

Temel Motivasyon Kaynakları ve Liderlik Öz Algısı: Dijital Oyun Oynayan Bireyler Üzerine Bir Araştırma¹

Ramazan Furkan Özkul²

Ahmet Sait Özkul³

Özet

Bu çalışmanın amacı, dijital oyun oynayan üniversite öğrencilerinin temel motivasyon kaynaklarının liderlik öz algıları üzerindeki etkisini incelemektir. Süleyman Demirel Üniversitesi'nden 269 öğrenci ile yürütülen araştırmada, nicel veriler anket tekniğiyle toplanmış, nitel veriler ise açık uçlu sorularla elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, dijital oyun oynayan bireylerin güç ve başarı motivasyon düzeyleri, oyun oynamayanlara kıyasla daha yüksektir. Yol analizi sonuçlarına göre bağlanma motivasyonunun katılımcı ve ilkeli liderlik algısının en önemli yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bununla beraber güç ve başarı motivasyonlarının kendine güvenen liderlik öz algısını; bağlanma motivasyonunun ilkeli liderlik öz algısı ve katılımcı liderlik öz algısını; düşünme motivasyonunun ise kararlı liderlik algısını pozitif yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Dijital oyunların; başarı motivasyonu yüksek olanlar tarafından kendini kanıtlama ve ilerleme; güç motivasyonu yüksek olanlar tarafından hakimiyet ve kontrol; bağlanma motivasyonu yüksek olanlar tarafından sosyalleşme ve paylaşım; düşünme motivasyonu yüksek olanlar tarafından ise zihinsel odaklanma alanı olarak değerlendirildiği görülmüştür.

1 Bu çalışma, 14-15 Ekim 2023 tarihlerinde Kayseri Üniversitesi tarafından düzenlenen *I. Uluslararası İnsan Kaynakları Kongresi*'nde sunulan “*Dijital Oyunlar ve Temel Motivasyon Kaynakları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*” başlıklı özet bildirinin, kapsamı genişletilerek kitap bölümüne dönüştürülmüş hâlidir.

2 Arş. Gör. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, ramazanozkul@sdu.edu.tr, 0000-0003-0159-9599

3 Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, saitozkul@sdu.edu.tr, 0000-0001-8858-4685

1. Giriş

Oyun, insanlık tarihi kadar eski olup, insanın doğasında bulunan ve onun ayrılmaz bir parçası olan, eğlenceli ve gönüllü bir eylemdir. Kendisine özgü kurallara tâbi olan, başlangıcı ve bitişi belirli, aynı zamanda gündelik hayattan uzaklaşmak için geçici bir alan sunan ciddi bir faaliyettir (Huizinga, 1995; Özkul, 2021). Teknolojinin hızla ilerlemesi bu geleneksel oyun anlayışını dönüştürmüş ve oyunlar dijitalleşme ekseninde farklı bir yapıya bürünerek dijital oyunların ortaya çıkışına öncülük etmiştir (Tor ve Irmak, 2022, s. 1803). Bu dönüşüm neticesinde, geleneksel oyunların yerini, bilgisayarlar, konsollar ve mobil cihazlar aracılığıyla erişilebilen sanal ortamlarda oynanan dijital oyunlar almıştır (Yengin, 2012, s. 110).

Dijital oyunlar, günümüzde yalnızca boş zaman değerlendirme ya da eğlence amaçlı etkinlikler olarak ele alınmamaktadır; bireylerin çeşitli becerilerini kullanabildikleri, sosyal etkileşimlerde bulunabildikleri ve farklı roller deneyimleyebildikleri etkileşimli ortamlar olarak da değerlendirilmektedir. Özellikle çok oyunculu çevrimiçi oyunlar, sundukları yoğun etkileşim ve rekabet yapısıyla, oyuncuların davranışlarını belirli normlar ve beklentiler çerçevesinde şekillendiren bir sosyal yapı oluşturmaktadır (Akgöl, 2024, s. 51). Bu yapı içerisinde birey, yalnızca oyunun sunduğu senaryoya uyum sağlayan edilgen bir aktör olarak değerlendirilmemelidir. Çünkü birey bu süreçte kendi karakterini, eğilimlerini ve karar alma biçimini de oyunun akışına doğrudan taşıyabilir. Oyun sırasında ortaya çıkan hırs, yardımlaşma ya da strateji kurma gibi davranışlar, basit oyun refleksleri olmalarıyla birlikte bireyin, gerçek hayatta neyle motive olduğu ve başkalarıyla ilişki kurarken nasıl bir liderlik tutumu benimsediğine dair ipuçları sunabilir. Günümüzdeki dijital oyunlar; belirsizlik altında karar verme, kaynak yönetimi ve ekip koordinasyonu gerektiren yapılarıyla, liderlik yetkinliklerinin sınındığı bir simülasyon ortamı da sunmaktadır. Bu yönüyle oyun deneyimi, bireyin gündelik yaşamında veya çalışma hayatında çoğu zaman örtük kalan motivasyonlarını ve davranış kalıplarını daha görünür kılan bir ortam olarak dikkate alınabilir.

2. Yöntem

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda katılımcılardan toplanan veriler, Jamovi 2.6.44 istatistik programıyla analize tabi tutulmuştur. İlk olarak verilerin ön kontrolü yapılmıştır. Akabinde geçerlik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiş ve gerekli istatistiksel analizler yapılmıştır. Bunlarla birlikte katılımcılara yöneltilen açık uçlu sorudan elde edilen ifadeler değerlendirilmiştir.

3.1. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcılarını Süleyman Demirel Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrenciler (İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - İletişim Fakültesi) oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiş ve 269 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırmaya katılanların %53,2'si erkek ve %46,8'i kadındır. Katılımcıların yaş ortalaması 21,6'dır. Dijital oyun oynayanlar katılımcıların %63,9'unu oluşturmaktadır. Bu katılımcıların da çoğunluğu (%63,2 oranında) aksiyon oyunlarını oynamayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

3.2. İşlem

Bu çalışmanın etik onayı, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 31.10.2023 tarihli ve 141/32 sayılı karar ile alınmıştır. Araştırma verileri, Google Forms aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama sürecinde katılımcılara sosyal iletişim ağları aracılığıyla ulaşılmıştır. Anket formunun ilk sayfasında araştırmanın amacına yönelik bir bilgilendirme metnine yer verilmiştir. İlgili metinde araştırmaya katılımın gönüllülük esası olduğu ve istedikleri aşamada anket formunu doldurmayı bırakabileceklerine dair bilgilendirme yapılmıştır. Söz konusu bilgilendirme metnini onayladıkları takdirde anket sorularına geçebilecekleri belirtilmiştir.

3.3. Araştırma Soruları

Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıda yer verilen sorulara yanıt aranmaktadır:

- Bireylerin temel motivasyon kaynakları ve liderlik öz algıları, dijital oyun oynama durumları bağlamında farklılaşmakta mıdır?
- Bireylerin temel motivasyon kaynakları, onların liderlik öz algılarını etkilemekte midir?

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında veri toplama araçları olarak; *Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği* ve *Liderlik Öz Algısı Ölçeği* kullanılmıştır. Her iki ölçüm aracının derecelendirmesi de yedili derecelendirmeyle yapılmıştır. Söz konusu ölçüm araçlarına dair ayrıntılı bilgiye aşağıda yer verilmiştir.

Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği; Antalyalı ve Bolat (2017) tarafından geliştirilmiştir. Kuramsal altyapısı, öğrenilmiş ihtiyaçlara dayanmaktadır. Ölçüm aracı, literatürde sıkça kullanılan güç, bağlanma ve başarı motivasyonlarıyla birlikte bireylerin düşünme motivasyonunu da ölçmektedir.

Bu motivasyonların her biri için ise 6 madde bulunmakta toplamda 24 maddeden oluşmaktadır (Örnek madde: *Düşünmemi derinleştiren ortamları çok severim*).

Liderlik Öz Algısı Ölçeği; Özbek ve Kızılyallı (2017) tarafından literatüre kazandırılmıştır. Bu ölçüm aracı, öğrencilerin kendilerine ait liderlik öz algılarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Katılımcı, kendine güvenen, ilkeli ve kararlı lider olmak üzere 4 boyut ve 20 maddeden oluşmaktadır (Örnek madde: *Ekip çalışmasına önem veririm*).

Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların cinsiyet, yaş, fakülte, oyun oynayıp oynamadıkları ve (eğer oynuyorlarsa) hangi oyunları oynadıkları sorulmuştur.

3.5. Verilerin Analizi

Bu süreçte öncelikle ölçüm araçlarının yapı geçerlilikleri test edilmiştir. Değişkenlerin çarpıklık-basıklık değerleri incelenmiş ve iç güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Akabinde değişkenlere ilişkin fark analizleri gerçekleştirilmiştir. Son olarak değişkenler arası ilişkilere bakılmıştır.

Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği'nin yapı doğrulama sürecinde; başarı boyutundan 2 ve düşünme boyutundan 1 madde gerekli faktör yükünü taşımadığı gerekçesiyle modelden çıkarılmıştır. Bununla birlikte güç boyutunda 1 madde gerekli faktör yükünü taşıdığı halde modelin uyum değerlerini olumsuz yönde etkilediği için analiz dışı bırakılmıştır. Bu işlemler neticesinde elde edilen uyum değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu görülmüştür (bkz. Tablo 1). Elde edilen faktör yükleri, .462 ile .785 arasındadır.

Liderlik Öz Algısı Ölçeği'nin yapısını doğrulamak için gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinde; ilkeli lider boyutundan 2 madde, gerekli faktör yükünü taşıyamaları nedeniyle modelden çıkarılmıştır. Bununla birlikte istatistik programının önerdiği modifikasyonlar kuramsal altyapı çerçevesinde uygulanmıştır. Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre uyum indislerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür (bkz. Tablo 1). Elde edilen faktör yükleri, .378-.736 arasındadır.

Tablo 1. Ölçüm Araçlarının İyi Uyum Değerleri

Ölçüm Araçları	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği	1.845	.057	.930	.913	.057
Liderlik Öz Algısı Ölçeği	2.129	.064	.923	.905	.055

Referans alınan iyi uyum değerleri için bkz.: Meydan ve Şeşen, 2015, s. 37; Schumacker & Lomax, 2015: 112.

Yapı geçerliğinin sağlanmasının ardından değişkenlerin normal dağılım varsayımını sağlayıp sağlamadığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş ve söz konusu değerlerin -2 ile +2 (George ve Mallery, 2024, s. 114-115) arasında yer aldığı görülmüştür. Dolayısıyla ilgili değişkenlerin normal dağılım şartını sağladığı söylenebilir. Bununla birlikte Cronbach Alpha (α) iç güvenirlik katsayıları ile ölçüm araçlarının güvenilir olduğunu göstermektedir (Hinton vd., 2014, s. 359) (bkz. Tablo 3).

Tablo 3. Değişkenlerin İç Güvenirlik, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Değişkenler	Cronbach Alpha	Çarpıklık	Basıklık
Güç	.775 ⁽⁵⁾	-.188	-.469
Başarı	.781 ⁽⁴⁾	-.222	-.614
Bağlanma	.786 ⁽⁶⁾	-.514	-.379
Düşünme	.728 ⁽⁵⁾	-.304	-.355
Katılımcı Lider Algısı	.788 ⁽⁶⁾	-.601	-.194
İlkeli Lider Algısı	.826 ⁽⁴⁾	-1.390	1.780
Kararlı Lider Algısı	.743 ⁽⁶⁾	-.430	-.600
Kendine Güvenen Lider Algısı	.646 ⁽⁶⁾	-.092	-.579

Üslü sayılar (): Analize dahil edilen madde sayısı.*

3.6. Bulgular

Yapılan analizler neticesinde veriler normal dağılım şartı sağladığı için parametrik testler uygulanmıştır.

Tablo 4. Değişkenlerin Oyun Oynama Durumuna Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Oynuyor (N=168)		Oynamıyor (N=101)		<i>p</i>	<i>t</i>	<i>f</i>	Anlamlı Fark
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.				
Güç	4.81	1.19	4.32	1.33	.002	3.097	1.361	1 > 2
Başarı	4.90	1.33	4.62	1.40	.021	1.978	0.997	1 > 2
Bağlanma	5.44	1.04	5.62	1.21	.164	-1.258	5.659	-
Düşünme	5.23	1.05	5.04	1.04	.151	1.440	0.318	-
Katılımcı Lider Öz Algısı	5.75	0.93	5.68	0.94	.539	0.616	0.556	-
İlkeli Lider Öz Algısı	6.17	0.79	5.99	1.17	.139	1.483	18.879	-
Kararlı Lider Öz Algısı	5.52	1.16	5.56	1.11	.792	-0.264	1.050	-
Kendine Güvenen Lider Öz Algısı	5.18	1.04	5.05	1.15	.357	0.923	1.026	-

S.D. (Serbestlik Derecesi) = 267 Oynuyor=1, Oynamıyor=2

Tablo 3 incelendiğinde, dijital oyun oynama durumuna göre yalnızca *güç* ve *başarı* boyutlarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Oyun oynayan grubun söz konusu boyutlardaki ortalamaları, oynamayan gruba kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksektir. Buna karşılık bağlanma, düşünme, katılımcı liderlik, ilkeli liderlik, kararlı liderlik ve kendine güvenen liderlik boyutlarında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Gerçekleştirilen fark analizinin akabinde değişkenler arası ilişkinin incelenmesi için korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir (bkz. Tablo 2).

Tablo 4. Değişkenler Arası İlişkiler (Dijital Oyun Oynayanlar)

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8
1 Güç	4.81	1.20	-							
2 Başarı	4.90	1.33	.341***	-						
3 Bağlanma	5.44	1.05	.112	.276***	-					
4 Düşünme	5.23	1.05	.358***	.389***	.231**	-				
5 Katılımcı Lider Öz Algısı	5.75	.930	.304***	.351***	.487***	.334***	-			
6 İlkeli Lider Öz Algısı	6.17	.794	.140	.256***	.511***	.349***	.655***	-		
7 Kararlı Lider Öz Algısı	5.52	1.17	.371***	.334***	.251**	.402***	.510***	.411***	-	
8 Kendine Güvenen Lider Öz Algısı	5.18	1.05	.507***	.483***	.294***	.472***	.555***	.360***	.658***	-

p* < .01 - *p* < .001

Tablo 4 incelendiğinde değişkenler arasındaki ilişkilerin pozitif yönde olduğu görülmektedir. En yüksek katsayılı ilişkinin güç motivasyonu ile kendine güvenen lider arasında olduğu bulunmuştur ($r=.507$; $p<.001$). En düşük katsayılı ilişki ise bağlanma motivasyonu ile kararlı lider arasındadır ($r=.251$; $p<.01$).

Tablo 5. Liderlik Öz Algısı Boyutlarına İlişkin Açıklanan Varyans Değerleri (Dijital Oyun Oynayanlar)

Bağımlı Değişken	R ²	Alt Sınır	Üst Sınır
Katılımcı Lider Öz Algısı	0.336	0.220	0.452
Kendine Güvenen Lider Öz Algısı	0.430	0.313	0.539
İlkeli Lider Öz Algısı	0.319	0.205	0.436
Kararlı Lider Öz Algısı	0.257	0.148	0.374

Tablo 5 incelendiğinde, Temel Motivasyon Kaynakları'nın Liderlik Öz Algısı'nın dört boyutunu farklı düzeylerde açıkladığı görülmektedir. Bu doğrultuda model; Katılımcı Liderlik Algısı boyutunu %33,6 ($R^2=.336$), Kendine Güvenen Liderlik Algısı boyutunu %43,0 ($R^2=.430$), İlkeli Liderlik Algısı boyutunu %31,9 ($R^2=.319$) ve Kararlı Liderlik Algısı boyutunu %25,7 ($R^2=.257$) oranında açıklamaktadır.

Tablo 6. Yol Analizi Sonuçları (Dijital Oyun Oynayanlar)

Bağımsız D.	Bağımlı Değişken	Tahmin	S.H.	Alt	Üst	β	z	p
Bağlanma		.357	.058	.241	.472	.401	6.079	***
Güç	Katılımcı Lider Öz Algısı	.133	.046	.042	.224	.171	2.892	.004
Başarı		.092	.049	-.005	.190	.131	1.848	.065
Düşünme		.113	.062	-.009	.236	.128	1.810	.070
Bağlanma		.136	.061	.016	.257	.136	2.231	.026
Güç	Kendine Güvenen Lider Öz Algısı	.283	.055	.171	.392	.323	5.110	***
Başarı		.194	.052	.091	.297	.246	3.713	***
Düşünme		.227	.065	.098	.356	.228	3.450	***
Bağlanma		.338	.050	.238	.438	.446	6.669	***
Başarı	İlkeli Lider Öz Algısı	.026	.042	-.056	.109	.044	.629	.529
Düşünme		.172	.052	.069	.276	.228	3.278	.001
Bağlanma		.151	.078	-.001	.304	.135	1.939	.053
Güç	Kararlı Lider Öz Algısı	.223	.068	.089	.359	.229	3.257	.001
Başarı		.109	.066	-.020	.240	.125	1.654	.098
Düşünme		.265	.083	.101	.430	.239	3.176	.001

*** $p<.001$; Not: İlkeli Lider- Güç arasındaki ilişki anlamlı olmadığı için analize dahil edilmemiştir.

Tablo 6’da yer verilen en yüksek etki katsayıları, liderlik öz algısı boyutları bağlamında değerlendirildiğinde; bağlanma motivasyonunun, ilkeli liderlik öz algısı ($\beta = .446$, $p < .001$) ve katılımcı liderlik öz algısını ($\beta = .401$, $p < .001$) etkilediği görülmektedir. Güç motivasyonu, kendine güvenen liderlik öz algısı ($\beta = .323$, $p < .001$) üzerinde etkisi anlamlıdır. Bunların yanı sıra düşünme motivasyonu da kararlı liderlik öz algısı ($\beta = .239$, $p = .001$) üzerinde diğer temel motivasyon kaynaklarına kıyasla daha yüksek bir etkiye sahiptir.

Araştırmada gerçekleştirilen nicel analizle birlikte, oyun oynayan bireylerin oyun deneyimleri sırasında ne hissettikleri de değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, katılımcılara *“En fazla zaman harcadığınız dijital oyunu düşündüğünüzde, bu oyunun sizde en çok hangi duyguları uyandırdığını belirtiniz.”* şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Elde edilen nitel veriler ise oyun deneyiminde öne çıkan duygu temel alınarak; bağlanma, güç, başarı ve düşünme değişkenlerinin her biri için, ilgili değişkenin diğer üç değişkenden daha yüksek skora sahip olduğu durumlar Jamovi istatistik programında sırasıyla filtrelenmiştir (Örnek: *başarı > güç and başarı > düşünme and başarı > bağlanma*). Yapılan filtreleme sonrasında ifadeler; her bir motivasyon türü için ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

- *Başarı motivasyonu* ortalamaları, diğer motivasyon türleri (güç, bağlanma, düşünme) ortalamalarına kıyasla daha yüksek olan katılımcıların ifadeleri incelenmiştir. Bu katılımcılara göre dijital oyunların, sadece bir eğlence aracı olarak görülmesinin yanı sıra bireysel gelişimlerini görebildikleri ve dijital oyun ortamlarının kendilerini kanıtlayabilme imkânı sunduğuna dair değerlendirme yaptıkları belirtilebilir. Katılımcıların *“Başarıma hissimi tatmin ediyor”*, *“Level atladıkça mutlu ediyor”* ve *“Oyun kazandıkça tatmin oluyorum”* ifadeleri bağlamında, oyunda elde ettikleri başarıyı; bir içsel tatmin ya da mutluluk kaynağı olarak değerlendirdikleri ifade edilebilir. Dolayısıyla bu bireyler için oyunun asıl duygunun, elde edilen başarıdan gelen mutlulukta olduğu söylenebilir.
- *Güç motivasyonu* diğer motivasyon türleri (başarı, bağlanma, düşünme) ortalamalarına kıyasla daha baskın olan katılımcıların oyun deneyimi incelendiğinde; oyun deneyiminin onlar için kendi iradeleriyle olaylara yön verebildikleri ve çevreleri üzerinde nüfuz sahibi oldukları bir hakimiyet alanı olarak değerlendirildiği belirtilebilir. Bu katılımcıların *“Oyunu kontrol edebildiğimi hissettiriyor”*, *“Rakipleri yenmek bana haz veriyor”* ve *“Diğer oyuncuların beni ciddiye alması hoşuma gidiyor”* şeklindeki ifadeleri, bu kişilerin oyun içindeki eylemlerini basit bir

oyun hamlesi olarak değil, statü kazanma ya da güçlerini ispat etme biçimi olarak gördükleri ifade edilebilir. Bu kapsamda, söz konusu bireylerin oyundan aldıkları duygunun, oyunun akışından çok kurdukları otorite ve hissettikleri gücün sağladığı tatmin duygusuna dayandığı söylenebilir.

- Bağlanma motivasyonu ortalamaları, diğer motivasyon türleri (başarı, güç, düşünme) ortalamalarına kıyasla daha yüksek olan katılımcılar için dijital oyunların, sosyal temas kurabildikleri ve birliktelik duygusunu deneyimleyebildikleri bir alan olarak anlam kazandığı söylenebilir. Katılımcıların “*Arkadaşlarla oynayınca daha çok zevk alıyorum*”, “*Birlikte vakit geçirmek iyi geliyor*” ve “*Yalnız hissetmiyorum*” ifadeleri bağlamında, oyun sırasındaki etkileşimi; bir sosyalleşme ya da duygusal destek kaynağı olarak değerlendirdikleri belirtilebilir. Dolayısıyla bu bireyler için esas noktanın; rekabetten ziyade oyun içerisinde başkalarıyla bağ kurulmasında ve birlikte zaman geçirilmesinde olduğu ifade edilebilir.
- Düşünme motivasyonu ortalamaları, diğer motivasyon türleri (başarı, güç, bağlanma) ortalamalarına kıyasla daha yüksek olan katılımcıların ifadeleri incelendiğinde; katılımcılara göre dijital oyunların bir eğlence aracı olarak görülmesinin yanı sıra, zihinsel olarak meşgul olabildikleri ve problem çözme becerilerini kullanabildikleri bir ortam olarak anlam kazandığı belirtilebilir. Katılımcıların “*Strateji kurmak hoşuma gidiyor*”, “*Nasıl kazanacağımı düşünmek keyif veriyor*” ve “*Oyunu oynarken tamamen odaklanıyorum*” ifadeleri bağlamında, oyun esnasındaki düşünsel süreci; bir zihinsel uyarılma ya da bilişsel tatmin kaynağı olarak değerlendirdikleri ifade edilebilir. Dolayısıyla bu bireyler için oyundan elde edilen duygunun, doğrudan sonuca ulaşmaktan gelmediği çıkarımında bulunulabilir. Onlar için asıl değerli olanın, strateji kurma safhasında, oyunun içinde kalmakla ve zihinsel akışı yakalamakla ilgili olduğu söylenebilir.

Yukarıda verilen bilgilerle birlikte oyun oynayan bireylerin, ifadelerinden elde edilen anahtar kavramlara Tablo 7’de yer verilmiştir.

Tablo 7. Temel Motivasyon Kaynaklarına Göre Anahtar Kavramlar, Oyun Türleri ve Oyunlar

Temel Motivasyon Kaynakları	Anahtar Kavramlar	Oyun Türü (Oyunlar)
Başarı - Güç	Rekabet, Hırs, Kazanma, Level Atlama, Liderlik, Kontrol	MOBA, FPS, Battle Royale (LoL, DotA, Counter Strike, PUBG)
Başarı - Güç	Öfke, Nefret, Sinir Krizi, Toksik Olma	Spor Oyunları (FIFA)
Başarı - Güç	Ekonomik Getiri	
Bağlanma	Arkadaşlar, Takım, Aynı Ortam, Sosyalleşmek, Paylaşım	Casual (Farmville, Puzzle)
Düşünme	Strateji, Sabır, Planlama, Öğrenme	Strateji (Civilization, Football Manager) Hayatta Kalma-Sandbox (The Long Dark, Minecraft)
Ortak Bağlam	Stres Atma, Kafa Dağıtma, Rahatlatma, Zaman Geçirme	Tüm Oyun Türleri

Tablo 7’de dijital oyunların ortaya çıkardığı duygulara yönelik anahtar kavramlara yer verilmiştir. İlgili tablo incelendiğinde başarı ve güç motivasyonunun sadece rekabet veya liderlikten ibaret olmadığı, aynı zamanda öfke gibi duygusal tepkileri ve ekonomik beklentileri de barındırabildiği görülebilir. Buna karşılık bağlanma motivasyonunun; arkadaşlık, paylaşım, sosyalleşme ve aidiyet hissi üzerinden değerlendirildiği ifade edilebilir. Düşünme motivasyonu ise sabır ve strateji gerektiren zihinsel bir keşif süreci olarak değerlendirilebilir. Bunlarla birlikte oyun oynamaya yönelik ortak paydanın yaşamın stresinden uzaklaşma ve rahatlama ihtiyacı olduğu belirtilebilir. Bunların yanı sıra katılımcıların beyan ettikleri oyunlar dikkate alındığında, çevrimiçi çok oyunculu savaş arenası (MOBA) ve birinci şahıs nişancı (FPS) türündeki oyunların daha çok rekabet, kazanma ve kontrol duygularıyla ilişkilendirildiği görülmektedir. Rol yapma (RPG) ve strateji türündeki oyunlar ise planlama, keşif ve yoğun düşünsel süreçler gerektiren yapılarıyla öne çıkmaktadır. Casual oyunlar; günlük rahatlama, paylaşım ve birlikte vakit geçirme bağlamında değerlendirilmiştir. Spor ve hayatta kalma (survival-sandbox) türündeki oyunların, plan yapmayı, sabırlı olmayı, strateji kurmayı ve öğrenmeyi gerektiren bir oyun deneyimi sunduğu ifade edilebilir.

4. Değerlendirme ve Sonuç

Bu çalışmada dijital oyun oynayan ve oynamayan öğrenciler arasında, söz konusu değişkenler açısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı analiz edilmiştir. Ayrıca dijital oyun oynayan üniversite öğrencilerinin temel motivasyon kaynaklarının, liderlik öz algılarını ne düzeyde etkilediği incelenmiştir. Bunlarla birlikte farklı motivasyon profillerine sahip bireylerin oyun deneyimini nasıl anlamlandırdıkları değerlendirilmiştir.

Fark analizi bulguları güç motivasyonu bağlamında incelendiğinde; oyun oynayan bireylerin oynamayanlara kıyasla daha yüksek bir ortalamaya sahip olması, bu bireylerin çevreleri üzerinde etki oluşturma ve yönlendirme arzularıyla ilişkilendirilebilir. Literatürde güç motivasyonu; bireyin başkalarını etkileyerek belirli bir yönde davranış sergilemelerini sağlama (Robbins ve Judge, 2017, s. 210) ve mevcut olayların akışını değiştirerek bir fark oluşturma isteği (Huczynski ve Buchanan, 2013, s. 779) olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, dijital oyun dünyasının; kontrol edilebilir ortam, karar alma alanları ve yönetme mekanizmaları sunması hasebiyle, *etki etme arzusu* yüksek bireyler için tatmin edici bir deneyim imkânı verdiği ifade edilebilir. Dolayısıyla dijital oyun oynayan bireylerin daha yüksek güç motivasyonuna sahip olmaları; onların liderlik etme, yönlendirme ve kontrol sahibi olma eğilimleriyle bağdaşan bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Nitekim dijital oyunların; bireye bir dünyayı yönetme, bir takımı komuta etme ya da olayların gidişatını belirleme imkânı tanıdığı bilinmektedir. Çünkü oyun ortamında kontrol büyük ölçüde oyuncudadır.

Başarı motivasyonuna yönelik fark analizinden elde edilen bulgular; dijital oyun oynayan bireylerin zorlu görevlerin üstesinden gelme ve performans gösterme konusunda daha istekli olduklarını göstermektedir. Antalyalı ve Bolat (2017, s. 86)'ın ifade ettiği üzere başarı motivasyonu; bireyin karmaşık görevleri başarma, engelleri aşma ve kendi performans standartlarını yükseltme çabasıyla ilişkilidir. Dijital oyunların yapısında yer alan rekabet, seviye atlama ve beceriye dayalı görevler, başarı motivasyonu yüksek bireylerin *kendini aşma arzusunun* sürekli olarak besleyen bir yapı sunmaktadır. Birçok dijital oyunun doğasında engelleri aşma, seviye ilerletme ve rakipleri geride bırakma dinamikleri bulunmaktadır. Bu yönüyle *daha iyisini yapma* ve *mükemmelliğe ulaşma* motivasyonu baskın olan bireyler için dijital oyunların, başarı duygusunu deneyimleyebilecekleri bir alan oluşturduğu söylenebilir.

Diğer fark analizi bulgularına göre; bilişsel süreçler ve sosyal ilişki kurma açısından gruplar (dijital oyun oynayan ve oynamayanlar) arasında belirgin bir fark görülmemektedir. Bu doğrultuda dijital oyun oynama etkinliği açısından; güç ve başarı motivasyonlarının daha öne çıkan bir pozisyonda

oldukları söylenebilir. Dijital oyun oynayan bireylerin çoğunlukla belirli bir hedefe ulaşma, rekabet etme ve çevre üzerinde etki kurma eğilimleri sergilemelerinin; bu motivasyonların, oynanan oyunların sunduğu temalar ve mekaniklerle doğrudan ilişkili olduğu belirtilebilir. Nitekim oyun türleri (özellikle MOBA ve FPS türündeki oyunlar) bağlamında bu duyguların açığa çıkmasının beklenen bir durum olduğu çıkarımı yapılabilir. Bu bağlamda da oyun deneyiminin, bireylerin güç ve başarı motivasyonlarıyla ilgili bir alan olarak değerlendirilebileceği ifade edilebilir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda *dijital oyun oynayan bireyler* bağlamında yapılan yol analizi sonuçlarına göre;

- Bireylerin *katılımcı ve ilkel liderlik öz algılarının* en önemli yordayıcısının *bağlanma motivasyonu* olduğu görülmüştür. Bu ilişki, insan ilişkilerini önceleyen bireyler, kendilerini şeffaf ve etik değerlere bağlı bir lider profiliyle özdeşleştirmektedirler. Bu kişiler açısından liderlik; ekibiyle sosyal bir birliktelik sürdürmek, verdiği sözü tutmak ve arkadaşları için fedakârlık yapmak gibi değerlere öncelik vermekle bağlantılı olarak değerlendirilmektedir.
- Bireylerin *kendine güvenen lider öz algılarının* en önemli yordayıcısı, *güç ve başarı motivasyonlarıdır*. Bu ilişki; kontrol kurma ve zorlukları aşma arzusuyla tanımlanan bireylerin, kendilerini duruşundan emin, otoritesini hissettiren ve inisiyatif alabilen güçlü bir lider profiliyle özdeşleştirdiklerini göstermektedir. Bu kişiler açısından liderlik; yönetim süreçlerinde tereddütten uzak bir otorite tesis etmek, diğerlerini etkilemek ve üstün performans sergilemek gibi, kişinin kendi kapasitesine duyduğu inançla bağlantılı unsurlar üzerinden değerlendirilmektedir.
- Bireylerin *kararlı liderlik öz algılarının* en önemli yordayıcısı *düşünme motivasyonudur*. Bu ilişki, olayları duygusal tepkiler yerine zihinsel bir süzgeçten geçiren bireylerin, analitik yetkinliklerine güvenerek kendilerini belirsizlik anlarında net kararlar alabilen bir yönetici profiliyle özdeşleştirdiklerini göstermektedir. Bu kişiler açısından liderlik; karmaşık durumları bir mantık silsilesi içinde analiz etmek, kararları somut nedenlere dayandırmak ve bilişsel süreçlerin sağladığı netlikle tereddütten uzak bir yönetim sergilemekle bağlantılı olarak değerlendirilmektedir.

Dijital oyun oynayan bireylerin “*En fazla zaman harcadığınız dijital oyunu düşündüğünüzde, bu oyunun sizde en çok hangi duyguları uyandırdığını belirtiniz.*” sorusuna verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde;

- Başarı motivasyonu yüksek bireyler için oyunlar; seviye atlama, kazanma ve ilerlemenin somut biçimde gözlemlenebildiği, bireyin kendini aşma ve performansını kanıtlama imkânı sunan bir alan oluşturmaktadır.
- Güç motivasyonu yüksek bireyler açısından; oyun içi kontrol sağlama, rakipler üzerinde etki kurma ve statü kazanma gibi fırsatlar/olanaklar, bireyin etki etme ve yönlendirme arzusunu tatmin eden bir deneyime dönüşmektedir.
- Bağlanma motivasyonu yüksek bireyler açısından dijital oyunlar; sosyal ilişkiler kurma, kabul görme ve aidiyet hissetme gereksinimini karşılayan bir etkileşim ortamı olarak değerlendirilmektedir.
- Düşünme motivasyonu yüksek bireyler açısından; strateji kurma, problem çözme ve zihinsel odaklanma süreçlerini barındıran dijital oyunlar, anlama ve anlamlandırmayı aktif hale getiren ve bilişsel tatmin sağlayan bir kaynak olarak görülmektedir.

Dijital oyunlar, bireylerin farklı rolleri deneyimleyebildikleri zengin ancak homojen olmayan bir sosyal zemin sunmaktadır (Akgöl, 2024). Bu zeminin, bazı oyuncular için güç mücadelesinin yaşandığı bir alan, bazıları için ilerleme ve başarıyı simgeleyen bir basamak, bazıları için aidiyetin kurulduğu bir buluşma noktası, bazıları içinse stratejik düşünmenin ön plana çıktığı zihinsel bir oyun ortamı olarak anlam kazanması söz konusudur. Bu noktada dijital oyun oynama alışkanlığının, iş dünyasında rol alan/alacak aday veya çalışanların çalışma ortamına uyum sağlamasını kolaylaştıran yetkinlikler kazandıracağı da düşünülebilir. Çünkü dijital oyunlar, içerdiği görevler ve koordinasyon gereklilikleri sayesinde bireylerin takım çalışmasına, sosyal ilişkilere ve ortak başarı hedeflerine daha yatkın olmalarını sağlama potansiyeli taşımaktadır. Bunlarla birlikte oyunlardaki karmaşık senaryoların, hızlı değişen koşullara adaptasyon, planlama ve hafıza gibi bilişsel kapasiteleri geliştirme ihtimali de söz konusudur. Ayrıca oyun süreçlerinde karşılaşılan başarısızlıklarla başa çıkma ve görevi tamamlama arzusunun, çalışanlara sorun çözme konusunda azim ve deneme cesareti kazandırabileceği ifade edilebilir. Oyun içi topluluklarda üstlenilen rollerin de potansiyel liderlik ve yönetsel becerilerin gelişimine zemin hazırlayabileceği söylenebilir.

5. Kaynakça

- Akgöl, O. (2024). Oyun okuryazarlığı ve (dijital) oyunlar üzerine bir değerlendirme. *Medya Okuryazarlığı Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 45-57.
- Antalyalı, Ö. L. ve Bolat, Ö. (2017). Öğrenilmiş ihtiyaçlar bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeği'nin geliştirilmesi, güvenilirlik ve geçerlik analizi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 83-114.
- George, D., and Mallery, P. (2024). *IBM SPSS statistics 29 step by step: A simple guide and reference*. Routledge.
- Hinton, P. McMurray, I., and Brownlow, C. (2014). *SPSS explained* (2nd edition). Routledge.
- Huczynski, A. A., and Buchanan, D. A. (2013). *Organizational behaviour* (8th ed.). Pearson.
- Huizinga, J. (1995). *Homo ludens: Oyunun toplumsal işlevi üzerine bir deneme* (1. Baskı). Kılıçbay. M. A. (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Scott Foresman.
- Meydan, C. Ş. ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları* (2. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Özbek, O. & Kızılyallı, M. (2017). Lisans öğrencilerinin liderlik davranışlarına ilişkin öz algıları: Ölçek geliştirme çalışması. *Journal of Human Sciences*, 14(4), 4112-4122.
- Özkul, R. F. (2021). Dijital oyun oynayanların kişilik ve değerleri: Z kuşağı üzerine bir araştırma [Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi
- Robbins, S. P., and Judge, T. A. (2017). *Örgütsel davranış* (14. basım). İ. Erdem (Çev.). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Schumacker, R., and Lomax, R. (2015). *A beginner's guide to structural equation modeling (4th Edition)*. Routledge.
- Tor, H. ve Irmak, T. Y. (2022). Dijital oyun fenomeninin sosyolojisi. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(12), 1798-1817. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1160>
- Yengin, D. (2012). *Dijital oyunlarda şiddet* (1. Baskı). Beta Yayınları.