, oyunda deneyimlenen öfke, sinir, hırs gibi duyguların aynı zamanda oyun oynama sırasında tatmin ediliyor olması, kişinin bastırdığı öfke duygusunun, oyunlar aracılığı ile sağaltımını sağlıyor olabilir.

5.2. Nicel bulguların değerlendirilmesi

Oyuncuların oyundan elde ettiği gelir durumu ile özerklik, sosyallik ve başarı deneyimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu ilişki, öz belirleme teorisi kapsamında değerlendirildiğinde, bireyin günlük hayatında gerçekleştirmeye ihtiyaç duyduğu başarı duygusunu oyunlarda herhangi bir maddi dış etken olmadan içsel süreçlerle gerçekleştiriyor olması yaklaşımı ile örtüşmektedir. Oyun içi faktörlerden oyunun hikâye ve kurgusal evreninin oyuna olan bağlılığı arttırması ile strateji, simülasyon, aksiyon ve rol yapma oyun türlerinin ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu oyun

türleri temel özelliklerine göre değerlendirildiğinde, hikâye ve kurgusallığın ön planda olduğu türler olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgu, oyuncuların oyun içerisindeki deneyimlerinin örneğin oyunda avatar yaratma süreci, oyunların hikâyesinin oyun bağlılığında etkili olabileceği görüşü ile örtüşmektedir (Martey, Kenski, Folkestad & Feldman, 2014, s.530-531). Aynı zamanda oyuncuların oyuna bağlanma süreçlerinde hikâye ve kurgusal evrenin etkisi, oyunların naratoloji boyutunun bağlanma sürecindeki önemini ortaya koymaktadır. Bu bulgu sonucunda, oyunların bağlayıcılığı konusunda, oyun içi unsurlardan hikâye ve kurgusal evrenin önemli bir faktör olabileceği düşünülmektedir. Elde edilen bulgular sonucunda oyuncuların oyun içi faktörlerine olan bağlılıklarının oyun türlerine göre değiştiği bulunmuştur. Örneğin; rol yapma oyun türünde oyunun görsel ve işitsel unsurlarının bağlayıcılığı ön plandayken, aksiyon oyun türünde görsel unsurların ve oyun tasarımının oyuna olan bağlılığı arttırdığı bulunmuştur.

Bu bulgular sonucunda oyun araştırmalarında türlere göre ayrımların ve oyun türü faktörünün önemli bir değişken olduğu düşünülmektedir. Oyuncuların oyuna bağlılığında oyun içi unsurları etkileyen en temel etken, oyuncuların oynadıkları oyun türleri olmuştur. Oyuncuların oynadığı oyun türü ve oynadığı oyunla ilgili üretilen medya içeriklerinin oyuna olan bağlılığını arttırmasında spor ve birinci şahıs nişancı oyunlarının ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, oyuncuları sadece oynadıkları oyun ve oyun oynama süreleri çerçevesinde inceleyen araştırmalara karşı önemli bir bulgudur. Oyuncular oyun dışındaki zaman dilimlerinde de oyunla ilgili medya içeriklerini takip ederek oyuna bağlılıklarını sürdürebilmektedir. Konuya ilişkin benzer bir çalışma birinci şahıs nişancı oyunu olan Valorant oyunu örneği üzerinden oyun şirketinin üretmiş olduğu transmedya hikâye anlatıcılığı ve oyuncuların katılımcı kültürle oluşturduğu içerikler üzerinedir. (Özarslan ve Perdahcı, 2022). Buna göre, oyun dışı unsurlardan medya içeriklerinin, oyuna bağlılığı pozitif anlamda etkilediğini ileri sürmek mümkündür.

Bu araştırmada elde edilen birinci şahıs nişancı oyun türünün, oyunla ilgili üretilen medya içeriklerinin bağlılığı arttırmasıyla ilişkili olması bulgusu, Valorant oyununun incelendiği çalışmayı da desteklemektedir. Oyun türleri oyuncuların oyun içerisinde aldıkları kostüm ve itemlerin bağlılığı arttırması ile incelendiğinde aralarında herhangi bir ilişki bulunmamıştır. Bu bulgu kostüm ve itemlerin oyun türleri açısından fark göstermediğini göstermektedir. Oyunun ücretsiz olmasının oyuncuların oyuna bağlılığı arttırmasında rol yapma ve birinci şahıs nişancı oyun türü arasında ilişki bulunmuştur. Oyun endüstrisi açısından bu bulgu düşünüldüğünde, örneğin Steam Türkiye’de oyunların fiyatları sabit döviz kuruna göre hesaplanmaktadır. Bu anlamda Türkiye’de oyunları satım

alma gücü diğer ülkelere kıyasla daha düşük olduğu düşünülmektedir. Steam Türkiye’de en çok oynanan video oyunlar sıralamasında ilk 4 oyun ücretsiz olmakla birlikte Counter-Strike Global Offensive, DOTA 2, PUBG: Battlegrounds ve Apex Legends olarak sıralanmıştır. Oyunun popülerliği oyun türleri açısından incelendiğinde sadece rol yapma oyun türünün, oyunun popüler olmasının bağlılığı arttırmasında ilişkili olduğu bulunmuştur. Oyunun popülerliği ve oyuncuyu oyuna bağlaması konusunda bu açıdan oyun türlerinin çok baskın bir faktör olmadığı düşünülmektedir.

Oyuncuların oyunlarda kullandıklarını belirttikleri iletişim amaçlı platformların oyunu beraber oynadıkları kişiler ve sosyallik deneyimleriyle ilişkili olduğunu bulunmuştur. Oyuncuların oyunda sosyalleşme ihtiyacını tatmin ettikleri bulgusu Öz belirleme teorisinin öne sürdüğü ilişkili olma deneyimi ile örtüşmektedir. Aynı zamanda bu bulgu oyuncuların beraber oynadıkları kişiler ve sosyalleşme deneyimlerinde kullandıkları iletişim platformunun önemli bir yere sahip olduğu sonucunu da doğurmaktadır. Sadece oyun içi olmamakla birlikte oyuncular, oyun dışında Discord, Slack, Teamspeak, Twitch gibi platformlar aracılığı ile aynı anda oyun oynayıp iletişim kurabilmekte veya bir kişi oyun oynarken diğer kişiler izleyebilmektedir. Öz belirleme teorisinde oyunda deneyimlenen ve psikolojik bir süreçle ifade edilen ilişkili olma ihtiyacının, aslında bir iletişim platformunun aracılığında gerçekleştiriliyor olmasının önemli bir bulgu olduğu düşünülmektedir. Oyuncuların deneyim ve psikolojilerini sadece içsel süreçlerle açıklamaya çalışmak günümüz medya, toplum ve insan ilişkisini göz ardı edebilmektedir.

Oyunun oynandığı dijital dağıtım platformu (Steam, EA games vb.) ile oyuncunun sosyalleşme deneyimi, oyunun ücretsiz ve popüler olması arasındaki ilişki incelendiğinde bir ilişki bulunmamıştır. Araştırmacı tarafından öngörülen bulgulardan farklı bir bulgu elde edilmiştir. Buna göre, dijital dağıtım platformunun oyun bağlılığı üzerinde bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Oyuncunun en sık takip ettiği video oyun yayıncısının, oyuncunun oyuna olan bağlılığını arttırması ile oyunun popülerliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Dijital dağıtım platformlarında oyunun popülerliğinin oyuncular açısından bir etkisi yokken yayıncıların bir oyunu popüler olarak atfetmesi veya popüler bir oyunun yayıncı tarafından oynanıyor olması oyuncular açısından etkili olmaktadır. Aynı zamanda oyuncular, en sık takip ettikleri yayıncı ve karşılıklı etkileşimlerinin oyuna bağlılıklarının arttığını ifade ederken sosyalleşme deneyimlediklerini de belirtmişlerdir. Bu bulgu sosyalleşme deneyiminde kullanılan iletişim amaçlı platformlarla ilişkili olarak, yayıncıların oyuncuda oyun dışında da sosyalleşme hissini yaratabildiğini göstermektedir.

Araştırmanın temel kuramsal çerçevesini oluşturan öz belirleme teorisinin temel ihtiyaçlar olarak nitelendirdiği özerklik, başarı/yeterlilik ve sosyalleşme deneyimi, soru formunda hazırlanmış olan oyun içi, dışı ve psikolojik unsurlarla ilişkili her bir soru ile ilişkisi analiz edilmiştir. Özerklik deneyimi oyunun tasarımı, oyunun oynandığı platform ve oyunun hikâyesi, kurgusal evreni ile ilişkili bulunmuştur. Buna göre, oyunlarda oyuncuların sadece avatar seçimi, karakter geliştirme, kostüm ve item satın alarak veya tasarlayarak özerklik deneyimlemedikleri, oyunun hikâye ve kurgusunun da kişide özerklik deneyimi yarattığı bulunmuştur. Oyunun tasarımı oyuncu tarafından geliştirilen bir özellik olmamakla birlikte, oyuncular oyun tasarımının bağlayıcılığının özerklik deneyimi ile ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu açıdan oyun tasarımlarının da oyuncuyu özerk hissettirdiği, bunun kurgusal evrenin içerisindeki bilinmezlik ve çeşitlilikten kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Özerklik ihtiyacı ve deneyimi ile ilgili elde edilen bu bulgular, oyuncunun özerkliğinin oyun deneyimdeki özgürlüğe ve eylem fırsatlarının çokluğuna bağlı gelişmesi görüşü ile örtüşmektedir (Rigby ve Ryan, 2011, s.11). Sosyalleşme deneyimi ile oyuncunun oyunu beraber oynadığı kişiler ve oyunun popüler olması arasında bir ilişki bulunmuştur. Yayıncılar oyunun popüler olmasında veya oyuncuda popüler oyun algısı oluşmasında etkili olurken, aynı zamanda bu süreçte sosyalleşme duygusu da deneyimlenmektedir.

Oyuncunun oyunu beraber oynadığı kişilerin sosyalleşme deneyimi ile ilişkisi öz belirleme teorisindeki sosyallik ihtiyacının tatmini ile örtüşmektedir. Oyuncuların başarı/yeterlilik deneyimleri ile oyunların canlı veya çevrimiçi etkinliklerini izleme ve katılma ile ilişkisi bulunmuştur. Oyuncuların canlı veya çevrimiçi izlediği/katıldığı etkinliklerde oyunların turnuvaları gerçekleşmektedir. Bu turnuvalar günümüz e-sporunu oluşturan önemli bir parça olarak görülmektedir. Turnuvalarda oyuncuların içinde bulundukları resmi takımlar karşılıklı olarak maçlar yaparak kupa veya ödüller kazanmaktadır. Oyuncuların oyunu oynamadığı halde canlı veya çevrimiçi izlediği/katıldığı etkinlik ve turnuvaların başarı duygusunun deneyimlenmesinde etkili olması önemli bir bulguyu oluşturmaktadır. Oyuncuların oyundaki olumlu deneyimlerinin sosyalleşme ve özerklikle ilişkisi bulunmamışken başarı ile ilişkisi bulunmuştur. Bu deneyimlerin oyundaki başarıyı tatmin edilebilecek deneyimlerle ilişkili olabileceği düşünülse de oyundaki olumlu deneyimlerin derinlemesine incelenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Oyunlar, farklı disiplinler tarafından farklı yönleriyle incelenen bir çalışma alanını oluşturmaktadır. Bu çalışmada oyuncuların oyun oynama deneyiminde oyuna bağladığı düşünülen oyun içi (kostüm, tasarım, görsel, işitsel özellikler, itemler), oyun dışı (platformlar, etkinlikler, turnuvalar) ve psikolojik unsurlar medya psikolojisi çerçevesinde incelenmiştir. Araştırmanın temellendirildiği medya psikolojisi alanı Ulusal Tez Merkezi'nde 04.02.2023 tarihinde yapılan literatür taraması ile incelendiğinde iki çalışma olduğu; oyun bağıllığı ile ilgili ise tek bir çalışma olduğu gözlemlenmiştir. Bu açıdan araştırmanın iletişim bilimleri ve psikolojinin ortak kesişim noktası olan medya psikolojisi çerçevesinde inceleniyor olmasının literatüre katkı sağlama potansiyelinde olduğu düşünülmektedir. Literatürde oyunları bağımlılığa sebep olan bir davranış olarak inceleyen ve katılımcıların tamamına oyun bağımlılığı ölçeği uygulayan ve oyuncuları bağımlı/bağımlı değil olarak sınıflandıran araştırmalar yer almaktadır. Bu araştırmalara karşı farklı bir yaklaşım benimseyen çalışmalarda ise araştırmacılar oyuncuların bağımlı veya problemli bir davranışa sahip olup olmadığı ile ilgili tanı koyulmasının henüz erken olduğunu, bunun yerine araştırmalarda oyuncuları bağlayabileceği düşünülen unsurların belirlenmesinin gerektiğini savunmaktadırlar.

Tanı koymanın henüz erken olduğunu savunan araştırmacılar Aarseth ve arkadaşları (2017) hazırladıkları bildiride; Amerikan Psikiyatri Birliği (APA)'nin internet oyun bozukluğunu ve tanı kriterlerini henüz kabul etmemiş olduğunu, araştırmacılara üzerinde daha fazla çalışma yapılması önerilen bozukluklar arasında yer aldığını vurgulamaktadırlar. Aynı zamanda araştırmacılar bildiride bu alanda daha fazla oyuncu odaklı derinlemesine çalışmalar yapılmasına da çağrıda bulunmaktadırlar. Bu çalışmada ikinci yaklaşım benimsenerek, oyunculara bağımlılık tanısı koymanın dışına çıkılarak; oyuncuları oyuna bağlayan unsurlar, oyunda deneyimlenen duygularla ilgili derinlemesine bir araştırma yürütülmüştür.

Oyun bağıllığını medya psikolojisi çerçevesinde inceleyerek oyuncu odaklı bir yaklaşım benimseyen bu araştırmanın temel kuramsal çerçevesini öz belirleme teorisi oluşturmaktadır. Öz belirleme teorisi (Self- Determination Theory/SDT) içsel ve dışsal

motivasyonu, psikolojik ihtiyaçları belirleme ve anlama amacıyla geliştirilen bir motivasyon kuramıdır (Edward Deci ve Richard Ryan ,1985, s.9). Bu kuram bir eylemin veya seçimin içsel motivasyonla gerçekleştirilmesinin belirli koşullara ve durumlara göre değişebileceğini ne sürer. z belirleme teorisi bu çerçevede içsel ve dışsal motivasyonun sınırlarını belirler. Kurama göre içsel motivasyon bir eylemin ve seçimin kişinin dışarıdan bir karşılık almadan (dl, şöhret, para vb.) gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Dışsal motivasyonda ise eylem ve seçim karşılığında bir ödül, takdir, para vb. bir sonuç elde edebilme amacıyla kişi motive olmaktadır. İçsel motivasyonun devamlı olarak sağlanması ise psikolojik ihtiyaçların tatmini ön plana çıkmaktadır. zerk olma, sosyallik ve başarılı olma/yeterli hissetme insanın temel psikolojik ihtiyaçlarıdır. Bu ihtiyaçların tatmin edilmesi eylem ve seçimlerin içsel motivasyonla sürdürülmesinde etkili olmaktadır. z belirleme teorisi çerçevesinde oluşturulan oyuncu ihtiyaçları tatmini deneyimi modeli ise oyun oynama faaliyetinin içsel bir motivasyonla gerçekleştirildiğini ve bu motivasyonu sağlayan bir unsur olarak oyun tarafından oyunculara sunulan psikolojik ihtiyaçlara ve bu ihtiyaçların tatminine değinmektedir (Rigby ve Ryan, 2011). Modele göre oyunlar sundukları bazı özellikleri ile oyuncuların özerk hissetme, sosyallik ve başarı/yeterlilik gibi temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Video oyunlarda özerklik ihtiyacı; avatar tasarlama, kostüm, açık dünya özelliği gibi özelliklerle tatmin edilebilirken, oyuncular tarafından oluşturulan klanlar, gruplar, oyun içi sohbetler sosyalleşme ihtiyacını karşılamaktadır. Oyun içerisindeki kademe sistemleri, rütbeler, oyun içi geri bildirimler ise oyuncuların başarılı olma/yeterli hissetme ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Oyuncu ihtiyaçları tatmini deneyimi modeline göre oyuncular oyun içerisinde bu ihtiyaçlarını tatmin edebildiği sürece oyuna bağlanmaktadır.

Bu araştırmada yukarıda değinilen teorik çerçeveden ve literatürden yola çıkararak oyuncuları oyuna bağlayan başka unsurların ve ihtiyaçların olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda oyuncuları oyun deneyimde oyuna bağladığı düşünülen oyun içi (kostüm, tasarım, görsel, işitsel özellikler, itemler) ve oyun dışı (platformlar, etkinlikler, turnuvalar) unsurların özerklik, sosyallik ve başarı deneyimi ile ilişkisi incelenmiş ve anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada oyuncuların oyunda deneyimlediği ve tatmin ettiği duyguları belirleme amacıyla açık uçlu sorular sorulmuş ve elde edilen nitel veriler frekans ve kelime bulutu ile analiz edilip kategorize edilmiştir. Araştırmanın temellendirildiği kuramsal çerçeveden yola çıkararak oyuncuların oyunda deneyimledikleri özerklik, sosyalleşme ve başarı duygusunun oynadıkları oyun türü, oyundan elde edilen gelir ve diğer oyun içi, dışı faktörlerle ilişkisi deneysel

olmayan nicel araştırma yöntemlerinden ki-kare korelasyon analizi ve çarpaz tablolar yöntemi ile incelenmiştir.

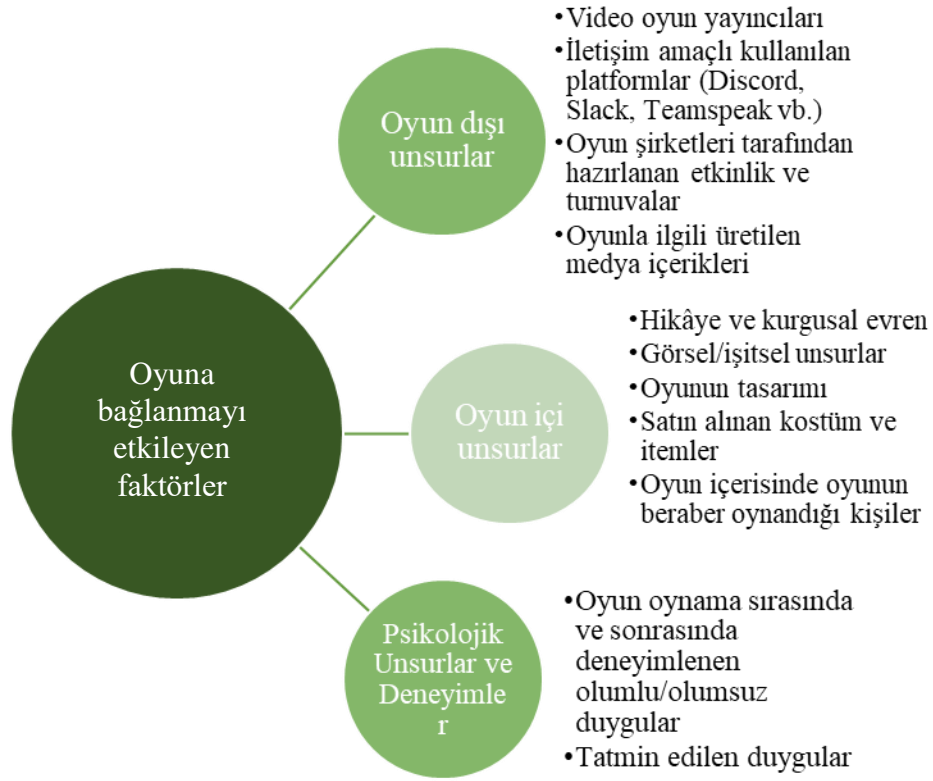
Araştırma iki nitel araştırma sorusu ve oyun içi, dışı ve psikolojik unsurlarla ilgili sekiz hipotez geliştirilmiştir. Hipotezleri test etme amacıyla farklı soru tiplerinden (5'li Likert tipi, açık uçlu sorular, çok seçenekli vb.) oluşturulan anket sorularından psikolojik unsurlarla ilgili olan bölüm Oyuncu İhtiyaçları Tatmini (The Player Needs of Satisfaction[PENS]) ölçeğinden yararlanılarak, diğer sorular ise uzman görüşleri alınarak geliştirilmiştir. Anket soruları küme tipi örnekleme yöntemi ile Discord, Telegram, Facebook ve Twitch platformlarında grup halinde bulunan oyunculara ulaştırılmıştır. Anket ile elde edilen nicel veriler SPSS 29 programında açımlayıcı faktör analizi, güvenirlik ve ki-kare korelasyon analizi ve çarpaz tablolar ile; nitel veriler ise MAXQDA 2022 programları ile frekans analizi ve kelime bulutu ile analiz edilmiştir.

Oyuncuların kendi deneyimleri ile oyunda deneyimlediği ve tatmin ettiği duyguların açık uçlu sorulara verilen yanıtların frekans analizi sonucunda katılımcıların oyunda deneyimlediklerini belirttikleri en sık duyguların sırası ile heyecan, mutluluk, hırs, sinir, öfke, stres, merak, rahatlama, eğlence ve zevk olduğu bulunmuştur. Deneyimlenen duyguların oyun deneyiminde tatmin edilip edilmediği ile ilgili soruya verilen yanıtlar çerçevesinde tatmin edilen duygular frekans analizine göre sırası ile mutluluk, heyecan, başarı, hırs, kazanma, eğlence, öfke, rahatlama, stres ve merak olarak bulunmuştur. Öz-belirleme teorisi çerçevesinde oluşturulan araştırmada temel alınan duygular özerklik, sosyalleşme ve başarı duygusu iken araştırmaya dâhil olan katılımcılar deneyimleri çerçevesinde başka duyguları deneyimlediklerini de aktarmıştır. Bu bulgular çerçevesinde araştırmaya dâhil olan oyuncuların sadece özerklik, merak, başarı gibi duyguları değil aynı zamanda stres, öfke gibi duyguları da oyunlar aracılığı ile tatmin edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Oyun dışı unsurları belirleme amacıyla anket sorularında katılımcılara oyun içerisinde olmayan ancak oyunla ilişkili olduğu düşünülen ve oyun deneyimi sırasında kullanılan iletişim platformu, oyun dağıtım platformu, yayıncılar, turnuva/etkinlikler ve oyunla ilgili üretilen medya içeriklerinin katılımcıları oyuna bağlayan bir etkisi olup olmadığı ile ilgili sorular sorulmuştur. Anket sorularına verilen yanıtlar çerçevesinde katılımcılar iletişim amaçlı platformların (Discord, Slack, Teamspeak vb.), takip edilen video oyun yayıncılarının, oynanılan oyunun etkinlik ve turnuvalarını izlemenin/canlı katılımın, oyun içerisinde oyunu beraber oynadıkları kişilerin ve son olarak oyunla ilgili üretilen medya içeriklerinin oyuna bağlılığı arttırdığını belirtmişlerdir. Katılımcılar,

oyun dağıtım platformlarının (Steam, Epic Games vb.) oynadıkları oyuna olan bağlılıkları üzerinde bir etkisi olup olmadığı konusunda kararsız kalmış, olumlu veya olumsuz bir yanıt vermemiştir. Oyun içi unsurları belirleme amacıyla kostüm, tasarım, görsel, işitsel özellikler, itemlerin katılımcıların deneyimleri çerçevesinde oyun bağlılığı ile ilişkisi sorulmuştur. Verilen yanıtlar çerçevesinde oyunların hikâye ve kurgusal evren, görsel/işitsel unsurlar ve satın alınan kostüm ve itemlerin, oyuna bağlılıkları üzerinde birinci aşamada etkili olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Bağlılığın aşamaları çerçevesinde bakıldığında ise birinci aşama olan bağlılıkta görsel unsurların; ikinci aşama olan meşguliyette işitsel unsurların, en son aşama olan dalmada ise hikâye ve kurgusal evrenin ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu bulgular çerçevesinde düşünüldüğünde bağlılık aşamalarının oyun içerisindeki unsurlara göre çeşitlilik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

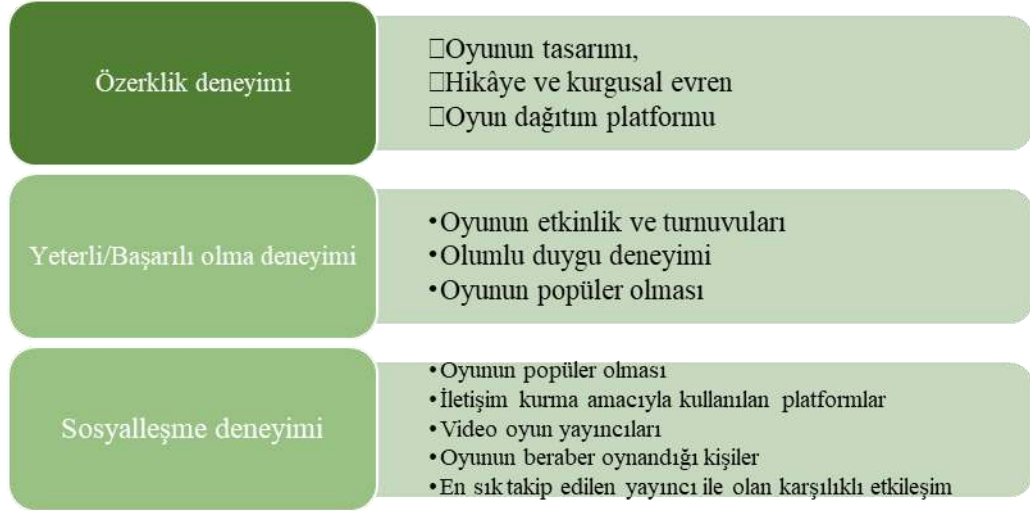
Psikolojik unsurlar açısından oyunda tatmin edilen ve deneyimlenen duygular ile ilgili sorulara katılımcılar oyunda tatmin edilen duygularının yüksek oranda oyuna bağlanma ve meşguliyet ile ilişkili olduğunu belirtmektedir. Deneyimlenen duygular ile ilgili anket sorularında ise katılımcılar; oyunla ilgili hem olumlu hem de olumsuz deneyimlerinin oyuna bağlılığı ile ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu açıdan oyuna bağlılıkta sadece olumlu duyguların tatmin edilmesi amacının olmadığı, olumsuz duyguların da tatmini için oyunlara başvurulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada yer alan ve psikolojik, oyun içi ve dışı unsurların içerisinde yer alabilen oyunun popüler olması ve ücretsiz olmasının oyun bağlılığı ile ilişkisiyle ilgili hazırlanan anket sorularına katılımcılar az bir farkla bağlanmalarında ilişkisi olduğunu belirtmişlerdir. Bu açıdan oyun dışı faktörlerden biri olan oyun dağıtım platformu ve oyunun ücretsiz, popüler olması ile oyun bağlılığı arasındaki ilişkiye dair net bir sonuç elde edilmemiştir. Araştırmanın bulguları çerçevesinde oyuna bağlanmada etkisi olan oyun içi, dışı ve psikolojik unsurlar aşağıda şema haline getirilmiştir:



Şekil 46. Oyun bağıllığını etkileyen oyun içi, dışı ve psikolojik faktörler

Hipotezlerin test edilmesi amacıyla temel psikolojik ihtiyaçlar oyun içi, dışı ve diğer unsurlarla incelendiğinde özerklik deneyimi ile oyun içi unsurlardan oyunun tasarımı, hikâye ve kurgusal evren arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Oyun dışı unsurlardan ise oyun dağıtım platformu ve özerklik deneyimi arasında anlamlı bir ilişkili bulunmuştur. Diğer oyun içi, dışı ve psikolojik unsurlarla özerklik deneyimi arasında ise bir ilişki bulunmamıştır. Başarı ve yeterli olma deneyiminin oyun içi unsurlarla bir ilişkisi bulunmamışken; oyun dışı unsurlardan biri olan oyunların etkinlik ve turnuvalarını izleme/canlı katılma ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Psikolojik unsurlardan olumlu deneyimler ile oyuncunun deneyimlediği başarı ve yeterlilik arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Son olarak oyunun popüler olması ve başarı/yeterlilik deneyimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyalleşme deneyiminin oyun içi unsurlar olan oyunun görsel ve işitsel unsurları, tasarımı, hikâye ve kurgusal evreni, son olarak kostüm ve itemlerle ilişkisi bulunmamıştır. Ancak oyuncunun oyunu beraber oynadığı kişiler ve sosyalleşme deneyimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Psikolojik unsurlardan olan olumlu, olumsuz deneyimler, oyunun ücretsiz olması ile sosyalleşme deneyimi arasında bir ilişki bulunmamış ancak oyunun popüler olması ve sosyalleşme deneyimi arasında anlamlı

bir ilişki bulunmuştur. Sosyalleşme deneyimi ile oyun dışı unsurlar arasındaki ilişki incelendiğinde oyuncuların oyun oynarken iletişim kurma amacıyla kullandıkları platformlar, oyunu beraber oynadıkları kişiler, video oyun yayıncıları, oyunun popülerliği, en sık takip edilen yayıncı ile olan karşılıklı etkileşim ve sosyalleşme deneyimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların oyunda deneyimlediği psikolojik temel ihtiyaçlar ve oyuna bağlayıcı unsurlar aşağıda şemalaştırılmıştır:



Şekil 47. Psikolojik temel ihtiyaçların video oyunlarda deneyimi

Araştırmanın temellendirildiği kuramsal çerçeve olan öz belirleme teorisinden yola çıkarak katılımcılara oyundan gelir elde edip etmedikleri sorularak motivasyonun içsel veya dışsal olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan anket sorusuna verilen yanıtlar ile psikolojik ihtiyaçların ilişkisi de incelenmiştir. Özerklik ve sosyalleşme deneyimi ile oyundan elde edilen gelir arasında bir ilişki bulunamamışken başarılı olma deneyimi ile oyundan elde edilen gelir arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu bulgu ile araştırma hipotezlerinden biri olan “Oyuncuların oyundan elde ettikleri gelir ile özerklik, sosyallik ve başarı deneyimi arasında negatif bir ilişki vardır.” hipotezi çürütülmüştür. Aynı zamanda psikolojik ihtiyaçlardan biri olan başarı ihtiyacının; oyunlardan elde edilen gelirle oluşan gelir kazanma başarısı deneyimi ile örtüşebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak oyun türlerinin her birinin bağlılıkla ilişkisi incelenmiştir. Katılımcıların verdiği yanıtlar çerçevesinde hikâye ve kurgusal evrenin oyuna olan bağlılığı arttırmasında strateji, simülasyon, aksiyon ve rol yapma oyun türleri ilişkili bulunmuştur. Rol yapma oyun türü aynı zamanda görsel ve işitsel unsurlar, oyunun ücretsiz olması, oyunun popüler olmasının

oyundaki bağlanmayı arttırması ile ilişkili bulunmuştur. Oyun türü ve oyunla ilgili üretilen medya içeriklerinin oyuna olan bağlılığı arasındaki ilişki incelendiğinde spor ve birinci şahıs nişancı oyunlarının ilişkili olduğu bulunmuştur. Oyun türleri ve oyuna bağlayıcı unsurlar arasındaki ilişki aşağıda şu şekilde aktarılmıştır:



Şekil 48. Oyun türlerine göre oyuna bağlayıcı unsurlar

6.2. Öneriler

Bu araştırmada oyuncuların deneyimlerinden yola çıkarak oyun bağlılığının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada elde edilen bulguların literatürden farklı olarak oyuncu deneyimleri ile ilgili önemli veriler aktararak yeni araştırma sorularını doğurduğu düşünülmektedir. Örneğin nitel verilerden biri olan oyuncuların oyunda en sık deneyimledikleri duygunun heyecan olması bulgusu oyuncuları oyuna bağlayan oyun içerisindeki heyecan duygusunu oluşturabilecek faktörlerin belirlenmesi konusunda yeni bir araştırma konusu olabilir. Oyuncuların oyunda mutluluk, rahatlama, öfke gibi duyguları deneyimledikleri ve tatmin ettikleri bulgusu, oyunun oyuncular açısından bir psikolojik sağaltım aracı veya kaçış rotası olup olmadığı sorusunu gündeme getirmektedir. Bu açıdan araştırmanın nitel bulgularından yola çıkarak oyuncuların oyun deneyimindeki duygu, düşünce ve tutumlarını doğrudan aktararak bu çerçevede duygusal faktörleri de inceleyen daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir. Bu tür araştırmaların oyun deneyimi literatüründe oyuncuların görüşlerinin eklenmesi ile kuram ve teorilerin temelini daha sağlamlaştırabileceği düşünülmektedir.

Araştırmada öne çıkan bir diğer önemli bulgu oyuncuların oynadıkları oyun türlerine göre deneyimledikleri çeşitli oyun içi, dışı ve psikolojik unsurların değişebiliyor olmasıdır. Bu bulgunun oyun türlerinin oyuncu deneyimini inceleyen araştırmalarda büyük etkisi olan bir faktör olduğunu göstermektedir. Oyunların tamamını tek bir çatı altında birleştirmek kolay bir yol sunmuş olsa da her oyun türünün kendi içerisinde farklı teknik özellikleri ve buna bağlı oyuncuya sunduğu farklı deneyimler bulunmaktadır. Araştırmada ise oyuncuların buna bağlı olarak oynadıkları oyun türüne göre farklı deneyimler yaşayabildikleri bulunmuştur. Buna göre oyuna bağlılığın, oyuncunun öncelikle oynadığı oyun türü sonrasında ise o tür içerisinde oyuncunun deneyimlediği psikolojik, oyun içi ve dışı unsurların incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Oyuncu deneyimine odaklanan gelecekteki araştırmalarda, oyun türü faktörünün de göz ardı edilmemesi önerilmektedir.

Medya içeriklerinin bazı oyun türlerinde oyuna bağlılığı arttıran bir unsur olduğu bulunmuştur. Oyuncular günümüzde sadece bilgisayarın başında o oyunu açıp oynayarak zaman geçirme faaliyetinin ötesinde oyun oynanmasa dahi medya platformlarından oyunla ilgili içerikleri takip etme, içerik üretebilme imkânına sahiptir. Bu bulgunun oyun araştırmalarında oyun dışı faktörlerin de oyun oynama ile ilişkisini göstermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Özellikle oyun bağımlılığını inceleyen araştırmalarda, oyun deneyimini sadece psikolojik süreçlere göre incelemek medya ve iletişim boyutu göz ardı edebilmektedir. Medyanın oyun oynamaya teşvik eden yönü ve oyun endüstrisinin bu alandaki çalışmalarına odaklanan araştırmalara ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Bir diğer bulgu, video oyun yayıncıları ve oyunun popülerliğinin bağlılığı artırma potansiyelidir. Bu bulgunun medya içerikleri konusu gibi oyun dışı faktörlerin oyunun deneyimi ve bağlılığı konusundaki etkisini ortaya koyması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Oyuncular takip ettikleri yayıncılar aracılığı ile oyuna bağlanabilirken oyunun popülerliğinden de etkilenmektedir. Bu açıdan yayıncıların oyun oynama davranışı üzerinde kanaat önderi olup olmadıkları sorusu gündeme gelmekte ve gelecek araştırmalarda yayıncı-oyuncu ilişkisine odaklanılması gerektiği düşünülmektedir.

Oyun tasarımının özerklik deneyimi ile ilişkili olmasının öz belirleme teorisi ve oyuncunun temel ihtiyaçları modeline ek bir bulgu olduğu düşünülmektedir. Bu bulgu sonucunda özerklik deneyiminin oyuncu tarafından seçenekler oluşturma, karakterleri tasarlama gibi süreçlere ek olarak oyun tasarımının da oyuncu üzerinde aynı hisleri oluşturabileceği bulunmuştur. Araştırmanın bulguları ve ilişkili bulunan unsurlar oyun bağımlılığını inceleyen araştırmalar için öncelikle oyuna bağlayan unsurların belirlenmesini öneren ve bu çerçeveden yola çıkarak oyun deneyiminin farklı unsurları bir

arada bulunduran karmaşık bir yapı olduğunu göstermektedir. Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğu belirtilen oyun oynama davranışı bozukluğunun, bir bozukluk olarak kumar bağımlılığı tanı kriterleri yerine, oyuncuların görüşlerini ön plana alan ve oyuna bağlayan unsurları belirlemeyi amaçlayan araştırmalara daha fazla ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Sonuç olarak, oyuncuları bağımlı/bağımlı değil şeklinde kategorize ederek araştırılması önerilen bir konu üzerinden oyuncuların tamamının etiketlenmesi riskini doğabilmektedir. Aynı zamanda bu tür çalışmaların oyuncuları oyuna bağlayabilecek oyun içi, dışı ve diğer psikolojik unsurları göz ardı edebileceği düşünülmektedir. Bu araştırma bulguları sonucunda medya psikolojisi çerçevesinde oyuncunun bakış açısını da dâhil ederek oyun deneyimi, oyun bağılılığı veya bağımlılığı konusunda daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aarseth, E. (2003). Playing research: Methodological approaches to game analysis. In *Proceedings Of The Digital Arts And Culture Conference* (pp. 28-29). Melbourne: RMIT University.
- Aarseth, E., Bean, A. M., Boonen, H., Colder Carras, M., Coulson, M., et al. (2017). Scholars' open debate paper on the World Health Organization ICD-11 gaming disorder proposal. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(3), 267–270.
- Aarseth, E., Smedstad, S. M., & Sunnanå, L. (2003). A multi-dimensional typology of games. In M. Copier & J. Raessens (Eds.), *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*. Universteit Utrecht.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th Ed.). Washington, DC: Author.
- Andiç, S. (2019). Ergenlik dönemi internet oyun oynama bozukluğu: Ailesel ve bireysel değişkenler temelinde bir modelleme. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Arjoranta, J. (2019). How to define games and why we need to. *Computer Games*, 8, 109–120.
- Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1968). Human memory: A proposed system and its control processes. In *Psychology of learning and motivation* (pp. 89-195). Cambridge: Academic press.
- Avedon, E. & Sutton-Smith, B (1981). *The study of games*. New York: John Wiley & Sons.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1–26.
- Bankov, B. (2019). The impact of social media on video game communities and the gaming industry. In *Conferences of the Department Informatics* (pp. 198-208). Varna: University of Economics.
- Baranowski, T., Buday, R., Thompson, D. I., & Baranowski, J. (2008). Playing for real: Video games and stories for health-related behavior change. *American Journal of Preventive Medicine*, 34(1), 74–82.
- Bean, A. M., Nielsen, R. K. L., Van Rooij, A. J., & Ferguson, C. J. (2017). Video game addiction: The push to pathologize video games. *Professional Psychology: Research and Practice*, 48(5), 378–389.
- Bergonse, R. (2017). Fifty years on, what exactly is a videogame? An essentialistic definitional approach. *The Computer Games Journal*, 6, 239-255.
- Bianchi-Berthouze, N. (2013). Understanding the role of body movement in player engagement. *Human-Computer Interaction*, 28(1), 40–75.
- Binark, M ve Bayraktutan-Sütçü, G. (2008). *Kültür endüstrisi ürünü olarak dijital oyun*. İstanbul: Kalkedon.

- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2011). *Dijital oyun kültürü haritasında oyuncular: dijital oyuncuların habitusları ve kariyer türevleri*. A. T. Baydemir (Ed.). Katılımın e- Hali Gençlerin Sanal Âlemi içinde (s. 303-330). İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Blumler, J. G. & Katz, E. (Eds.). (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratification research*. California: Sage.
- Borges, G., Orozco, R., Benjet, C., Mart Inez, K., Contreras, E. V., P Erez, A., et al. (2021). (Internet) Gaming Disorder in DSM-5 and ICD-11: A Case of the Glass Half Empty or Half Full. *Canadian Journal of Psychiatry*, 66(5), 477–484.
- Brewer, G. (2011). *Media psychology*. London: Palgrave.
- Brockmyer, J. H., Fox, C. M., Curtiss, K. A., McBroom, E., Burkhart, K. M., & Pidruzny, J. N. (2009). The development of the Game Engagement Questionnaire: A measure of engagement in video game-playing. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 624-634.
- Brown, E., & Cairns, P. (2004). A grounded investigation of game immersion. In *CHI'04 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1297-1300). New York: Association for Computing Machinery.
- Bulut, E. (2022). *Aşkla çalışmanın politikası*. İstanbul: Koç Üniversitesi.
- Caillois R. (2001). *Man, play, and games*. Champaign: University of Illinois.
- Cantril, H. & Allport, G. W. (1935). *The psychology of radio*. Oxford: Harper.
- Ceci, L. (2023). Number of weekly active Discord servers worldwide from 2020 to 2023. *Statista*. Retrieved April, 15, 2023, from <https://www.statista.com/statistics/1368309/discord-monthly-active-servers/>.
- Charlton J. P. (2002). A factor-analytic investigation of computer 'addiction' and engagement. *British Journal of Psychology*, 93(3), 329–344.
- Charlton, J. P., & Danforth, I. D. W. (2007). Distinguishing addiction and high engagement in the context of online game playing. *Computers in Human Behavior*, 23, 1531-1548.
- Chen., T., T. (2014). Online games: Research perspective and framework. *Computers in Entertainment*, 12(1), 1-26.
- Cohen, J. D. (2022). Join the adventure: The psychology of gaming. In G. S. Stever, D. C. Giles, J., D. Cohen & M. E. Myers (Eds.), *Understanding media psychology* (pp. 431-479). London: Routledge.
- Coşkun, E., & Öztürk, M. C. (2016). Steam dünyası: dijital oyun bloglarına yönelik bir değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 677-702.
- Crawford, C. (2000). *The art of computer game design*. Retrieved October, 10, 2023, from <http://www.van-couver.wsu.edu/fac/peabody/game-book/Coverpage.html>.

- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. S. (1992). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Curran, N. (2013). *The psychology of immersion and development of a quantitative measure of immersive response in games*. Cork: University College Cork.
- Çidem, M. B. (2017). Media psychology effects on consumer buying behavior. Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara: Pegem.
- Davison, W. P. (1996). The third-person effect revisited. *International Journal of Public Opinion Research*, 8(2), 113-119.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Springer.
- Deci E.L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Desai, R. A., Krishnan-Sarin, S., Cavallo, D., & Potenza, M. N. (2010). Video-gaming among high school students: Health correlates, gender differences, and problematic gaming. *Pediatrics*, 126(6), 1414-1424.
- Despain, W. (Ed.). (2009). *Writing for video game genres: From FPS to RPG*. Florida: CRC Press.
- Dill, K. E. (Ed.). (2013). *The Oxford handbook of media psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Discord (2023). *Resmi oyun toplulukları*. [Ekran Görüntüsü]. <https://discord.com/guild-discovery>. Erişim tarihi: 10.01.2023
- Elliott, L., Ream, G., & McGinsky, E. (2012). Video game addiction: User perspectives. *Advances in Medical Sociology*, 14, 225-243.
- Esposito, N. (2005). A short and simple definition of what a videogame is. In *The Digital Games Research Association (DIGRA) Conference: Changing Views – Worlds in Play*. France: University of Technology of Compiègne.
- Ezir (2023, Ocak). Valorant ace (Bela) geribildirimi. [Görsel]. Pinterest. <https://tr.pinterest.com/pin/653162752198077057/>. Erişim tarihi: 15.01.2023
- Fortnite (2023, Şubat). *Fortnite*. [Görsel]. Retrieved February, 4, 2023, from <https://www.fortnite.com/news/announcing-the-na-central-server-region-for-fortnite>.
- Frasca, G. (2001). Rethinking agency and immersion: Video games as a means of consciousness-raising, *Digital Creativity*, 12(3), 167-174.
- Freeman, D. (2003). *Creating emotion in games: The craft and art of emotioneering*. San Francisco: New Riders.

- Gentile, D. A., Choo, H., Liau, A., Sim, T., Li, D., Fung, D., et al. (2011). Pathological video game use among youths: A two-year longitudinal study. *Pediatrics*, 127(2), 319–329.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3-4), 175-194.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp.17-40). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton: Mifflin and Company.
- Giddings, S., & Kennedy, H. W. (2006). Digital games as new media. In Rutter, J., & Bryce, J. (Eds.), *Understanding digital games* (pp.129-147). London: Sage.
- Giles, D. (2003). *Media psychology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Griffiths, M.D. & Davies, M.N.O. (2005). Videogame addiction: Does it exist?. In Goldstein & J. Raessens (Eds.), *Handbook of computer game studies* (pp. 359-368). Boston: MIT Press.
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Billieux, J., & Pontes, H. M. (2016). The evolution of internet addiction: A global perspective. *Addictive behaviors*, 53, 193–195.
- Grüsser, S. M., Thalemann, R., Albrecht, U., & Thalemann, C. N. (2005). Exzessive Computernutzung im Kindesalter--Ergebnisse einer psychometrischen Erhebung [Excessive computer usage in adolescents--results of a psychometric evaluation]. *Wiener klinische Wochenschrift*, 117(5-6), 188–195.
- Güleç, G. (2020). İnternet oyun oynama bozukluğu belirtileri ve tanısı. Evren, C. (Ed.), *Davranışsal bağımlılıklar temel başvuru kitabı* içinde (s.351-363). Ankara: Türkiye Psikiyatri Derneği.
- Güngör, M. (2008). Ki-kare testi üzerine. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 84-89.
- Haberman, C. (2016). Dungeons ve dragons. [Photograph]. Retrieved February, 1, 2023, from <https://www.nytimes.com/2016/04/18/us/when-dungeons-dragons-set-off-a-moral-panic.html>
- Hellman M., Tim M. Schoenmakers T. M, Nordstrom B.,R. & van Holst R., J. (2013) Is there such a thing as online video game addiction? A cross-disciplinary review. *Addiction Research & Theory*, 21(2), 102-112.
- Hodent, C. (2020). *The psychology of video games*. London: Routledge.
- Huizinga, J. (2015). *Homo Ludens oyunun toplumsal işlevi üzerine bir deneme*. İstanbul: Ayrıntı.

- Hyun, G.J., Han, D.H., Lee, Y., Kang, K.D., Yoo, S.K., Chung, U., et al. (2015). Risk factors associated with online game addiction: A hierarchical model. *Computers in Human Behaviour*, 48, 706-713.
- IJsselstein, W. A., Kort, de, Y. A. W., Poels, K., Jurgelionis, A., & Bellotti, F. (2007). Characterising and measuring user experiences in digital games. In *Proceedings of the International Conference on Advances in Computer*. (pp.1-5). New York: Association for Computing Machinery.
- IMDb (2020). *The Last of Us: Part II Video Game*. [Photograph]. Retrieved January, 5, 2023, from <https://www.imdb.com/title/tt6298000/>.
- Irmak, A. Y., & Erdoğan, S. (2016). Ergen ve genç erişkinlerde dijital oyun bağımlılığı: Güncel bir bakış. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 27(2), 128-137.
- Jennett, C., Cox, A. L., Cairns, P., Dhoparee, S., Epps, A., Tijs, T., et al. (2008). Measuring and defining the experience of immersion in games. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66 (9), 641–661.
- Juul, J. (2003). The game, the player, the world: Looking for a heart of gameness. In Copier, M. & Raessens, J (Eds.), *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*. Utrecht University.
- Kasser, T., & Ryan, R. (1996). Further examining the American dream: differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280-287.
- Kardefelt-Winther, D. (2017). Conceptualizing internet use disorders: Addiction or coping process? . *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 71(7), 459–466.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Studies in Public Communication*, 21(6), 1-6.
- Katz, E., Blumler J, G., Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research, *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Karagöz, Y. (2010). İlişki katsayıları ile öğrenci başarısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Electronic Journal of Social Sciences*, 9(32). 425-446.
- Kellem, B., G. (2022). *Nimatron*. [Photograph]. Retrieved November, 16, 2022, from <https://daily.jstor.org/the-nimatron/>.
- Kelley, D. (2013). *The art of reasoning: An introduction to logic and critical thinking*. New York: WW Norton & Company.
- Kılıç, S. (2013). Örneklem yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44-6.
- Kim, M., & Kim, J. (2010). Cross-validation of reliability, convergent and discriminant validity for the problematic online game use scale. *Computers in Human Behaviour*, 26, 389-398.

- Király, O., Bóthe, B., Ramos-Díaz, J., Rahimi-Movaghar, A., Lukavska, K., et al. (2019). Ten-Item Internet Gaming Disorder Test (IGDT-10): Measurement invariance and cross-cultural validation across seven language-based samples. *Psychology of Addictive Behaviors: Journal of the Society of Psychologists in Addictive Behaviors*, 33(1), 91–103.
- Király, O., Griffiths, M.D. & Demetrovics, Z. (2015) Internet gaming disorder and the DSM-5: Conceptualization debates, and controversies. *Curr Addict Rep*, 2, 254–262.
- Konzack, L. (2015). Video game genres. In M. Khosrow-Pour (Ed.), *Encyclopedia of information science and technology* (pp. 3070-3076). Pennsylvania: IGI Global.
- Kowert, R. (2015). Social outcomes: online game play, social currency, and social ability. In Kowert, R., & Quandt, T. (Eds.) *Video game debate* (pp. 94-115). New York: Taylor & Francis.
- Kuss, D. J., Louws, J., & Wiers, R. W. (2012). Online gaming addiction? Motives predict addictive play behavior in massively multiplayer online role-playing games. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 15(9), 480–485.
- Laird, J. E. and van Lent, M. (2005). The role of artificial intelligence in computer games. In Goldstein J. & Raessens, J. (Eds.), *Handbook of computer game studies* (pp. 205-215). Boston: MIT Press.
- Lazzaro, N. (2004). Why we play games: Four keys to more emotion without story. In *Game Developer's Conference* (pp. 1–8). Oakland, CA: XEODesign.
- Legault, L. (2017). Self-determination theory. In Zeigler-Hill, V. & Shackelford, T. (Eds.), *Encyclopedia of personality and individual differences* (pp.1-9). New York: Springer.
- Lemmens J.S., Valkenburg P. M. & Peter J. (2009) Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology*, 12(1), 77-95.
- Li, P.(2022). Analysis of investment insight and recommendation of Discord based on the POCD Framework. (pp. 433–440). *International Conference on Economics*, California: College of San Mateo.
- Lippman, W. (1949), *Public opinion* (2nd ed.). New York: The Free Press
- Livingstone, S. (2018) Children: A special case for privacy?. *Intermedia*, 46(2). 18-23.
- Madigan, J. (2015). *Getting gamers: The psychology of video games and their impact on the people who play them*. London: Rowman & Littlefield.
- Markey, P. M., & Ferguson, C. J. (2017). Internet gaming addiction: Disorder or moral panic?. *The American Journal of Psychiatry*, 174(3), 195–196.
- Martey, R. M., Kenski, K., Folkestad, J., Feldman, L., Gordis, E., Shaw, A., et al. (2014). Measuring game engagement: Multiple methods and construct complexity. *Simulation & Gaming*, 45(4–5), 528–547.

- McCombs, M.E. & Shaw D L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.
- Mert, E. (2014). Anket, çevrimiçi anket tekniği ve çevrimiçi’nde anket uygulaması. Binark, M. (Ed.), *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri* içinde (s.88-116). İstanbul: Ayrıntı.
- Mitchell, L. (2020). The intellectual structure of game reasearch. *Game Studies*, 20 (3). Retrieved January 15, 2023, from http://gamestudies.org/2003/articles/mitchell_liam.
- Murray, J. H. (2016). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace*. New York: The Free Press.
- Museum of Electronic Games & Art (n.d.). *Tennis for two*. [Photograph]. Retrieved February, 11, 2023, from <https://www.m-e-g-a.org/research-education/research/t42-tennis-for-two/>.
- Museum of Play (n.d.). *Video Game History Timeline*. Retrieved March 4, 2023, from <https://www.museumofplay.org/video-game-history-timeline/>.
- Münsterbeg, H. (1916). *The photoplay, A psychological study*. London: D. Appleton.
- Oğuz, C. (2018). İletişimde yeni bir kavram: Medya psikolojisi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(12), 87-108.
- Oliveira, B. P., Franco, A. O. R., Silva, J. W. F., Gomes, F. A. C., Maia, J. G. R. (2020). A framework for Metroidvania Games. In *Computer Games and Digital Entertainment Symposium*. Brazil: Federal University of Ceara.
- Oskay, Ü. (2017). *Xix. yüzyıldan günümüze kitle iletişimin kültürel işlevleri: Kuramsal bir yaklaşım*. (4.Basım) İstanbul: İnkılap.
- Özarslan, Z. & Perdahcı, B. (2023). Oyuncu deneyimleri üzerinden oyun bağımlılığı ve motivasyonunu tartışmak. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 28-60.
- Özdamar, K. (2002). *Paket programlar ile istatistik veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitapevi.
- Petry, N. M., & O'Brien, C. P. (2013). Internet gaming disorder and the DSM-5. *Addiction*, 108(7), 1186–1187.
- Petty, R., & Cacioppo, J. (1984). Source factors and the elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Consumer Research*, 11, 668-672.
- Poynter, R. (2012). *İnternet ve sosyal medya araştırmaları el kitabı*. İstanbul: Optimist.
- Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A motivational model of video game engagement. *Review of General Psychology*, 14(2), 154–166.
- Przybylski, A. K., Weinstein, N., & Murayama, K. (2017). Internet gaming disorder: Investigating the clinical relevance of a new phenomenon. *The American Journal of Psychiatry*, 174(3), 230–236.

- Qaffas, A. (2020). An operational study of video games' genres. *International Association of Online Engineering*. 14(15), 175-194.
- Raney, A. A. (2003). Disposition-based theories of enjoyment. In J. Bryant, D. R. Roskos-Ewoldsen, & J. Cantor (Eds.), *Communication and emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann* (pp. 61–84). New Jersey: Erlbaum.
- Ravaja, N., Salminen, M., Holopainen, J., Saari, T., Laarni, J., & Järvinen, A. (2004). Emotional response patterns and sense of presence during video games: Potential criterion variables for game design. In *Proceedings of the Fourth International Conference on Foundations of Digital Games* (pp. 339–347). New York: Association for Computing Machinery.
- Rigby C.S., & Ryan, R. M. (2011). *Glued to games: how video games draw us in and hold us spellbound*. Santa Barbara: Praeger.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000a). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54–67.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000b). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2002). Overview of self-determination theory: An organismic dialectical perspective. In E. L. Deci & R. M. Ryan (Eds.), *Handbook of self determination research* (pp. 3–33). New York: Rochester University Press.
- Ryan, R. M., Rigby, C. S., & Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and Emotion*, 30(4), 344–360.
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2003). *Rules of play- game design fundamentals*. Cambridge: MIT Press.
- SEGA (2023). *Sonic Hedgehog*. [Photograph]. Retrieved February, 11, 2023, from <https://www.sega.com/games/sonic-hedgehog>
- Sezgin, S., Binark, F. M., Yalçın, H., & Bayraktutan, G. (2018). Türkiye’de dijital oyun çalışmalarının 10 Yılı: Bir tübitak-sobag araştırmasının boylamsal etki değerlendirmesi. İ. Ö. Taştan (Ed.), *Kültür ve iletişim içinde* (s.170-194). Ankara: İmge.
- Sezgin, S. (2019). Dijital oyun ekosistemi: Yaratıcı endüstri ve emek. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Scott, J. (2014). *Electronic Arts*. [Photograph]. Retrieved February, 11, 2023, from https://archive.org/details/a8b_M.U.L.E._1983_Electronic_Arts_US
- Sherer, J. (2023). Internet Gaming. *American Psychiatry Association*. Retrieved January 21, 2023, from <https://www.psychiatry.org/patients-families/internet-gaming>.

- Sherry, J. L., Lucas, K., Greenberg, B. S., & Lachlan, K. (2006). Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference. In P. Vorderer & J. Bryant (Eds.), *Playing video games: Motives, responses, and consequences* (pp. 213–224). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Silpasuwanchai, C. & Ren, X. (2018). A quick look at game engagement theories. In K. L. Norman ve J. Kirakowski (Eds.), *The wiley handbook of human computer interaction* (pp. 657-679). New York: John Wiley & Sons.
- Similar Web (2023). *En popüler web siteleri sıralaması*, <https://www.similarweb.com/tr/top-websites/category/games/>. Erişim tarihi: 17.04.2023.
- Slater, M., Usoh, M., & Steed, A. (1994). Depth of presence in virtual environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 3(2), 130–140.
- Slater, M. D. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity. *Communication Theory*, 17(3), 281–303.
- Suits, B. (1978). *The grasshopper*. Toronto: University of Toronto.
- Statista. (2023). *Discord monthly active servers*. Retrieved May 10, 2023, from <https://www.statista.com/statistics/1368309/discord-monthly-active-servers/>.
- Steam (2023). *Steam arayüzü*. [Ekran Görüntüsü]. <https://store.steampowered.com/about/?l=turkish>. Erişim tarihi: 15.05.2023.
- Steam (ty). *Sıralamalar genel bakış*. <https://store.steampowered.com/charts/>. Erişim tarihi: 15.05.2023.
- Stenros, J. (2017). The game definition game: A review. *Games and Culture*, 12(6), 499–520.
- Stever, G. S. (2022a). Media and media psychology. In G. S. Stever, D. C. Giles, J. D. Cohen & M. E. Myers (Eds.), *Understanding media psychology* (pp. 18-42). London: Routledge.
- Stever, G. S. (2022b). Key theories and concepts from media psychology. In G. S. Stever, D. Giles, J. D. Cohen & M. E. Myers (Eds.), *Understanding media psychology* (pp. 43-80). London: Routledge.
- Şengün, S. (2016). Six degrees of videogame narrative. Yüksek lisans tezi, Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *The psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Teddlie, C., & Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: A typology with examples. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 77-100.
- The Strong Museum of Play (2018). *Spacewar*. [Photograph]. Retrieved February, 11, 2023, from <https://www.museumofplay.org/games/spacewar/>

- Turner, N.E., Paglia-Boak, A., Ballon, B., Cheung, J., Adlaf T. W., Edward M., Henderson, J. et al. (2012). Prevalence of problematic video gaming among ontario adolescents. *Int J Ment Health Addiction*, 10, 877–889.
- Türkiye Dijital Dönüşüm Ofisi (2023). *Video oyun endüstrisi raporu*. https://cbddo.gov.tr/SharedFolderServer/Genel/4.Ara%C5%9Ft%C4%B1rma_Raporu-Video_Oyun_Endu%C5%9Ftrisi.pdf. Erişim tarihi: 16.04.2023.
- Trepte, S. ve Reinecke, L. (2013). *Medienpsychologie*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Twitch (2023). *Riot Games resmi kanalı*. [Ekran Görüntüsü]. <https://www.twitch.tv/riotgames>. Erişim tarihi: 20.04.2023
- Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>. Erişim tarihi: 4.02.2023.
- University College London (n.d.). *Mehen*. [Photograph]. Retrieved February, 11, 2023, from <https://www.ucl.ac.uk/museums-static/digitalegypt/naqada/gameboard.html>
- Vansteenkiste M., Niemiec C. P. & Soenens B. (2015). The development of the five mini-theories of self-determination theory: An historical overview, emerging trends, and future directions. In T. C. Urdan ve S. A. Karabenick (Eds.), *The decade ahead: Theoretical perspectives on motivation and achievement* (pp.105-165). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Van Rooij, A. J., & Kardefelt-Winther, D. (2017). Lost in the chaos: Flawed literature should not generate new disorders. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 128–132.
- Wang, X., Butt, A. H., Zhang, Q., Shafique, N., & Ahmad, H. (2021). “Celebrity Avatar” feasting on in-game items: A gamers’ play arena. *SAGE Open*, 11(2). 1-13.
- Weibel, D., & Wissmath, B. (2011). Immersion in computer games: The role of spatial presence and flow. *International Journal of Computer Games Technology*, 6, 1–14.
- We Are Social (2022). *Digital 2022: Another year of bumper growth*. Retrieved November, 15, 2023, from <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth2/>.
- Winik, M. (2022). 7 Benchmarks to win the digital gaming industry. *Similar Web*. Retrieved April, 17, 2023, from <https://www.similarweb.com/blog/research/business-benchmarking/online-gaming-industry-benchmarks/>.
- Witmer, B. G., & Singer, M. J. (1998). Measuring presence in virtual environments: A presence questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 7(3), 225–240.
- Wolf, M. J. P. & Perron, B. (2003). Introduction. In J. P. M. Wolf ve B. Perron (Eds.), *The video game theory reader* (pp.1-24). New York: Routledge.
- Wood, R. T. A. (2008). Problems with the concept of video game "addiction": Some case study examples. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 6(2), 169–178.

- World Health Organization. (2020). *Addictive behaviours: Gaming disorder*. Retrieved January, 25, 2023, from <https://www.who.int/standards/classifications/frequently-asked-questions/gaming-disorder#:~:text=Gaming%20disorder%20is%20defined%20in,the%20extent%20that%20gaming%20takes.>
- World Health Organization. (2022). *ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics: 6C15 Gaming Disorder*. Retrieved September, 27, 2022, from <https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http%253a%252f%252fid.who.int%252fid%252fentity%252f1448597234.>
- Yee, N. (2007). Motivations of play in online games. *CyberPsychology & Behavior*, 9, 772-775.
- Yıldırım, F. E., & Çakır, M. (2016). Medya psikolojisi ve tarihçesi üzerine bir inceleme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(29), 538-556.
- Yıldırım, F. E. (2017). Medya psikolojisi bağlamında internet kullanıcılığı ile oluşan endişeler: Mahremiyet endişesi. Doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Zillmann, D. (2002). Exemplification theory of media influence. In *Media effects* (pp. 29-52). London: Routledge.
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1985). Affect, mood, and emotion as determinants of selective exposure. In *Selective Exposure to Communication* (pp. 157–190). New Jersey: Erlbaum.

EKLER**Ek.1. Oyun Bağılılığı Anketi**

1.En çok oynadığınız oyun türleri nelerdir?

- ☐ Aksiyon
- ☐ Rol yapma (Role-Play Game/RPG)
- ☐ Strateji
- ☐ Simülasyon
- ☐ Spor
- ☐ Birincil Şahıs Nişancı (First-Person Shooter/FPS)
- ☐ Diğer:

2. Aşağıdakilerden hangisi/hangileri sizi tanımlamaktadır?

- ☐ Yayıncı
- ☐ Esporcu
- ☐ Oyun şirketi çalışanı
- ☐ Oyuncu
- ☐ Oyun izleyicisi
- ☐ Diğer:

3. Oyun oynarken herhangi bir iletişim platformu (Discord, Twitch, vb.) kullanıyor musunuz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

4. Oyun oynarken aşağıdaki iletişim platformlarından hangisi/hangilerini kullanıyorsunuz?

- ☐ Discord
- ☐ Slack
- ☐ Twitch
- ☐ TeamSpeak
- ☐ Oyun içinden iletişim kuruyorum.
- ☐ Diğer:.....

5. Kullandığınız iletişim amaçlı platformun oyuna olan bağılılığını arttırdığını düşünüyor musunuz?

- ☐ Kesinlikle katılmıyorum
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Kararsızım

☐ Katılıyorum

☐ Kesinlikle katılıyorum

6. Oyun oynadığım platform(Steam, Epic Games, EA Games vb.) oynadığım oyuna bağlılığımı artırır.

☐ Kesinlikle katılmıyorum

☐ Katılmıyorum

☐ Kararsızım

☐ Katılıyorum

☐ Kesinlikle katılıyorum

7. Takip edip izlediğiniz video oyun yayıncısı/yayıncıları var mı?

☐ Evet

☐ Hayır

8. Haftada kaç saat yayın izliyorsunuz?

☐ Haftada 1-5 saat

☐ Haftada 6-10 saat

☐ Haftada 11-20 saat

☐ Haftada 21-30 saat

☐ Haftada 30 saat üzeri

9. Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi işaretleyiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum.	Katılmıyorum.	Kararsızım.	Katılıyorum.	Kesinlikle katılıyorum.
Takip ettiğim video oyun yayıncıları oynamakta olduğum oyuna olan bağlılığımı artırır.					
Takip ettiğim					

video oyun yayıncıları oynayacağım oyuna olan bağlılığı arttırır.					
--	--	--	--	--	--

10. En sık takip ettiğim yayıncı ile genellikle karşılıklı etkileşim içerisinde olurum. (Mesaj, emoji, bağış vs.).

() Kesinlikle katılmıyorum

() Katılmıyorum

() Kararsızım

() Katılıyorum

() Kesinlikle katılıyorum

11. En sık takip ettiğim yayıncıyla olan karşılıklı etkileşimim oynadığım oyuna bağlılığı artırır.

() Kesinlikle katılmıyorum

() Katılmıyorum

() Kararsızım

() Katılıyorum

() Kesinlikle katılıyorum

12. Oynadığınız oyunun etkinliklerini veya turnuvalarını izliyor musunuz?

() Evet

() Hayır

13. Oynadığım oyunun etkinliklerini veya turnuvalarını izlemek oynadığım oyuna bağlılığı artırır.

() Kesinlikle katılmıyorum

() Katılmıyorum

() Kararsızım

() Katılıyorum

() Kesinlikle katılıyorum

14. Oynadığınız oyunun turnuva veya etkinliklere canlı katılıyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

15. Oynadığım oyunun etkinliklerini veya turnuvalarını canlı katılmak oynadığım oyuna bağlılığımı artırır.

☐ Kesinlikle katılmıyorum

☐ Katılmıyorum

☐ Kararsızım

☐ Katılıyorum

☐ Kesinlikle katılıyorum

16. Oynadığım oyunla ilgili üretilen medya içerikleri (kısa klipler, video editler, machinima vb.) oynadığım oyuna bağlılığımı artırır.

☐ Kesinlikle katılmıyorum

☐ Katılmıyorum

☐ Kararsızım

☐ Katılıyorum

☐ Kesinlikle katılıyorum

17. Aşağıdaki tabloda solda yer alan cümleleri, tablonun üst satırında yer alan ifadelerden birini seçerek tamamlayınız.

	Oyuna bağlanmamı sağlar.	Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.	Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur.	Oyuna bağlanmam üzerine bir etkisi olmaz.
Oynadığım oyununun hikayesi ve kurgusal evreni...				
Oynadığım oyununun görsel unsurları...				
Oynadığım oyununun işitsel unsurları...				

Oynadığım oyununun tasarımı (grafik, animatik, sinematik vb.)...				
Oyunu birlikte oynadığım kişiler...				

18. Oynadığım oyun içerisinde farklı kostüm ve itemler satın alıyorum.

☐ Evet

☐ Hayır

19. Oynadığım oyun içerisinde satın aldığım farklı kostüm ve itemler...

☐ Oyuna bağlanmamı sağlar.

☐ Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.

☐ Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur.

☐ Oyuna bağlanmam üzerine bir etkisi olmaz.

20. Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi işaretleyiniz.

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Oyun oynama sürecindeki olumlu deneyimlerim oynadığım oyuna olan bağlılığımı artırır.					

Oynadığım oyunun popüler olması oynadığım oyuna bağlılığını artırır					
Oyun oynama sürecindeki olumsuz deneyimlerim oynadığım oyuna olan bağlılığımı azaltır.					
Oynadığım oyunun ücretsiz olması oynadığım oyuna bağlılığımı artırır					

21. Oyun oynama deneyiminde en yoğun hissettiğiniz 3 duyguyu yazınız.

22. Oyun oynayarak bazı duygusal ihtiyaçlarımı tatmin ederim.

() Evet

() Hayır

23. Oyun oynama deneyiminde en çok tatmin edildiğini düşündüğünüz bir duygunuzu yazınız.

24. Oyun oynama deneyimimde en çok tatmin edilen duygum...

() Oyuna bağlanmamı sağlar.

() Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.

() Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur

() Oyuna bağlanmam üzerine bir etkisi olmaz.

25. Oynadığım oyunda özerk olma duygusunu deneyimlerim.

- ☐ Kesinlikle katılmıyorum
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Kararsızım
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Kesinlikle katılıyorum

26. Oynadığım oyunda deneyimlediğim özerklik duygum...

- ☐ Oyuna bağlanmamı sağlar.
- ☐ Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.
- ☐ Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur.
- ☐ Oyuna bağlanmam üzerine bir etkisi olmaz.

27. Oynadığım oyunda başarı ve yeterlilik duygusunu deneyimlerim.

- ☐ Kesinlikle katılmıyorum
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Kararsızım
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Kesinlikle katılıyorum

28. Oynadığım oyunda deneyimlediğim yeterli olma ve başarı duygum...

- ☐ Oyuna bağlanmamı sağlar.
- ☐ Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.
- ☐ Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur.
- ☐ Oyuna bağlanmam üzerine bir etkisi olmaz.

29. Oynadığım oyunda sosyalleşme duygusu deneyimlerim.

- ☐ Kesinlikle katılmıyorum
- ☐ Katılmıyorum
- ☐ Kararsızım
- ☐ Katılıyorum
- ☐ Kesinlikle katılıyorum

30. Oynadığım oyunda deneyimlediğim sosyalleşme duygum...

- ☐ Oyuna bağlanmamı sağlar.
- ☐ Zihnimin sürekli oynadığım oyunla meşgul olmasına neden olur.
- ☐ Zamanın nasıl geçtiğini anlamayarak kendimi tamamen oyuna kaptırmama neden olur.

☐ Oyuna bağlanmam üzerine bir etkisi olmaz.

Demografik Bilgiler

31. Yaşınız

- ☐ 13 ve altı
☐ 14-24
☐ 25-34
☐ 35-44
☐ 45-54
☐ 55 ve üstü

32. Cinsiyetiniz

- ☐ Kadın
☐ Erkek
☐ Belirtmek istemiyorum.

33. Oyun oynayarak bir gelir elde ediyor musunuz?

- ☐ Evet
☐ Hayır

EK.2. Literatür Taramasında İncelenen Tezlerin Kaynakçası

- Akkaya, H. F. (2020). Y kuşağının dijital oyun bağımlılığının incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Aktemur, Ç. (2016). Bilgisayar oyunlarında kültür endüstrisi eleştirisi: "Mcdonald's videogame" örneği, Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Alioğlu, M. (2021). Türkiye'de kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında dijital oyun olarak League of Legends oyununun ve e-spor faaliyetlerinin analizi. Yüksek lisans tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Biricik, Z.(2019). İlköğretim çağındaki çocuklarda çevrimiçi kültür dolayımıyla oluşan dijital oyun pedagojisi ve etkileri: Erzurum üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Bayraktar, E.(2021). Popüler kültür ve yeni medyada toplumsal cinsiyet ve temsil: Dijital oyunlarda lgbti+ görünürlüğü. Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Coşkun, Ö. (2020). Dijital oyunlarda propaganda: "Call of Duty World War 2" oyununun incelenmesi. Yüksek lisans tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Demirtaş, N. K. (2020). Dijital oyun geliştiriciliği: Overwatch oyunu üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Erbay E, A. (2021). Sanal diktatörlükler: Dijital oyunlarda ideoloji ve siyasal düzenin sunumu. Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Günay, A. (2021). Çevrimiçi dijital oyunların ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde incelenmesi: Sanalika örneği. Yüksek lisans tezi. Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- İğit, A.(2019). Dijital oyunlar aracılığıyla empatik iletişim inşası. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- İmir, R. D.(2019). Analysis of the video game industry in turkey within the context of the global and the local: The cases of Sony and Microsoft. Yüksek lisans tezi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, İzmir.
- Kara, Y. U.(2013). Bilgisayar oyunları, yeni medya ve kimlik: Kuramsal arayışlar. Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Kaya, A. (2021). Ergenlerde dijital oyun bağımlılığı (Gaziosmanpaşa Atabek Koleji örneği). Yüksek lisans tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Kırmusaoğlu, L. (2020). Okul öncesi dönem çocuklarının dijital oyunlar ile dış mekân oyunları arasındaki tercihleri: Öğretmenlerin gözlemlerine yönelik bir alan çalışması. Yüksek Lisans tezi,Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

- Koç, P. (2017). Ana akım medyanın internet haber sitelerinde çevrimiçi oyunlara yönelik bağımlılık temsili. Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Koçoğlu, S. (2021). Üniversite öğrencilerinin dijital oyun bağımlılıklarının iletişim becerilerine etkisi. Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Narmamatova, T. (2010).Görsel medyanın çocuklar üzerindeki etkisi: Şiddet içerikli bilgisayar oyunları örneği. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan.
- Semerci Ö. U. S.(2020). Dijital oyun bağımlılığı ve sosyal medya kullanımı: Lise öğrencileri üzerine bir alan araştırması. Yüksek lisans tezi, Uşak Üniversitesi, Uşak.
- Sepetçi, T.(2017). Dijital oyunlar, dijital oyuncular: Karşı hegemonya pratikleri ve sosyal etkileşim. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Sezgin, S.(2019). Türkiye'de dijital oyun endüstrisi ve yaratıcı emek. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Sarıgöl, Ş.(2020). Video oyunlarda katarsis kavramı Last of Us oyunu üzerine bir analiz. Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Şengün, S.(2013). Six degrees of video game narrative: A classification for narrative in video games. Yüksek lisans tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Şengül, N. A.(2020). Dijital oyunlarda kadının temsili: Tomb Raider oyununda Lara Croft karakteri üzerine bir inceleme. Yüksek Lisans tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Şener, S., H. (2023). Dijital oyuncuların gündelik hayat pratikleri ve dijital oyuncu imgesi. Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Tabbara, S. (2022). Toxic behavior in online games: an investigation through game retellings. Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Topal, A. (2016). Sanal karakterin gerçek gündemi: çevrimiçi oyunlarda metin tabanlı iletişim ve “World of Warcraft” örneği. Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Yavuz, N., Z. (2018). Challenging the influence of interactivity on narrative structures in digital games. An analysis of adventure genres. Yüksek lisans tezi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.
- Yengin, D. (2010). Dijital oyunlarda şiddet kavramı: Yeni şiddet. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yumrukuz, Ö. (2022). Dijital oyun yapısı ve Z kuşağının oynama pratikleri. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.