

T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
OYUN TASARIMI ANABİLİM DALI

KAMU YARARI FAALİYET GÖSTEREN DERNEKLERDE UYGULANAN
OYUNLAŞTIRMA FAALİYETLERİNİN GÖNÜLLÜLER ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİNİN BİR DİLEK TUT DERNEĞİ “DİLEK YILDIZIM SENSİN”
PROJESİ ÖZELİNDE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
UMUT YAŞAR İNAN

İSTANBUL 2025

T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
OYUN TASARIMI ANABİLİM DALI

KAMU YARARI FAALİYET GÖSTEREN DERNEKLERDE UYGULANAN
OYUNLAŞTIRMA FAALİYETLERİNİN GÖNÜLLÜLER ÜZERİNDEKİ
ETKİLERİNİN BİR DİLEK TUT DERNEĞİ “DİLEK YILDIZIM SENSİN”
PROJESİ ÖZELİNDE İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
UMUT YAŞAR İNAN

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÇAKIR AKER

İSTANBUL 2025



BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

03/01/2025

YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Program Adı:	Oyun Tasarımı Anabilim Dalı
Öğrencinin Adı Soyadı:	Umut Yaşar İnan
Tezin Adı:	Kamu Yararı Faaliyet Gösteren Derneklerde Uygulanan Oyunlaştırma Faaliyetlerinin Gönüllüler Üzerindeki Etkilerinin Bir Dilek Tut Derneği "Dilek Yıldızım Sensin" Projesi Özelinde İncelenmesi
Tez Savunma Tarihi:	03.01.2025

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları yerine getirmiş olduğu Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tarafından onaylanmıştır.

Doç. Dr. Yücel Batu SALMAN
Enstitü Müdürü

Bu Tez tarafımızca okunmuş, nitelik ve içerik açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak yeterli görülmüş ve kabul edilmiştir.

	Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmza
Tez Danışmanı:	Dr. Öğr. Üyesi Çakır AKER	Bahçeşehir Üniversitesi	
2. Üye (Kurum İçi):	Dr. Öğr. Üyesi Ertuğrul SÜNGÜ	Bahçeşehir Üniversitesi	
3. Üye (Kurum Dışı):	Doç. Dr. Uğur KAPLANCALI	Yeditepe Üniversitesi	



Bu tezdeki tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak elde edildiğini ve sunulduğunu; ayrıca bu kuralların ve ilkelerin gerektirdiği şekilde, bu çalışmadan kaynaklanmayan bütün atıfları yaptığımı beyan ederim.

Ad, Soyad: Umut Yaşar İnan

İmza:

ÖZET

KAMU YARARI FAALİYET GÖSTEREN DERNEKLERDE UYGULANAN OYUNLAŞTIRMA FAALİYETLERİNİN GÖNÜLLÜLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN BİR DİLEK TUT DERNEĞİ “DİLEK YILDIZIM SENSİN” PROJESİ ÖZELİNDE İNCELENMESİ

İnan, Umut Yaşar

Oyun Tasarımı Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Çakır Aker

Ocak 2025, 46 sayfa

Oyunlar medeniyetin başlangıcından beri insanlığın yoldaşı ve bireylerin kolektif bir bilinç geliştirmesine yardımcı olmuş öğelerin başında gelmektedir. Bireysel oynanan oyunlardan, çok kişi ile birlikte oynadığımız oyunlara kadar, geçmişten günümüze oyun kavramı adeta canlı bir organizma gibi değişip gelişmesine devam etmiştir. Oyunların tarihsel serüvenini de düşündüğümüzde, ortak bir çabayla oynanan oyunların insanları birleştiren yapısı, oyunların çok kuvvetli bir iletişim aracı olduğuna vurgu yapmaktadır.

Günümüz teknolojilerini de göz önünde bulundurarak, oyunların bir iletişim dili olarak değerlendirilmesi, çeşitli kurum ve kuruluşların da dikkatinden kaçmamış ve bu kuruluşlar oyun ve oyunlaştırma unsurlarını kurumlarının gelişimi için uygun bir aktör olarak kullanmaya başlamışlardır. Bu duruma kamu yararına faaliyetler gösteren dernekler de kayıtsız kalmamış, oyun ve oyunlaştırma unsurlarının kullanımı ile kurumsal yapılarına güç katmışlardır.

Kamusal alanda çalışan bu derneklerde oyun ve oyunlaştırmanın yerini saptamak, oyunlar ve oyunlaştırma kavramına olan bakış açımızı zenginleştirecek önemli bir unsurdur. Komünite etkisinin de çok fazla hissedildiği bir alan olan kamu yararı gözetilen vakıf ve derneklerde, iletişim kavramı özelinden bakılarak bilhassa sosyal ve kültürel sınırların görece daha şeffaf olduğu yeni medyaya sahip

dünyamızda, oyunlar ve oyunlaştırma unsurlarının alternatif bir iletişim modeline dönüşüp dönüşmediği noktasının değerlendirilmesi elzem öneme sahiptir. Bu araştırmada kamu yararı gözetilen derneklerde oyunlaştırma unsurlarının kullanımının hem iletişimle olan bağlantıları hem de gönüllü motivasyonuna olan katkısı incelenecektir. Bu inceleme ülkemizin önemli derneklerinden biri olan; *Make A Wish (Bir Dilek Tut) Derneği* özelinde, oyunlaştırma faaliyetlerine bir inceleme niteliğinde olacak ve ülkemizdeki diğer derneklere de gelecekte tatbik edilecek oyunlaştırma uygulamaları ile ilgili yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Oyun, Oyunlaştırma, İletişim, Sivil Toplum



ABSTRACT

EXAMINATION OF THE EFFECTS OF GAMIFICATION ACTIVITIES IMPLEMENTED IN NON-PROFIT ORGANIZATIONS ON VOLUNTEERS A CASE STUDY OF MAKE A WISH FOUNDATION'S “YOU ARE MY WISH STAR” PROJECT

İnan, Umut Yaşar

Master’s Program in Game Design

Supervisor: Dr. Çakır Aker

January 2025, 46 pages

Since the beginning of civilization, games have been companions to humanity and have played a crucial role in helping individuals develop a collective consciousness. From individually played games to those involving multiple participants, the concept of games has continuously evolved like a living organism. Considering the historical journey of games, their ability to unite people through collaborative play highlights their powerful function as a means of communication.

Taking contemporary technologies into account, the evaluation of games as a communication medium has not gone unnoticed by various institutions and organizations. These entities have begun to incorporate game and gamification elements as effective tools for their institutional development. Similarly, nonprofit organizations engaged in public interest activities have also recognized the potential of game-based and gamification strategies to strengthen their institutional structures.

Identifying the role of games and gamification in such public-oriented organizations is crucial for enriching our perspective on these concepts. Given the strong sense of community in nonprofit organizations that serve the public interest, it is essential to assess whether games and gamification elements have transformed into an alternative communication model, particularly in today’s world of new media, where social and cultural boundaries are increasingly fluid.

This study examines the integration of gamification elements within nonprofit organizations by focusing on both their communicative functions and their impact on volunteer motivation. Specifically, it analyzes the gamification initiatives of one of Turkey's prominent nonprofit organizations, the Make-A-Wish Foundation (Bir Dilek Tut), offering insights that may serve as a reference for future gamification applications in other nonprofit organizations in the country.

Keywords: Game, Gamification, Communication, Civil Society



TEŐEKKÖR

Bu tez çalıŐmasının oluŐumunda, planlanmasında, araŐtırılmasında ve yÖrÖtÖlmesinde bilimsel bilgi ve tecrÖbeleriyle beni yÖnlendiren ve her zaman destek olan çok kıymetli tez danıŐman hocam Dr. ÖĞr. Üyesi akır AKER'e, tez sÖrecinde manevi desteğini her zaman arkamda hissettiğim MAKE A WISH TÖRKİYE Derneği alıŐan Ailesi ve gÖnÖllÖlerine, anneme, ablalarımaya, dostlarıma ve karakterimde birçok olumlu iz bırakan merhum babama sonsuz teŐekkÖr ederim.



İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
TEŞEKKÜR.....	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLOLAR LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
Bölüm 1.....	1
1.1 Giriş	1
Bölüm 2.....	3
Oyun Ve İletişim.....	3
2.1 Oyunu Anlamak	3
2.2 Oyunlar Ve İletişim	4
2.3 Oyunsal Unsurlar	6
2.4 Kamu Yararı Faaliyet Gösteren Dernekler Ve Gönüllülük.....	6
Bölüm 3.....	8
Oyunlaştırma.....	8
3.1 Oyunlaştırma Nedir	8
3.2 Motivasyon, Oyunlaştırma Teorileri Ve Akış.....	9
3.3 Bir Oyunlaştırma Modeli Olarak D6.....	12
Bölüm 4.....	15
Dilek Yıldızım Sensin Projesi.....	15
4.1 Bir Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Make A Wish (Bir Dilek Tut) Türkiye Derneği Özelinde; Oyunlar Ve Kültür.....	15
4.2 Dilek Yıldızım Sensin Projesi.....	17
4.3 Proje Öncesi Uygulanan Anket.....	18
4.4 Proje Sonunda Uygulanan Anket.....	18
Bölüm 5.....	19

Yöntem.....	19
5.1 Araştırma Modeli.....	19
5.2 Evren Ve Katılımcılar	19
5.3 Verilerin Toplanması.....	20
5.4 Veri Analizi Ve Projedeki Sınırlılıklar	20
Bölüm 6.....	22
Bulgular.....	22
6.1 Genel Düşünce	22
6.2 Anket Verileri.....	23
6.3 Uygulama Verileri	33
6.4 Gönüllü Görüşleri	36
Bölüm 7.....	42
Sonuç Ve Tartışma.....	42
Bölüm 8.....	46
Öneriler	46
KAYNAKÇA.....	47
EKLER.....	50
A. Anket Formu.....	51

TABLÖLAR LİSTESİ

TABLÖLAR

Tablo 1_Katılımcıların Eğitim Durumlarını Karşılaştırma Tablosu.....	24
Tablo 2 Gönüllülük Sürelerinin Karşılaştırma Tablosu.....	24
Tablo 3 Dernek Gönüllülerinin Motivasyon Kaynağı Tablosu.....	25
Tablo 4 Gönüllü Çalışmalarda Etkili Olan İçsel, Dışsal Ve Sosyal Motivasyon Kaynakları Tablosu.....	26
Tablo 5_Oyunlaştırılmış Bir Etkinliğin Dernek Projelerine Olan İlgiyi Artırma Etkisinin Karşılaştırma Tablosu.....	27
Tablo 6_Oyunlaştırma Uygulamasının Gönüllüler Üzerinde Rekabet Teşviği Tablosu.....	27
Tablo 7_Liderlik Tablosunun Motivasyon Üzerindeki Etkisini Gösteren Tablo	28
Tablo 8_Oyunlaştırılmış Aktivitelerin Sıkıcılığın Dair Gönüllü Algı Tablosu.....	29
Tablo 9_Görev Tamamlama Algısının Gönüllüler Üzerindeki Etki Tablosu.....	29
Tablo 10_Oyunlaştırılmış Aktivitelerde Çaba Gösterme Eğilimi Tablosu.....	30
Tablo 11_Gönüllülerin Proje Sonrası Mutluluk Eğilim Tablosu.....	30
Tablo 12_Gönüllülerin Aitlik Duygu Düzeyi Araştırma Tablosu.....	31
Tablo 13_Katılımcıların Derneğin Hedefleri Ve Değerleri İle Uyum Sağlama Tablosu.....	32
Tablo14_Dernek İçindeki Dostluk İlişkilerinden Memnuniyet Tablosu.....	32
Tablo 15_Projelerdeki Eğlenceli Unsurların Derneğe Bağlılık Üzerindeki Etki Tablosu.....	33

ŞEKİLLER LİSTESİ

ŞEKİLLER

- Şekil 1 Dilek Yıldızım Sensin Projesi Kapsamında Oluşan 2024 Kasım Ayı Sonu Liderlik Ve Rozet Tablosu22
- Şekil 2 2024 Ekim Ve Kasım Ayları, Etkinlik Türlerine Göre Değişim Tablosu.....34
- Şekil 3 2024 Ekim Ve Kasım Ayları Kıyaslaması, Genel Görünüm.....36



Bölüm 1

Giriş

Yüzyıllardır toplumları ve medeniyeti şekillendiren en önemli unsurlardan biri olan oyunlar, bir iletişim biçimi olarak değer görmesi ve oyun teknolojilerinin ilerlemesiyle hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Gelecekte bu durumun daha da artacağı ve oyunların hayatımızın her alanında yer alacağı öngörüsü, beni bu araştırmayı yapmaya yönelten önemli etkenlerden biridir. Öyle ki insanlar sosyal varlıklardır ve iletişim hayatımızın doğumdan ölüme kadar her safhasında olmazsa olmaz bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayatımızın tüm evrelerini çevremizle iletişim halinde geçiririz. Oyunlar da insanlığın, sistemli ve veya sistemsiz düşünmeye başladığı ilk andan itibaren, bilişsel başarılarımızı ve analitik zekamızı kuvvetlendiren, iletişimsel gücümüzü ön plana çıkartan ve insani değerler kazanmamıza yardımcı olan en önemli unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmıştır. Geçmişten günümüze birçok oyun, hem strateji hem iletişim hem de zeka geliştirici bir sistem aracı olarak hayatın her alanında kendisine önemli yerler edinmiştir.

Oyunlar, bireylerin kolaylıkla yüz yüze etkileşimde bulunduğu uğraşlar olması sebebiyle, iletişim kavramı için çok önemli bir yere sahiptir. İnsan faktörü dışında hiçbir gereksinim olmadan, tek başına bile bir iletişim aracı olarak değerlendirilebilecek sistemler olan oyunların kolektif yapısı gereğince, kamusal alan ve özel alan kavramları içerisindeki öneminin saptanması, beslediği noktaların tespit edilmesi ve hakkının teslim edilmesi, toplumda oyunlara ve oyunsal unsurlara olan bakış açılarının zenginleşmesi için önem arz etmektedir. Tam da bu noktada oyunların hayatımızın her alanına girmesiyle pek çok kurum, oyunların bu zengin yapısını insan kaynakları ve iletişim alanında da kurumlarına entegre etmeye çalışmış, bir çok oyunlaştırma unsurunu projelerine dahil etmiştir. Dernekler de yüz yüze iletişimin etkin bir şekilde kullanıldığı ve bu iletişim sürecine oyunlaştırma unsurlarının kimi zaman dahil edildiği kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ian Bogost'un "The Gameful World" adlı kitabı içerisinde yer alan; "Hizmet sağlayıcılar ve danışmanlar, oyunlaştırmayı müşterilerine gelecekte gözardı edemeyecekleri bir trend olarak tanıtarak fikirlerine ve vaatlerine odaklanabildiler." (Walz ve Deterding) sözleri, iletişim gücü çok kuvvetli olan oyunlaştırma kavramının,

kurumlar için öneminin farkedilmesine olanak sağlarken, geçmişten günümüze çeşitli Őekillerde kurum ve kuruluşlarda çokça başvurulan oyunlaştırma faaliyetlerinin, bireyleri birbirlerine ve kurumlarına bağlayan önemli bir iletişim aracı olarak değerlendirilebilirliğinin yanında oyunlaştırma kavramının, kamusal alan içerisinde bulunan kamu yararı derneklerdeki sosyal fonksiyonuna da işaret etmektedir. Yapılacak bu çalışma sayesinde hem oyunlaştırma kavramının kamusal alanda faaliyet gösteren derneklere olan yararı hem de oyunlaştırma unsurlarının iletişim kavramı içerisindeki etkisi daha anlamlı bir biçimde ortaya konulabilir.

Bu çalışmayla ortaya konmak istenen oyunlaştırma uygulamalarının, kamusal alan kavramı içerisinde yer alan kamu yararına faaliyet gösteren derneklerdeki işlevini tespit etmek olacaktır. Tespit edilecek bu sosyal fonksiyon, oyunlar, oyunlaştırma ve iletişim kavramlarının ilişkiselliğini daha iyi anlamamıza yardımcı olacak ve oyunlaştırma kavramının, derneklerin kurumsal faaliyetleri içerisinde yapacakları çalışmalar için de faydalı bir kaynak olacaktır.

Bölüm 2

Oyun Ve İletişim

2.1 Oyunu Anlamak

Oyun kavramını anlamak geçmişten günümüze sadece oynanan oyunların ne olduğu ile ilgili değil, oyunun farklı boyutlarını ve derinliklerini kavramayı da gerektirir. Oyun kavramı kültürel ve tarihsel bağlamda çeşitlilik gösterebilir, ancak temel özellikler olarak kurallı yapısı, oyuncu etkileşimi ve hedefe ulaşma, oyunların ortak unsurları olarak düşünülebilir. Oyunlar belirli bir amaca ulaşmayı ya da bir problemin çözümünü hedefleyen etkileşimli süreçlerdir. Oyun, 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 hayattan “başka türlü olmak” bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir (Huizinga, 2006).

Oyunlar, serbest zamanın ve özgürlüğün bir ifadesidir. Oyun, gerçeklikten kaçış sağlar ve belirli kurallarla sınırlı bir alan içinde özgür bir şekilde hareket etmeyi mümkün kılar (Caillois, 1958). Oyunlar, toplumların kültürel ve tarihsel bağlamlarını da yansıtır. Eğlenceli vakit geçirmeye hizmet eden her şey, kültür endüstrisinin tüm o unsurları, kültür endüstrisinden çok önce de vardı. Şimdi bunlar tepeden kavranıp zamanımızla aynı seviyeye getirilerek güncelleniyor (Adorno, 2011) diyen Theodor Adorno'nun bu sözlerini, kültürün temel taşlarından biri olan ve değişen dinamik yapısıyla ön plana çıkan oyunlar için de kabul etmek mümkündür. Oyun kavramını anlamak için oyunların kökenine bakmak gerekir. Oyun, toplumsal yapının bir mikrokozmosudur (Caillois, 2001) diyen Fransız Sosyolog ve araştırmacı Roger Caillois, oyunlar ve oynama hali üzerine yazdığı “Man, Play And Games” adlı kitabı ile oyun kavramına farklı bakış açıları kazandırmış ve oyunların sosyal fonksiyonu üzerine özellikle vurgu yapmıştır. Oyun, belirli bir zaman diliminde kurallara bağlı olarak gerçekleştirilen, serbest ve keyfi bir etkinliktir. Bu etkinlik, hem oyuncuların hem de toplumsal yapının içinde buldukları durumdan ayrılmalarını sağlar (Caillois, 2001) sözleri, beraberce oynanan oyunların insanları bir araya getirme işlevi üzerine bize fikir verirken, oyunların aynı zamanda bizi sürükleyen ve içine alan kültürel bir

olgu olmasına da değinmiştir.

Her toplumun oyunları o toplumun kendi değerlerini ve tarihini içerir. Bu durum oyunların kültürel mirasın bir parçası olarak nasıl işlendiğini, toplumsal değişimle nasıl evrildiğini ve oyunların kültür ile olan ilişkisini bize anlatan en önemli göstergedir. Basitçe bakıldığında oyun her toplum için; bireylerin belirli kurallar çerçevesinde eyleme döktüğü, genellikle eğlenceli ve rekabetçi faaliyetler bütünü olarak düşünülse de oyun kültürden daha eskidir. Nitekim, kültür kavramını ne kadar daraltsak da, bu kavram her halükârda bir insan toplumunun varlığını gerektirir ve hayvanlar kendilerine oyun oynamalarını öğretmesi için insanın gelmesini beklememişlerdir (Huizinga, 2006) diyen Huizinga'nın oyun kavramı hakkındaki bu görüşleri, oyunların bize ne kadar derinlikli ve köklü bir anlam sunduğunu da göstermektedir. Oyunlar, birçok toplumsal ritüelin ve törenin bir parçası olarak ortaya çıkmış ve bu ritüellerin bir yansıması olmuştur. Dini törenlerde gerçekleştirilen birçok ritüel, zamanla oyun biçimine bürünmüş ve bu oyunlar törenlerin sosyal yaşamdaki yeri açısından büyük önem taşımıştır (And, 2012). Böylece oyunlar, sosyal etkileşimi derinleştirirken, bireylerin ve toplumun duygusal ve kültürel gelişimlerine de katkıda bulunmuştur.

Oyun, belirli kurallar altında, kendi kendine belirlediğimiz zorlukları aşarak hedefe ulaşmayı amaçlayan bir etkinliktir (Suits, 2012). Suits'in bu tanımı, oyunun hedeflenen amaca ulaşma çabasını ve bu sürecin belirli kurallar çerçevesinde gerçekleştiğini vurgular. Oyunlarda hem hedef belirleme hem de bu hedefe ulaşmak için kullanılan kurallar oyun kavramını daha iyi anlamamız için yardımcı olmaktadır.

2.2 Oyunlar Ve İletişim

İletişim, bireyler ya da gruplar arasında bilgi, düşünce ve duyguların aktarım sürecidir. Bu süreç, sözel ve sözel olmayan unsurları içeren çeşitli sembolik etkileşimlerle oluşturulur. İletişim, bireyler arasında bilgi, düşünce ve duyguların bir kanal aracılığıyla iletilmesi sürecidir. İletişim faaliyeti bir anlam yaratma faaliyetidir ve bu süreç belli bir tarihsel ve toplumsal bağlam içerisinde gerçekleştirilir (Yaylagül, 2006). Dolayısıyla iletişim, kültürel ve sosyal unsurlardan etkilenen dinamik bir yapıdır. Bu yönüyle sadece bilgi alışverişi değil, aynı zamanda ilişkileri kurma aracı olarak da önemli rol oynar. Kişiler arasında kurulan iletişimsel ilişkilerde, iletişimde bulunan insanların sahip oldukları inanç, tutum ve davranışlar önemli bir yere sahiptir

(Yaylagül, 2006).

İletişim, bireyler arasında anlam ve duygu paylaşımını sağlarken, oyunlar bu paylaşımın sosyal ve anlamsal boyutlarını zenginleştirir. Oyun kişiler arası bir etkileşim alanı sunarak, katılımcıların farklı roller üstlenmesini ve bu katılımcıların iletişimin tarafları olmasından kaynaklı etkileşim süreçlerini boyutlandırır. Teknolojinin de gelişmesi ile oyunlar daha çok hayatımızda yer edinmiş ve çeşitli medya araçları ile bizi daha çok sarmalayan bir boyuta evrilmiştir. McLuhan'ın deyişiyle yazılım donanımı, bu güne kadar yaptığından daha yoğun bir biçimde çeşitlenmeye başladı. Yazılım donanımı çeşitliliğinde nihai sonuç, özel hatırdır. Çeşitlilikte bir sonraki adım, yalnızca dağıtıcı olmayacak, aynı zamanda eyleşimsel olacaktır (McLuhan, 1988). Teknolojik gelişimin günümüz iletişim araçlarını etkilememesi neredeyse imkansızdır. Bu bağlamda oyunları etkileşimli bir iletişim aracı olarak değerlendirdiğimizde, teknolojinin oyunların her alanında yer edindiğini görürüz. Bir kurum içinde ya da kurumlar arasında ve aynı zamanda kurum ile paydaşları arasındaki karşılıklı bilgi alışverişi için politika oluşturma ve yönlendirme anlamındaki stratejik iletişimi oyunlaştırma açısından ele almak, günümüzün dijitalleşen dünyasında kurumların içinde buldukları çevrenin değişen dinamikleri açısından değerlendirilmelidir (Sepetçi, 2022).

Toplumsal iletişim gayesinde olan kuruluş ve örgütler son dönemlerde oyunlaştırmayı bir fırsat olarak görmeye başlamış ve bu akıma katılmışlardır. Zira toplumsal iletişimde hedeflenen bilinç kazandırma veya bilgi aktarım çabası oyunlaştırma ekseninde son derece dikey grafikler oluşturabilmektedir. Bunun sebebi ise oyun sistematigi içinde yer alan kurgunun başarılı olması halinde oyuncu veya katılımcı üzerinde büyük etki bırakabilmesidir. Toplumsal iletişim amaçlı oyunlaştırma vakalarını sıkça gördüğümüz alanların başında sosyal sorumluluk projeleri yer almaktadır. Fakat bu tip projelerde bütçe küçüklüğünden kaynaklanan sebeplerle genellikle yazılım aşamasından feragat edilerek fikir bazlı oyunlaştırma sistematigi sunulmaktadır (Bayraktar, 2015). Ayrıca oyun ve oyunlaştırma süreci sırasında gerçekleştirilen etkileşim ve iletişim, hem sözlü hem de sözsüz biçimlerde gerçekleşebilir. Bu durum iletişim halinde bulunan oyuncuların birbirleriyle olan ilişkilerini güçlendirir. Böylece, oyun içi iletişim, taraflar arasındaki sosyal etkileşimi derinleştirirken, bireylerin duygusal ve bilişsel gelişimlerine de katkıda bulunur. Oyunlar, aynı zamanda, oyunculara risk alma, işbirliği yapma ve sorun çözme fırsatları

vererek, iletişim becerilerini geliştirme olanağı da sağlar.

2.3 Oyunsal Unsurlar

Oyun belli bir yer, zaman ve irade sınırları içinde, âşık bir düzene uygun olarak, serbestçe rıza gösterilen kurallara uyularak, maddi yarar ve gereklilik alanının dışında cereyan eden bir faaliyettir (Huizinga, 2006). Oyunsal unsur kavram ise; oyunun kurallarının, oyuncunun eylemlerinin ve bu eylemlerin kurallarla olan ilişkilerinin tüm bileşenlerini kapsar (Suits, 2012). Bernard Suits bu sözleri ile oyunsal unsurları tanımlarken, oyunun içindeki temel taşları ve oyuncunun bu temel taşlarla etkileşimine vurgu yapmıştır. Suits “Çekirge” isimli eserinde oyunun öğelerini; amaç, amaca ulaşmak için gerekli araçlar, kurallar ve lusorik tavır (Suits, 1995) olarak belirtmiştir. Yazarın bu düşüncesi, oyun kavramının unsurlarını ve bu unsurların derinliğini ifade eder. Oyunsal unsurlar, oyunun dinamiklerinin ve kurallarının, oyuncunun oyun içindeki davranışları ve stratejileri ile nasıl etkileşime girdiğini bize anlatır. Oyunsal unsur, oyunun iç yapısını ve oyuncunun bu yapıya nasıl dahil olduğunu anlamak için çok önemli bir araçtır. Suits’e göre oyunsal unsurlardan bazıları şunlardır:

Kural; oyuncuların hangi eylemleri yapabileceklerini ve hangi eylemlerin oyunun sınırları içinde yer almadığını belirleyen bir yönerge dir.

Hedef; oyuncunun oyunda ulaşılması gereken nihai sonuç ya da başarı kriteridir.

Zorluk; oyuncunun hedefe ulaşabilmesi için aşması gereken engeller ve mücadelelerdir.

Oyuncu; oyunun kuralları ve hedefleri doğrultusunda eylemlerini yönlendiren ve oyunun deneyimini şekillendiren bireydir (Suits, 2012).

Tüm bu oyunsal unsurlar, oyuncunun oyun içindeki eylemlerinin kurallarla nasıl uyum sağladığını gösteren dinamiklerdir. Oyunsal unsurlar, oyuncunun oyun içinde kendi eylemlerinin ve stratejilerinin oyun kuralları çerçevesinde nasıl organize olduğunu anlamamıza yardımcı olur.

2.4 Kamu Yararı Faaliyet Gösteren Dernekler Ve Gönüllülük

Sosyal sorumluluk bilinci ile kamu yararı faaliyet gösteren dernekler günümüzde insan hakları, eğitim, sağlık ve çevre bilinci gibi pek çok farklı alanda çalışmalar

yürüten çeşitli örgütlenmelerdir. Bu tip kurumlara kar amacı gütmeyen kuruluşlar da denilmektedir. Sosyal sorumluluk, insan hayatını korumak ve onun içinde bulunduğu çalışma alanlarının şartlarını yaşanabilir kılmaktır. Bunlar sağlandığında, kurumların içinde bulunduğu toplumun hayat seviyesi iyileşir. Bu iyileşme beraberinde ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı da getirmektedir (Başer, 2015). Yardım kuruluşları ve sivil toplum örgütleri, kamusal alanın genişlemesi ve demokratik tartışmaların teşvik edilmesi açısından kritik bir rol oynar. Bu kuruluşlar, kamu yararı için çalışarak bireylerin kamu meseleleri hakkında bilinçlenmelerini ve bu meseleler üzerinde düşünmelerini sağlar (Habermas, 2003). Sosyal sorumluluk ve sosyal bilinç alanında faaliyet gösteren bu derneklerin dinamikleri insan faktörüne dayandığı için kurumsal ve bireysel iletişimin de her zaman ön planda olduğunu görürüz. Kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz (Habermas, 2015). Kamusal alan, bir toplumun özel bireylerinin kendi özel çıkarlarını göz ardı ederek, ortak kamu menfaatlerini tartışmak ve bu doğrultuda kararlar almak üzere bir araya geldikleri bir alan olarak anlaşılmalıdır (Habermas, 2003).

Gönüllülük ise kişilerin toplumsal sorumluluk anlayışı doğrultusunda, herhangi bir maddi karşılık beklemeden katıldıkları faaliyetler olarak tanımlanabilir. Bu kavram, bireylerin öznel motivasyonlarını ön plana çıkartırken, aynı zamanda sosyal bağların ve iletişimin güçlenmesine de katkı sağlar. Gönüllülük, bireylerin toplumsal sorumluluk anlayışıyla, çıkar gözetmeksizin bilgi, zaman, beceri, deneyim ve kaynaklarını kendi özgür iradeleriyle bir sivil toplum kuruluşunun amacı doğrultusunda kullanmaları (Yaman, 2003) olarak da tanımlanabilir. Kamu yararı faaliyetler yürüten bu tip derneklerdeki gönüllü etkinlikler, bireylerin kişisel gelişimlerini destekler ve toplumsal sorunlara dair farkındalığı da artırır. Bu tür organizasyonlar, kamusal alanın bir parçası olarak, devletin ötesinde bir sivil toplum yapısı sunar ve toplumsal tartışmalara katkıda bulunur. Bu katkı, kamu politikalarının şekillendirilmesinde etkili olabilir ve kamusal alanın demokratik işleyişini destekler (Habermas, 2003).

Bölüm 3

Oyunlaştırma

3.1 Oyunlaştırma Nedir

Oyunlaştırma kavramı, oyun tasarımı tekniklerinin oyun dışı bağlamlarda kullanılmasıdır (Bogost, 2006). Araştırmacı Sebastian Deterding gamification / oyunlaştırma kavramını şu şekilde tanımlamıştır: Oyunlaştırma oyun tasarım öğelerinin oyun dışı bağlamda kullanılmasıdır. Deterding'e göre oyunlaştırmanın dört bileşeni vardır. Oyun: Oyunsal etkileşimin dışında oyunsal tasarıma sahip bir ürün. Öge: Bir oyunun tüm kurallarını değil, ancak belli bir bölümünü işaret eder. Oyun dışı bağlam: Oyunların normal, beklenen eğlence amacı dışında bir içeriğe sahip bağlamıdır. Tasarım: Oyun dışı teknolojiler ya da geniş oyun ekoloji pratikleri için kullanılan bir terimdir (Bayraktar, 2015).

Oyunlaştırma, oyunsal unsurların oyun dışı alanlara uygulanarak etkileşimi, motivasyonu, öğrenmeyi ve davranış biçimi değişikliğini amaçlayan bir tasarım sürecidir. Kevin Werbach oyunlaştırmayı; "Oyunlaştırma, oyun elementlerinin oyun tasarım konseptlerinin oyun olmayan alanlarda kullanılmasına denir." şeklinde tanımlamış, 2012 yılında yapılan bu tanımın yer aldığı kitapta Werbach, oyunlaştırmanın akademik alanda yeni bir kavram olduğundan bahsetmiştir (Bayraktar, 2015). Oyunlaştırma kullanıcılarla oyun bağlamında ve oyun mekaniği kullanarak, sorun çözme amacıyla iletişim kurmasıdır (Zichermann, 2011). Bu kavram, belirli bir amaca ulaşmak için kullanıcıların katılımını teşvik eder ve onlara eğlenceli bir deneyim sunmak için planlanır. Oyunlaştırma sistemi kuran kişiler tarafından, oyun mekaniklerini oyun dışı süreçlere entegre ederek, ulaşması istenen düşüncenin toplumsal düzeyde etki görmesini sağlar. Oyunlaştırma çalışmaları, normalde oyun olarak görülmeyen çeşitli aktivitelerin daha basit, eğlenceli ve ilgi çekici hale getirilmesi için hazırlanan düzeneğe verilen isimdir. Özellikle 2008 yılından itibaren, kimi kaynaklara göre 2000'lerin başı olarak tarihlendirilmekte, alan yazınına girmiş, temeli dijital gelişmelere ve daha çok dijital oyuna dayanmaktadır (Deterding, 2011).

Oyunlaştırma, genellikle puanlama sistemleri, rozetler, liderlik tabloları ve

görevleri tamamlama gibi ögeleri içerir. Oyunlaştırma, teknik puanlama, başkalarıyla rekabet, lider panoları, rozetler, eğlenceli ve ilgi çekici görevler ile bir dijital ortam sağlamak için oyun bileşenlerini kullanır (Burke, 2014). Sistem bu unsurlar aracılığıyla bireylerin davranışlarına yön vermeyi ve bireyler üzerinde bir davranış değişikliği amaçlar. Ayrıca, sosyal etkileşim ve rekabet unsurları ile kullanıcıların bağlılık düzeyini artırarak, kullanıcı motivasyonuna katkı sağlama amacı güder. Oyunlaştırma kavramı, içerisinde çeşitli unsurlar da barındırır. Ünlü oyun araştırmacıları Werbach ve Hunter oyunlaştırma kavramını daha net anlamak için üç bileşenden oluşan bir oyunlaştırma modeli ortaya atmıştır. Bunlar; dinamikler (dynamics), mekanikler (mechanics) ve bileşenler (components) olarak adlandırılır. Bir oyunlaştırma faaliyetinin sağlıklı bir biçimde oluşturulabilmesi için dinamiklerin, mekaniklerin ve bileşenlerin uyumlu bir araya getirilmesi gerekmektedir. Dinamikler: Piramidin en üstünde yer alan, oyunlaştırma tasarımının genelini etkileyen ve kurgusunu oluşturan en soyut unsurlardır. Kısıtlamalar, duygular, hikayeleştirme, ilerleme ve ilişkiler gibi unsurlar dinamikler için örnek verilebilir. Mekanikler: Kullanıcı katılımını sağlayan ve eylemi öne çıkaran unsurlardır. Meydan okuma, ödül kazanımı, işbirliği ve yarışma, şans faktörü gibi unsurlar mekanikler için örnek verilebilir. Bileşenler: Kullanıcıların arayüz tasarımında gördüğü ve etkileşime geçtiği mekanik ve dinamiklerin çıktılarıdır. Avatarlar, rozetler, puanlar, sanal eşyalar, liderlik tablosu, seviyeler gibi unsurlar bileşenler için örnek verilebilir (Sezgin, 2018).

Oyunlaştırmanın etkili olması için yapılacak tasarımın sadece oyun mekaniği değil, aynı zamanda kullanıcı deneyimini de dikkate alması ve anlamlı olması gereklidir. Bu durum oyunlaştırma sistemlerinde, oyunun oynanabilmesi için katılımcının motivasyonunun sağlanmasında önemli bir etmen olabilir. Oyunlaştırmanın etkili bir biçimde uygulanması, hedef kitlenin ihtiyaçları ve motivasyon kaynakları göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmelidir.

3.2 Motivasyon, Oyunlaştırma Teorileri Ve Akış

Oyunların hem endüstri hem de akademi açısından genel önemi hızla artmaktadır, ancak oyuncu deneyiminin değerlendirilmesi aşağıdaki sorunlar nedeniyle karmaşık hale gelmiştir: (1) Oyuncu deneyimi ve oynanabilirlik üzerine literatür çok geniş değildir; (2) oynanabilirlik için ortak bir tanım yoktur ve video oyunlarında oynanabilirliği değerlendirmek için sezgisel yöntemler konusunda bir

fikir birliği yoktur; ve (3) araştırmacılar farklı yaklaşımlar uygular ve bu nedenle değerlendirme için farklı sezgisel yöntemler sunar (Aker, 2017). Oyuncular, eğlencede istemli olarak yer alan ve onu tüketen katılımcılardır. Oyuncular aktiftirler, seçimler yaparlar, oyuna maddi veya manevi yatırım yaparak bağlanırlar ve potansiyel kazananlardır (Fullerton, 2004).

Oyunlaştırma uygulamalarında da öncelikle oyunun oynanması için oyuncunun motivasyonunun sağlanması gerekmektedir. Bir amaca ulaşmak için sahip olunan motivasyon belirli bir anda sahip olunan ihtiyaçlar, güdüler ve hedefler gibi kişisel faktörlerin yanısıra fırsatlar ve teşvikler gibi durumsal faktörlerden etkilenir (Bostan, 2022). Ayrıca rekabet ortamı yaratmak, eğlence sunmak ve başarı hissini yaşatmak gibi bileşenler sayesinde oyuncunun oyuna bağlanması sağlanır. Oyunda bariz bir kazanma amacı olmasına rağmen, oyuncuların kendilerine karşı benlik mesafesi koyarak rekabet olsa da eşit şartlar altında bir zaferi yeğlediklerini vurgulamıştır (Sennet, 2013). Bireylerin rekabetçi yapısını ve kollektif yaşam bilincine bağlılığını birleştiren yapılar oyunlaştırma sürecinde önemlidir. Farklılıklarını ve eylemlerini göstermek için başkalarının varlığına ihtiyaç duyan birey, diğerleriyle uyum içinde birlikte yaşamaktadır (Arendt, 2016).

Çeşitli teşvik ve motivasyon araçları ile oyunlaştırma uygulamasının hedeflerine ulaşabilmesi için kullanıcının bu süreçten zevk alması sağlanır. Kullanıcının alacağı bu zevk, kişinin oyuna devam etme isteğini ve kazanma arzusunu artıracaktır. Motivasyon, bireyin içinden gelen güçlerle belirli hedeflere erişmek için istendik davranışlar oluşturmak (Keser, 2006) olarak kabul görür. Motivasyon kavramı için dilimizde; güdülenme, isteklendirme, teşvik etme gibi kavramlar kullanılmaktadır (Karaköse ve Kocabaş, 2006). Oyuncuların motivasyon unsurları dışsal faktörlere bağlı olduğu kadar içsel nedenlere ve mutluluğa da bağlı olabilir. “Mutluluk” hissi dört özel beyin kimyasından gelir: dopamin, endorfin, oksitosin ve serotonin. Bu “mutlu kimyasallar”, beyin tarafından hayatta kalmamıza yarayan bir Şey gördüğünde salgılanır. Sonra salgılama durur ve iyi bir Şey yolumuza çıktığında yeniden salgılanmak üzere beklerler. Her mutlu kimyasal farklı bir hissi tetikler:

Dopamin, ihtiyacınız olan Őeyleri bulduğunuzda hissettiğiniz keyfi üretir. “Evreka! Buldum!” hissi.

Endorfin, acıyı fatketmenizi engeller. Öfori ya da coşku, zindelik hissi olarak da

bilinir.

Oksitosin, başkalarıyla güvende olma duygusunu üretir. Bağ kurmakla ilişkilidir.

Serotonin, başkaları tarafından saygı görme duygusunu üretir. Gururla ilişkilidir (Breuning, 2018).

Dolayısıyla bir oyunlaştırma uygulamasının başarılı olabilmesi için, sadece oyun mekanikleri değil, bu mekaniklerin kullanıcı davranışları üzerindeki etkileri, oyunsal motivasyon ve mutluluk unsurları da dikkate alınmalıdır, iyi bir oyunlaştırma projesinde katılımcıya mutluluk getiren unsurlar, motivasyonunu da etkileyecektir.

Bu bağlamda motivasyon kadar önemli bir diğer unsur da oyuna tutunmaktır. Yazar Mihaly Csikszentmihalyi'nin sanat ve oyun camiasında dikkat çeken teorisiyle hayatımıza kazandırdığı akış kavramı, bir kişinin bir aktiviteye tamamen daldığı ve bu süreçte kendini kaybettiği bir zihinsel durum olarak tanımlanır. Akış, kişinin kendini tamamen etkinlik içinde kaybetmesi, zamanın hızla geçtiğini hissetmesi ve yüksek derecede tatmin duygusu yaşamasıdır (Csikszentmihalyi, 2017). Akış durumu, kişinin dikkatinin tamamen o anki aktiviteye odaklandığı ve bu süreçte kendini tam anlamıyla o aktivitenin içinde bulduğu bir deneyim olarak değerlendirilir. Bu durumda, kişi kendini ve etrafındaki dünyayı unutacak kadar etkinliğe odaklanır (Csikszentmihalyi, 2017). Akış deneyimi genellikle, kişinin yetenekleriyle karşılaştığı zorluklar arasında mükemmel bir denge kurabilmesiyle ortaya çıkar. Kişi, etkinlik sırasında beceri gerektiren ve aynı zamanda da anlamlı bir hedefe yönelik çaba içinde bulunur, bu durum kişide bir tatmin duygusu oluşmasını sağlar.

Csikszentmihalyi, oyunların ve akış deneyiminin birbirini en iyi şekilde destekleyen unsurlar olduğunu vurgular. Oyunlar, belirli hedefler ve kurallar çerçevesinde yapılandırılmıştır, belirli mekanikleri ve zorluk seviyeleri vardır, bu durum kişilerin akış deneyimi yaşamalarını kolaylaştırır. Oyunlar, bireylerin becerilerini kullanarak belirli hedeflere ulaşmalarına olanak tanır ve bu süreçte yoğun bir odaklanma ve tatmin duygusu sağlar (Csikszentmihalyi, 2017). Oyunlar oyuncuların beceri seviyelerini zorlayarak özellikle kullanıcılar için akış deneyimini destekleyen, eğlenceli ve anlamlı hedefler sunar. Oyunlar, bireylerin gerçek dünya daki sorumluluklardan uzaklaşarak tamamen etkinliğe odaklanmalarına olanak tanır ve bu da akış deneyimini teşvik eder (Csikszentmihalyi, 2017). Oyunlaştırma

uygulamalarında bu tür bir deneyimin ortaya çıkmasını teşvik etmek için zorluk ve beceri dengesini sağlamakla birlikte, oyuncuya yoğun bir odaklanma ve tatmin duygusu sunmak da önemlidir.

Oyun sistemlerinin angajmanlarının değerlendirilmesi için kullanabileceğimiz bir yaklaşım da kendini gerçekleştirme teorisidir. Kendini gerçekleştirme teorisine göre spor ve oyunlar için içten gelen motivasyon esas motivasyon şeklidir. İçten gelen motivasyonu yaratan ya da yok eden üç temel etken vardır; otonomi, yeterlilik ve ilişkililik. Temelde eğer bir oyun sistemi tasarımı bu üç faktörü sağlarsa ya da sağladığı algısı yaratırsa, oyuncunun içten gelen motivasyonu artacak ve bu angajmana neden olacaktır. Otonomi duygusu, oyuncu istediğini yapmaya özgür olduğu algısına sahip olduğunda ve yönergeler fazla kontrolcü olmadığında ortaya çıkacaktır. Yeterlilik, oyuncu yetenek seviyesine göre zorlandığında ve pozitif geri dönüş aldığı anda oluşur. İlişkililik ise, bir insanın diğer insanlarla ilişki içinde olması durumunda hissettiği duygudur (Bayraktar, 2015).

Stanford Üniversitesi'nden araştırmacı B.J. Fogg 2009 senesinde, Fogg Davranış Modelini ortaya koymuştur. Model, ağırlıklı olarak davranış değişikliğine yol açan elementleri ölçmeyi amaçlamış ve sonuç olarak bir davranış değişikliğinin oluşması için şu 3 elementin aynı anda görülmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Bunlar: Motivasyon, yetenek ve tetiklemedir (Bayraktar, 2015).

3.3 Bir Oyunlaştırma Modeli Olarak D6

Oyunlaştırma sistemleri bir tür deneyim alanıdır; içinde tıpkı oyunlar gibi kurallar, hedefler ve sınırlar barındırır, bu sınırlar da oyuncuya bir bakıma eğlenceli bir keşif deneyimi sunar. Bu sınırlar içinde insanlar kendilerini ifade ederken aynı zamanda toplumsal olarak da sosyalleşirler. Oyunlaştırma ciddi oyunlar, eğitsel oyunlar, oyunbaz etkileşimler ve oyun temelli teknolojiler ile yakından ilişkili, üzerine pek çok tartışmanın yürütüldüğü; dijitalleşme ile birlikte hayatın her alanında karşımıza çıkan bir kavramdır. Oyunlaştırma en genel anlamda “oyun tasarımı öğelerinin oyun dışı bağlamlarda kullanımı” (Deterding vd., 2011) olarak tanımlanmaktadır (Sepetçi, 2022).

Oyunlaştırma tasarım sürecinde, doğru mekaniklerin seçiminin kullanıcı üzerindeki etkileri ve bu sürecin nasıl yönetileceği çok önemlidir. Öncelikle dijital

oyun tasarımlarından hareketle, çeşitli uzmanlar tarafından geliştirilmiş modeller, oyunlaştırma tasarımcıları için rehberlik etmektedir. Eğitimden pazarlamaya bir çok alanda tasarımcılar “Octalysis”, “Kanca” ya da “SAPS” ödüllendirme modelleri gibi çeşitli oyunlaştırma yöntemleri kullansa da bu modeller arasında en dikkat çekici olanlardan biri Werbach ve Hunter’in 2012 yılında yayınladıkları çalışmalarında önerdikleri D6 oyunlaştırma modelidir. Araştırmacılar bu modelin, altı temel aşamadan oluşması ve her aşamasının da İngilizce’de "D" harfi ile başlaması sebebiyle modele, D6 Modeli adını vermişlerdir. Bunlar sırasıyla; iş hedefleri belirleme (define business objectives), hedef davranışları belirleme (delineate target behaviors), oyuncuları belirleme (describe your players), etkinlik döngüsü belirleme (device activity loops), eğlenceyi işe koşma (don’t forget the fun) ve uygun araçları belirleme (deploy appropriate tools) şeklinde belirtilmiştir. Oyuncuların tasarlanan oyunun akışında kalmaları için gerekli olan araç gereçleri kullanmak, bunları çeşitlendirmek ve web 2.0 araçlarından faydalanmak önemlidir (Werbach & Hunter, 2015).

1. *İş hedeflerinin belirlenmesi:* Oyunlaştırmanın ilk adımında, hedeflerin net bir şekilde belirlenmesi gereklidir. Bu hedefe yönelik olarak, potansiyel oyuncuların motivasyonlarını artırmak ve önceden var olan olumsuz düşüncelerini değiştirmek için çaba sarf edilmelidir.
2. *Hedef davranışların belirlenmesi:* Hedefler belirlendikten sonra bu aşamada, hedeflere ulaşmak için hangi davranışların yapılması gerektiğini belirlemektir.
3. *Oyuncuların türlerinin belirlenmesi:* Bir oyunlaştırma uygulamanın kullanıcıları, genellikle kullanıcı veya oyuncu olarak tanımlanır. Sistemdeki her bireyin ve grubun kendine özgü nitelikleri bulunur, bu nedenle uygulamayı kullanacak hedef kitlenin iyi tanınması ve doğru bir şekilde analiz edilmesi şarttır.
4. *Etkinlik döngüsünün tasarlanması:* Oyuncuların belirlenen hedefler doğrultusunda davranışlarını yalnızca bir kez değil, sürekli olarak sergilemeleri önemlidir. Dördüncü aşamada tasarımın sürekliliği ve devamlılığı için yöntemler belirlenir.
5. *Eğlenceyi işe koşma:* Oyunlaştırılmış sistemin kullanıcı tarafından isteyerek

kullanılabilmesi için mutlaka motive olmaları ve eğlenceli bir deneyim yaşamaları gerekmektedir. Bu nedenle beşinci aşamada sistemdeki oyuncu türleriyle uyumlu eğlence unsurlarının da uygulamaya dahil edilmesi, büyük önem taşımaktadır.

6. *Uygun araçları belirleme:* Eğlence unsurlarını sürece dahil ettikten sonra son adım; eğlenceli, kullanıcıyı motive eden, davranış döngüleri oluşturan ve hedeflere ulaşmayı sağlayan uygun oyun aracının seçilmesidir.

Oyunlaştırma sistemleri genellikle puanlar, rozetler, liderlik tabloları ve görev tamamlama gibi pekiştireçler kullanarak oyuncunun davranışlarını etkilemeyi ve kalıcı bir davranış değişikliğini amaçlar. Nitekim takviyeler ve pekiştirmeler davranışların tekrarını teşvik eder. Diğer yandan tatmin edici sonuçlara yol açan davranışların, tekrarlanan veya devam eden davranış değişikliklerine yol açma olasılığı daha yüksektir. Başarılı bir oyunlaştırma uygulamasında istenen sonuçların tekrarlanmasını içermesi nedeniyle pekiştirmelerin ve duyguların motivasyon unsuru haline gelmesi aracılığıyla, istenen sonuçlar davranışa veya alışkanlıklara dönüşür (Sepetçi, 2022).

Bölüm 4

Dilek Yıldızım Sensin Projesi

4.1 Bir Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Make A Wish (Bir Dilek Tut) Türkiye Derneği Özelinde; Oyunlar Ve Kültür

Çalışmanın bu bölümünde ülkemizde kamu yararına faaliyet gösteren derneklerden biri olan; Make A Wish (Bir Dilek Tut) Türkiye Derneği için hazırladığım oyunlaştırma uygulaması özelinde gerçekleştirdiğim araştırma ve gözlemler yer almaktadır. Oyun, oyunlaştırma ve iletişim kavramlarını ayrı ayrı ele alarak bu kavramlar arasındaki bağa yurkarda değinmiştik. Oyun kavramını daha iyi anlayabilmemiz için Johan Huizinga'nın Homo Ludens kitabında yer alan; oyun, 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 hayattan 'başka türlü olmak' bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir (Huizinga, 2006) düşüncesi bize yardımcı olurken, oyunsal unsurlarla ilgili olarak da Bernard Suits'in Çekirge eserinde yer alan, bir oyunun öğeleri; amaç, amaca ulaşmak için gerekli araçlar, kurallar ve lusorik tavidir (Suits, 1995) görüşü, bu kavramlar arasındaki baği anlamlandırmamız konusunda bize yardımcı olacaktır.

Oyun kültürden daha eskidir (Huizinga, 2006) diyen Huizinga'nın düşünceleri, oyun kavramına olan bakış açımızı zenginleştirmektedir. Oyunlar ve kültür arasındaki kopmaz bağ ise bize, bütün dünya kültür endüstrisinin süzgecinden geçirilir (Adorno, 2011) diyen Theodor Adorno'nun söylemlerini hatırlatır. Eğlenceli vakit geçirmeye hizmet eden her şey, kültür endüstrisinin tüm o unsurları, kültür endüstrisinden çok önce de vardı. Şimdi bunlar tepeden kavranıp zamanımızla aynı seviyeye getirilerek güncelleniyor (Adorno, 2011) söylemi, kültür kavramı ile oyunlar arasında olan bağlantıyı anlamlandırmamızı kolaylaştırır. Oyunların toplumla, sosyolojiyle ve sanatla olan bağlantısı, kamusal alan kavramıyla olan bağlantısını da gözler önüne serer. Sennett'in "kamu" sözcüğü zamanla modern anlamını kazanmış ve dolayısıyla artık yalnızca aile ve yakın arkadaş kesimlerinden farklı konumu olan bir toplumsal yaşam bölgesi değil, görece çok çeşitli insanları içine alan, tanıdıklar ve yabancıların oluşturduğu kamusal alan anlamına da geliyordu (Sennett, 2013). Kamusal alan

kavramıyla, her şeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz (Habermas, 2015).

Araştırmamın bu kısmında merkezi İstanbul’da yer alan, Make A Wish Türkiye Derneği’nde yapılan gözlemlere yer verilecektir. Make A Wish Türkiye Derneği için hazırlanan oyunlaştırma projesinde, Kevin Werbach ve Dan Hunter tarafından geliştirilen D6 oyunlaştırma modeli adımları izlenmiştir. Hazırlanan pilot proje için bir web sayfası tasarlanmış ve dernek gönüllülerinin faaliyetleri sistemli bir organizasyon döngüsüne dönüştürülerek, bu uygulama aracılığıyla gönüllülerin organizasyona katılım verileri tutulmuştur. Proje başlamadan önce gönüllülere “Google form” uygulaması kullanılarak 20 sorudan oluşan bir anket düzenlenmiş, oyunlaştırma projelerinin gönüllülük faaliyetlerine olan etkisi ile ilgili düşünceleri öğrenilmiş, katılımcıların oyunlaştırma projesi öncesindeki gönüllülük faaliyetlerine olan iştirak düzeyleri belirlenmiştir. Gönüllülerin üzerinde uygulanan bu projeye oyunlaştırma kavramı ile ilgili farkındalık oluşturduktan sonra, hem organizasyonlara katılım seviyelerindeki değişiklikler incelenmiş, hem de aynı katılımcılara uygulanan son bir anketle oyunlaştırma projesinin, gönüllülerin bireysel motivasyonları ile ilgili önceki fikir ve tutumlarındaki değişikliklere odaklanılmıştır. Araştırmada ayrıca projeye katılan 6 gönüllü ile özel görüşmeler gerçekleştirilmiş, oyunlaştırma projelerinin gönüllüler üzerindeki etkisini daha da derinlemesine inceleme fırsatı edinilmiş ve yine bu görüşmelere araştırmada yer verilmiştir. Bu kuruluşlar, yıllardan beri bir çok gönüllünün insanlara yardım ettiği topluluklar olması sebebiyle, oyunlaştırma projelerinin iletişim kavramı ile olan bağı gözlemlememize olanak sunmuştur.

Oyunlaştırma uygulamaları için hazırlanan tasarımlara gelince; sanatsal süreç düzensizliğe, şekilsizliğe bir biçim vermeye çalışır ve çözülme de, nesnelere gidimli bir açıklık vermek isteyen bir usun cabasından başka bir şey değildir (Eco, 1992) diyen Umberto Eco, “Açık Yapıt” isimli eserinde oyunlar ve avangard sanatları iç içe gördüğünü açıkça belirtmiştir. Bu durum biçimsel ve estetik açıdan oyunlaştırma ve iletişim kavramlarının arasındaki bağı anlamamızı kolaylaştırır. Özellikle “İletişim faaliyeti bir anlam yaratma faaliyetidir ve bu süreç, belli bir tarihsel ve toplumsal bağlam içerisinde gerçekleştirilir. Kişiler arasında kurulan iletişimsel ilişkilerde, iletişimde bulunan insanların sahip oldukları inanç, tutum ve davranışlar önemli bir yere sahiptir (Yaylagül, 2006) sözleri ile Levet Yaylagül, kollektif bir süreç olan

oyunlar ve iletişimin birlikteliğini daha iyi kavramamıza yardımcı olmaktadır. Sistematik olarak birbirine bağlı olan oyun, oyunlaştırma ve iletişim kavramlarının arasındaki bağ, Make A Wish Türkiye Derneği için hazırlanan bu oyunlaştırma projesi kapsamında değerlendirilmiştir.

4.2 Dilek Yıldızım Sensin Projesi

1. *İş hedefleri belirleme (define business objectives)*: Oyunlaştırma uygulamaları bir problemden yola çıkmalıdır. Projemiz kapsamında istediğimiz nihai hedef dernek gönüllülerimizin, Make A Wish Türkiye Derneği'nce organize edilen etkinliklere katılım motivasyonunun yükselmesidir.

2. *Hedef davranışları belirleme (delineate target behaviors)*: Sadece ödüller dağıtım algısıyla yapılan bir oyunlaştırma uygulaması, bireylerde istenen davranış değişikliğine neden olmaz. Bu adımda iş hedeflerine giden yolda katılımcılarda istenen davranış değişikliklerine odaklanılmalıdır. Gönüllülerin dernek organizasyonlarına katılımı, dilek alım ve gerçekleştirme eyleminde bulunması, dernek standlarında aktif görev alması ve dernek ofisinde yürütülen çalışmalara yardım etmesi ve bu katılımın kalıcılığı önemli olan kısımdır.

3. *Oyuncu tiplerini belirleme (describe your players)*: Asıl hedefe giderken verilen görevleri ve davranışları herkes aynı motivasyonla yapamaz, bu katılım durumu içsel ve dışsal faktörler nedeniyle kişiden kişiye değişiklik gösterir. Bunun için gönüllülere pilot uygulama olarak hazırlanmış web sitesinde bir profil oluşturulmuştur.

4. *Etkinlik döngüsü belirleme (device activity loops)*: Bir davranışı deneyimlemek, öğrenmek için iyi bir adımdır ama oyunlaştırma o davranışı alışkanlık olarak kazandırabiliyorsa başarılı olmuş demektir. Etkinlik döngüsü içinde çeşitli ödüller kullanılabilir ancak dışsal ödül ortadan kalkıp, içsel olarak tatmine döndüğünde, kazandırılmak istenen asıl davranış belki de devamlı hale dönüşebilir. Dernek organizasyonları, standlar, dilek alım ve gerçekleştirmeleri düzenli hale getirilecektir.

5. *Eğlenceyi işe koşma (don't forget the fun)*: Oyunlaştırma projesini tasarlarken görünen kısımların eğlenceli ve ilgi çekici olması gerektiğini unutmamak gerekir. Liderlik tablosundan, rozetlerin tasarımına, oyuncuların birbirleri arasındaki ilişkiden,

ödüllerin adına kadar her detay üzerinde özenle çalışmak gerekir. Bu doğrultuda hedef kitlenin birbirlerine bahsedebileceği ilgi çekici eğlenceler bulunmalıdır. Katılım gösterilen etkinliklere göre çeşitli görevler belirlenmiştir, örneğin üç kez dilek alımı yapan gönüllülere “Dilek Perisi” rozeti, dernek organizasyonlarına, toplantılarına ve ofis gönüllülüğüne üç kez katılan kullanıcılara “Gülen Yüz” rozeti, ve üç kez dilek gerçekleştirmiş gönüllülere ise “Dilek Yıldızı” rozetleri verilmiştir. Değerlendirme üç kategori üzerinden gerçekleştirilmiş ve bu üç kategori ana faaliyetler olan; dilek alımı, dilek gerçekleştirimi ve diğer dernek organizasyonlarına katılım olarak belirlenmiştir. Dilek alma; 15 puan, dilek gerçekleştirme; 5 puan ve diğer organizasyonlara katılım; 10 puan üzerinden değerlendirilmiştir. Ayrıca her kazanılan rozet gönüllülere ekstra 20 puan olarak eklenmiştir.

6. *Uygun araçları belirleme (deploy appropriate tools)*: Bu adımda en basit hâliyle kullanılacak oyun mekanikleri, mekaniklerin kurguları ve altyapı seçimi gibi konular belirlenmelidir. Hazırlanan oyunlaştırma uygulaması için web sitesi oluşturulmuş, gönüllülerin organizasyonlara katılım bilgileri siteye düzenli olarak işlenmiştir. Bu site şu an kapalı devre olup, sadece istatistikleri tutma amaçlıdır. Puanları tüm kullanıcıların görmesi için site içindeki liderlik ve rozet tablosu 2024 Kasım ayı içerisinde 15’inde ve 2024 Aralık başında olmak üzere iki kez dernek vasıtasıyla gönüllülerle paylaşılmıştır.

4.3 Proje Öncesi Uygulanan Anket

Proje öncesi dernek gönüllülerine uygulanan anket için 20 soru hazırlanmıştır. Sorular, projeye katılım sağlayacak bireylerin; genel bilgilerinin, motivasyonlarının, etkileşim boyutlarının ve derneğe olan aidiyet duygularının düzeylerini ölçmeye yönelik hazırlanmıştır. Anket soruları sırasıyla ekte verilmiştir.

4.4 Proje Sonunda Uygulanan Anket

Proje sonunda uygulanan anket, proje öncesinde hazırlanan anketin ilk 20 sorusu itibariyle tamamen aynıdır. Böylece katılımcılarda proje sonunda oyunlaştırma kavramına dair bir bilinç oluşup oluşmadığı daha net anlaşılacak, eklenen son açık uçlu soru ile de katılımcıların düşüncelerine direkt olarak yer verilecektir. Eklenen son soru olan 21. soru da diğer sorular gibi ekte verilmiştir.

Bölüm 5

Yöntem

5.1 Araştırma Modeli

Bu çalışmanın verilerinin toplanması, sıralanması ve sonuçlarının analizi noktasında web tabanlı bir yazılım programından (Statistic & Data Analyst) destek alınmış, istatistiksel veri karşılaştırması yapılmış ve elde edilen bu bulgular ışığında sözel olarak çeşitli çıkarımlarda bulunulmuştur. Proje öncesi ve sonrasında uygulanan anketler detaylıca analiz edilmiş, verilen cevapların değişkenlik oranı birbiriyle kıyaslanmıştır. Buna ek olarak proje dahilinde incelenen 2024 Kasım ayı verilerini bir önceki ay olan 2024 Ekim ayı verileriyle kıyaslanmış, bu iki ay arasındaki, gönüllülerin eğilim ve davranışları gözlemlenmiş ve oyunlaştırma projesinin katılımcıların motivasyonları üzerindeki kolerasyonu değerlendirilmiştir.

Çalışmada ayrıca gönüllüler ile 6 yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiş, elde edilen bulgular araştırmaya dahil edilmiştir. Tüm görüşmeler kaydedilerek deşifre edilmiş, daha sonra elde edilen bulgular ve alınan notlar üzerinden tekrar bir veri analizi gerçekleştirilmiştir. Veri analizinde daha önce de belirtildiği gibi istatistiklere ve oranlara yer verilirken, yüz yüze yapılan görüşmeler gönüllülerin fikir ve düşünceleri, açık uçlu sorulara verdikleri cevaplarla, daha net bir biçimde oyunlaştırma kavramına olan bakış açılarını sunmaktadır.

Alan yazınında “oyunlaştırma” kavramının halen kısıtlı sayıda araştırmada kullanılması nedeniyle, projelerştirilerek yapılan bu araştırmanın ilerleyen dönemlerde hem kamu yararına faaliyet gösteren dernekler için hem de “oyunlaştırma” başlığı özelinde mühim bir çalışma olarak literatürde kendine yer edineceği düşünülmektedir.

5.2 Evren Ve Katılımcılar

Araştırma evreni; Türkiye’de faaliyet gösteren global bir dernek olan Make A Wish Türkiye Derneği’nin gönüllüleri olarak belirlenmiştir. Bu gönüllülerin hali hazırda dernek organizasyonlarına katılımındaki motivasyon düzeyleri; çeşitli anket, mülakat ve bizzat oyunlaştırılmış gönüllülük uygulaması ile saptanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın örnekleminin dernek genelini kapsamaları açısından, tüm gönüllüler

projeye dahil edilmiş, uygulanan anket çalışması tüm gönüllülere ulaştırılmış, lakin sadece istekli olan kişiler ankete katılım göstermiştir ve oyunlaştırılmış uygulamada; puanlama ve rozetleme sistemine anketi cevaplamış olsun ya da olmasın, 2024 Yılı Ekim ve Kasım aylarında dernek organizasyonuna katılan tüm gönüllüler dahil edilmiştir. Çalışmanın ilk bölümünü oluşturan proje önu anketine 68 kullanıcı katılırken, projenin bitiminde ise 23 kişi ankete yanıt vermiştir. Ayrıca proje kapsamında web uygulamaya dahil edilen 49 aktif gönüllü puanlanmış ve rozet almaya hak kazanmıştır.

5.3 Verilerin Toplanması

Araştırmaya katılan gönüllü görüşleri ile ilgili olarak olası problemleri en aza indirmek adına, 2024 Kasım ayı (1-30 Kasım) içerisinde pilot bir uygulama (Dilek Yıldızım Sensin Projesi) hayata geçirilmiştir. Bu süreçte Kasım başı uygulanan proje önu anketi ve Aralık başında uygulanan proje sonu anketinden elde edilen veriler toplanmış, Kasım ayı içerisinde dernek faaliyetlerine katılım gösteren gönüllüler web uygulamasına işlenmiş, yine bu ve web uygulamasına Ekim ayının da verileri girilerek iki ayın birbiri ile olan kıyaslaması yapılmıştır.

Ekim ve Kasım aylarında elde edilen veriler arasındaki farklar istatistiklerle açıklanmış olup, yine anketlerin de değerlendirilmesi istatistiki verilere dayanılarak yapılmıştır. Ayrıca 2024 Aralık ayı başında proje biter bitmez projeye katılım göstermiş 6 gönüllü ile görüşme yapılarak, proje ve motivasyonları arasındaki kolerasyon, gönüllü beyanları doğrultusunda çalışmada değerlendirilmiştir.

5.3.1 Veri toplama araçları. Araştırma kapsamında verilerin toplanmasında 4 temel araç kullanılmıştır. Bunlardan ilki 2024 Kasım ayı başında uygulanan “proje önu anketi”, bir diğeri “katılımcı verilerinin girildiği web uygulaması”, üçüncü olarak 2024 Kasım ayının bitimi ile 2024 Aralık ayı başında uygulanan “proje sonu anketi” ve son olarak da “projeye katılımcıları ile yapılan görüşmeler”dir.

5.4 Veri Analizi Ve Projedeki Sınırlılıklar

Araştırmada tercih edilen asıl yöntem, istatistiksel verilerin karşılaştırılması ve yorumlanmasıdır. Bu kıyaslamalara katılımcılarla gerçekleştirilen mülakatlardan elde edilen görüşler de eklenerek, “Oyunlaştırma projesi gönüllülerin motivasyonları üzerinde bir etki oluşturulabilmiş mi?”, “Eğer oluşturduysa bu farklar nelerdir?” gibi

sorular, derinlemesine incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında “D6 Oyunlaştırma Modeli” üzerinden yola çıkılarak, Make A Wish Türkiye Derneği özelinde bir oyunlaştırma projesi gerçekleştirilmiş, bu projeden elde edilen bulgular kıyaslanarak, çeşitli çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır. Projenin başında ve sonunda uygulanan anket verileri, üzerinde hiç bir oynama yapılmaksızın muhafaza edilmektedir. Ayrıca gönüllü katılımıyla ilgili olan veriler tamamen dernek kanalıyla tarafımıza ulaştırılmış, hazırlanan web sitesine işlenmiş ve istatistikler bu sayede oluşturulmuştur. İstatistiksel kıyaslamaların yanı sıra projeye katılan 6 gönüllü ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş, görüşmelerin ses kayıtları alınmış ve deşifre edilerek, çalışmada yer verilmiştir.

Ancak çalışma, bazı sınırlılıklara da sahiptir. Örneğin, araştırmacının bilgi birikimi ve çıkarımları araştırmanın sınırlarını belirleyen değişkenlerden biridir. Ayrıca araştırmanın uygulandığı örneklem yani katılımcılar dernek gönüllülerinin tamamı değil, proje çağrısına cevap vererek anketleri dolduran ve dernek organizasyonlarında incelenen tarihler içerisinde aktif katılım gösteren gönüllülerden oluşmaktadır. Buna ek olarak araştırma projesinin iki aylık bir periyodu kapsıyor olması da yıllık ya da daha uzun süreli bir inceleme olanağı olmaması sebebiyle, motivasyonun gönüllü davranışları üzerindeki etkisi konusunda genel geçer bilgilere ve verilere ulaşmamız konusunda bizi sınırlandırmaktadır. Bunun yanı sıra dernekteki organizasyonların düzenli aralıklar ve rutin bir biçimde gerçekleştirilmediği de göz önünde bulundurularak, dilek alım ve gerçekleştirim gibi veya stant ve toplantı gibi katılım gerektiren organizasyonların düzenli olarak gerçekleştirilmiyor olması, iki ayın verilerini kıyaslarken bize zorluk çıkartan bir diğer parametre olarak karşımıza çıkmıştır. Örneğin dilek alımları dernek tarafından daha düzenli organize edilirken, dilek gerçekleştirimleri, ekonomik engeller ya da rahatsızlıkları bununan çocuklarla yüz yüze erişimin kısıtlı olması sebebiyle daha az organize edilmiştir.

Yine de yapılan bu araştırma, oyunlaştırma ve motivasyon konularındaki algıları, düşünceleri farklı boyutlardan inceleyen bir çalışma olmuş ve sivil toplum alanında henüz kendisine sistemli bir biçimde yer edinememiş oyunlaştırma çalışmaları için faydalı bir ön çalışma niteliğinde kabul edilebilir.

Bölüm 6

Bulgular

6.1 Genel Düşünce

2024 Yılı Kasım ayında dernek tarafından düzenlenen etkinliklerde, gönüllülerin katılım oranı ve toplam katılımcı sayısında analiz edilen verilerce, bir önceki aya göre belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Bu husus, etkinliklerin daha fazla görünürlük kazandığını, katılımcıların bu organizasyonlara olan ilgisinin arttığını ve yaşanan etkileşimin gönüllüler arasında, olumlu bir kanı oluşturduğunu göstermektedir.



Şekil 1. Dilek Yıldızım Sensin Projesi kapsamında oluşan 2024 Kasım ayı sonu liderlik ve rozet tablosu.

Özellikle liderlik ve rozet tablosu paylaşımlarının insanların ilgisini çektiği, gönüllülerle birebir yapılan özel görüşmelerde de katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Ancak araştırma öncesi uygulanan farkındalık anketine katılım oldukça yüksekken, uygulama sonunda gerçekleştirilen anketin katılımı önceki ankete kıyasla düşük kalmıştır. Bu durum iki anket arasında sağlıklı bir kolerasyon tespit etmemizi zorlaştırmıştır. Yine de insanların verdiği cevaplarla, fikirlerinin değiştiği bir çok soruda yeni oranların çıkması ile gözlemlenmiş, gönüllü motivasyonu konusunda

bizim çeşitli fikirler edinmemize olanak sağlamıştır.

6.2 Anket Verileri

6.2.1 Oyunlaştırma uygulaması önu ve sonu gerçekleştirilen ankete dair genel değerlendirme. Bu rapor, oyunlaştırma projesinin katılımcılar üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla uygulama öncesi ve sonrası yapılan iki anketin sonuçlarını kapsamlı bir şekilde karşılaştırmaktadır. Yapılan analiz, katılımcıların demografik özelliklerinden, motivasyon ve memnuniyetine, farkındalık düzeylerinden dernek faaliyetlerine olan bağlılığına kadar geniş bir yelpazeyi içermektedir. Çalışmanın amacı, yapılan uygulama öncesi ve sonrası elde edilen veriler ışığında oyunlaştırma projelerine olan algının farklılıklarını ortaya koyarak, Make A Wish Türkiye özelinde hazırlanan bu oyunlaştırma projesinin, gönüllüler arasındaki etkisini ölçmek içindir.

Make A Wish Türkiye Derneği için hazırlanan “Dilek Yıldızım Sensin Projesi” kapsamında, proje öncesi ve proje sonunda dernek gönüllülerine ilk 20 sorusu tamamen aynı sorulardan oluşan, iki anket uygulanmıştır. Deney öncesinde uygulanan ankete 68 gönüllü tarafından yanıt verilirken, deney sonrası yapılan anket çalışmasında 23 yanıt alınmıştır. Ankete verilen cevap sayısındaki bu azalma, analiz sonuçlarının genel geçerliliği konusunda bizi kısıtlasa da karşılaştırmamızın daha sağlıklı anlaşılabilmesi açısından, anketin ölçmeyi istediğimiz kategorileri olan “Genel bilgiler”, “Motivasyon ve etkileşim” ve “Derneğe aidiyet duygusu” kısımlarını öncelikle birbirinden ayırarak, önemli gördüğümüz kısımlarda ise soru kıyaslamalarını orantısal olarak karşılaştırmalı yapıp, iki ankete verilen yanıtlar arasında bir kolerasyon bulunmaya çalışılmıştır.

6.2.2 Uygulama öncesi ve sonrası anket verileri karşılaştırması. *Genel bilgiler; (1'den 5'e kadar)* Anket sonuçları, katılımcıların demografik özelliklerinde dikkate değer bazı değişikliklerin yaşandığını göstermektedir. Örneğin proje öncesi uygulanan ön anket çalışmasına 61 kadın katılımcı cevap verirken, ön anketi cevaplayan erkek sayısı 7'dir. Cinsiyet dağılımında, proje sonrası uygulanan ankette erkek katılımcı oranında bir artış gözlemlenmişse de 23 katılımcı tarafından cevaplanan proje sonu anketine; 16 kadın gönüllü cevap verirken, yine 7 erkek gönüllünün cevap verdiği görülmüştür. Bu durum orantısal olarak bize bir şeyler anlatsa da, katılımcı farklılıkları sebebiyle sağlıklı bir çıkarım için net bir kolerasyon

kurulamamıştır.

Eğitim durumu açısından da benzer bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Proje öncesi uygulanan ankette; lise mezunu, doktora mezunu ve önlisans mezunu gibi katılımcılar az sayıda da olsa örneklemin içinde yer alırken, katılımcıların büyük bir bölümünü lisans mezunları ve yüksek lisans mezunları oluşturmaktadır. Proje sonunda uygulanan ankette ise katılımcılar, yalnızca lisans mezunları ve yüksek lisans mezunlarından oluşmaktadır. Bu durum katılımcılar ve fikirleri arasında, eğitim düzeylerine uygun net bir çıkarım yapmamızı engellemiştir.

Tablo 1

Katılımcıların Eğitim Durumlarını Karşılaştırma Tablosu

Eğitim Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
Lise	8.8	0.0	-8.8 (Düşüş)
Lisans	72.1	86.4	+14.3 (Artış)
Yüksek Lisans	16.2	13.6	-2.6 (Düşüş)
Doktora	1.5	0.0	-1.5 (Düşüş)
Önlisans	1.5	0.0	-1.5 (Düşüş)

Proje sonrası gönüllülük sürelerinde, “1 yıldan fazla” gönüllülük süresine sahip katılımcıların oranının %51.5'ten %60.9'a yükseldiği görülmüştür. Proje sonu anketinde ayrıca “1 aydan az” ve “1-6 ay” gönüllülük sürelerine sahip katılımcıların oranlarında da azalma gözlemlenmiştir.

Tablo 2

Gönüllülük Sürelerinin Karşılaştırma Tablosu

Gönüllülük Süresi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 aydan az	16.2	8.7	-7.5 (Düşüş)
1 - 6 ay	29.4	21.7	-7.7 (Düşüş)
6 ay - 1 yıl	2.9	8.7	+5.8 (Artış)
1 yıldan fazla	51.5	60.9	+9.4 (Artış)

Motivasyon ve etkileşim; (6'dan 14'üncü soruya kadar)

Motivasyon ve etkileşim konularında proje sonrası uygulanan ankette genel bir artış gözlemlenmiştir. Katılımcılar, projelerde yer alan eğlenceli unsurların ve oyunlaştırma yaklaşımının hoşlarına gittiğini ifade etmişlerdir. Özellikle, “5 (Çok fazla)” cevap düzeyindeki memnuniyet oranının genel anlamda yükselmesi projelerin, bireylerin dernekle olan iletişim ve etkileşimini güçlendirdiğini göstermektedir. Bu kısmı soru soru değerlendirirsek daha sağlıklı sonuçlar elde etmemiz kolaylaşacaktır.

Soru 6: Gönüllü olarak çalışmaya neden karar verdiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

Her iki ankette de en önemli motivasyon kaynağı; “topluma katkı sağlamak” seçeneği olarak göze çarparken, bu soru için açık ara en fazla işaretlenen şık olmuştur, proje sonrası ankette bu oran %94.1'den %100'e çıkmış bütün katılımcılarca işaretlenmiştir. “Sosyal çevre edinmek” seçeneği, deney öncesi %35.3 oranında belirtilirken, deney sonrası %39.1 oranına ulaşmıştır. Bu da katılımcılar arasında sosyal bağların öneminin arttığına yönelik bir çıkarım elde ettiğimiz anlamında düşünülebilir. “Kendi deneyim ve hikayelerimi paylaşmak” motivasyonu %27.9'dan %34.8'e yükselmiştir. Bu durum, bireylerin kendi hikayelerini aktarma isteğinin arttığını göstermektedir. “Farkındalık yaratmak, geçmiş tecrübeler” seçeneği ise, daha az seçilen bir şık olmasına rağmen, %1.5'ten %4.3'e orantısal bir artış göstermiştir.

Tablo 3

Dernek Gönüllülerinin Motivasyon Kaynağı Tablosu

Motivasyon	Deney Öncesi(%)	Deney Sonrası(%)	Değişim (%)
Topluma katkı sağlamak	94.1	100	+5.9 (Artış)
Sosyal çevre edinmek	35.3	39.1	+3.8 (Artış)
Kendi deneyim ve hikayelerimi paylaşmak	27.9	34.8	+6.9 (Artış)
Farkındalık yaratmak, geçmiş tecrübeler	1.5	4.3	+2.8 (Artış)

Soru 7: Gönüllü çalışmalarınız sırasında hangi motivasyon kaynakları sizi daha

çok etkiler? (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Deney öncesinde %30 oranında öne çıkan içsel motivasyon (kişisel tatmin), deney sonrasında %52,17 oranına yükselmiştir. Bu artış, proje sonrası kişisel tatminin gönüllü çalışmalarda daha çok etkili olduğunu göstermektedir.

Ödüller ve tanınma motivasyonunda tercih şıkkı değişikliği mevcuttur, ilk ankette en çok verilen cevap “3” seçeneği iken, ikinci ankette bu tercih “2” seçeneğine dönmüştür.

Sosyal etkileşim motivasyonu, proje öncesinde %35 oranında etkiliyken, proje sonrasında %50 oranına ulaşmıştır. Bu durum, gönüllülerin başkalarıyla iletişim ve etkileşim kurma isteğinin ciddi bir biçimde arttığını göstermektedir.

Tablo 4

Gönüllü Çalışmalarda Etkili Olan İçsel, Dışsal Ve Sosyal Motivasyon Kaynakları Tablosu

Motivasyon Kaynağı	Deney Öncesi (En Çok Tercih Edilen)	Deney Sonrası (En Çok Tercih Edilen)	Değişim
İçsel motivasyon (kişisel tatmin)	4 (%~30)	4 (%~52,17)	Artış: Daha fazla kişisel tatmin öne çıktı.
Dışsal motivasyon (ödülleri, tanınma)	3 (%~25)	2 (%~26,08)	Değişim: Oranlar benzer kaldı, ancak seçenek değişti.
Sosyal motivasyon (başkalarıyla etkileşim)	5 (%~35)	5 (%~47,82)	Artış: Sosyal etkileşim motivasyonu güçlendi.

Soru 8: Oyunlaştırılmış bir etkinlik, dernek projelerine olan ilgimi artırır.
(1=Hiç, 5=Çok fazla)

Düşük İlgide Azalma: Deney sonrası, “2” seçeneğini işaretleyen katılımcı oranı %3.0'ten %0'a düşmüştür. Bu durum, oyunlaştırma projesinin ilgisizliği ortadan kaldırmada etkili olduğunu düşündürebilir.

Yüksek İlgide Denge: “5 (Çok fazla)” seçeneği proje öncesi %45.6 ile en yüksek oranı göstermiş, çalışma sonrası bu oran %47.8 ile hemen hemen önceki ile aynı kalmıştır. Bu durum, oyunlaştırmanın halihazırda mevcut olan yüksek ilginin sürdürülebildiğini düşünmemizi sağlamıştır. Genel olarak düşük ve orta düzeyde ilgi gören kategorilerden yüksek düzeyli kategorilere kaymalar az da olsa gözlenmiştir.

Tablo 5

Oyunlaştırılmış Bir Etkinliğin Dernek Projelerine Olan İlgii Artırma Etkisinin Karşılaştırma Tablosu

Oyunlaştırma Etkisi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	1.5	4.3	+2.8 (Artış)
2	3.0	0.0	-3.0 (Düşüş)
3	16.2	21.7	+5.5 (Artış)
4	33.8	26.1	-7.7 (Düşüş)
5 (Çok fazla)	45.6	47.8	+2.2 (Artış)

Soru 9: Oyunlaştırma uygulamaları beni rekabete teşvik eder. (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Yapılan analiz sonuçlarına göre, oyunlaştırma uygulamalarının rekabet teşviği üzerindeki etkisi değişkenlik göstermektedir. “1 (Hiç)” seçeneğinde oransal olarak %10.3'ten %13'e küçük bir artış gözlemlenirken, “4” seçeneğinde %25.0'dan %30.4'e bir artış yaşandığı görülmektedir, bu da oyunlaştırmanın rekabeti teşvik edici etkisinin belirli bir katılımcı grubu için güçlü olduğunu düşündürebilir. Ayrıca “5 (Çok fazla)” seçeneği %16.2'den %26.1'e yükselmiştir. Sonuç olarak, oyunlaştırma uygulaması gönüllüler arasında bir miktar rekabet teşviki yaratmakta etkili olmuş denebilir.

Tablo 6

Oyunlaştırma Uygulamasının Gönüllüler Üzerinde Rekabet Teşviği Tablosu

Rekabet Teşvik Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	10.3	13	+2.7 (Artış)
2	11.8	0	-11.8 (Düşüş)
3	36.8	30.4	-6.4 (Düşüş)
4	25.0	30.4	+5.4 (Artış)
5 (Çok fazla)	16.2	26.1	+9.9 (Artış)

Soru 10: Liderlik tablosunda adımı görmek motivasyonumu artırır. (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Liderlik tabloları, oyunlaştırma projelerinde bireylerin performanslarının görünürlüğünü artırarak, motivasyonlarını yükseltmek amacıyla kullanılan yaygın bir araçtır. Liderlik tablolarının motivasyon üzerindeki etkisinin genellikle olumlu olduğu gözlemlenmektedir. İki anket arasında “4” ve “5 (Çok fazla)” seçeneklerinde artışlar yaşanmış, oranlar %30.9'dan %39.1'e ve %38.2'den %39.1'e yükselmiştir. Burada en çok tercih edilen iki seçeneğin “4” ve “5 (Çok fazla)” olması da gönüllülerle paylaşılan liderlik tablosunun, motivasyon yaratmada etkili olduğunu düşünmemizi sağlayan önemli bir nokta haline gelmiştir.

Tablo 7

Liderlik Tablosunun Motivasyon Üzerindeki Etkisini Gösteren Tablo

Motivasyon Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	0.0	8.7	+8.7 (Artış)
2	2.9	8.7	+5.8 (Artış)
3	20.6	4.3	-16.3 (Düşüş)
4	30.9	39.1	+8.2 (Artış)
5 (Çok fazla)	38.2	39.1	+0.9 (Artış)

Soru 11: Oyunlaştırılmış aktiviteleri sıkıcı bulurum. (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Elde edilen bulguların sonuçlarına göre, oyunlaştırılmış aktivitelerin sıkıcı bulunmadığına dair görüşlerde %51.5'ten %47.8'e bir düşüş gözlemlenmiştir. Yine de en yüksek tercih edilen seçenek bu olmuştur. Genel olarak, oyunlaştırılmış aktiviteler ile

ilgili farklı seçenekler arasında fikir değişimlerinin olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 8

Oyunlaştırılmış Aktivitelerin Sıkıcılığına Dair Gönüllü Algı Tablosu

Algı Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	51.5	47.8	-3.7 (Düşüş)
2	30.9	17.4	-13.5 (Düşüş)
3	14.7	21.7	+7.0 (Artış)
4	2.9	4.3	+1.4 (Artış)
5 (Çok fazla)	0.0	8.7	+8.7 (Artış)

Soru 12: Oyunlaştırılmış bir projede görevleri tamamlamak benim için önemlidir. (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Analiz sonuçları, görevi tamamlama algısının genel olarak bir değişim eğiliminde olduğunu bize göstermiştir. “4” seçeneğinde %36.8'den %43.5'e bir artış gözlenmiş olup, “5 (Çok fazla)” seçeneğinde ise %41.2'den %34.8'e bir düşüş görülmüştür. “3” seçeneğinde ise %16.2'den %17.4'e artış gözlemlenmiştir. Burada iki ankette de “1=Hiç” seçeneğinin gönüllülerce tercih edilmemesi, tüm katılımcılar tarafından görev algısının kabul edilirliliğinin bir göstergesi olarak düşünülebilir.

Tablo 9

Görev Tamamlama Algısının Gönüllüler Üzerindeki Etki Tablosu

Algı Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	0.0	0.0	0.0 (Değişim yok)
2	5.9	4.3	-1.6 (Düşüş)
3	16.2	17.4	+1.2 (Artış)
4	36.8	43.5	+6.7 (Artış)
5 (Çok fazla)	41.2	34.8	-6.4 (Düşüş)

Soru 13: Oyunlaştırılmış bir aktivite için daha çok çaba gösteririm. (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Analiz sonuçlarına göre, oyunlaştırılmış aktivitelerde daha fazla çaba gösterme eğiliminde genel bir değişim gözlemlenmiştir. “5 (Çok fazla)” seçeneğinde %4.4'ten %26.1'e ciddi bir artış gerçekleşmiş olup, bu durum bazı katılımcıların proje sonrası çaba gösterme motivasyonunun önemli ölçüde arttığını göstermektedir. “2” seçeneğinde ise %27.9'dan %17.4'e azalma söz konusudur. Genel olarak, katılımcıların çaba gösterme motivasyonunda artışlar ve değişimler gözlemlenmiş, özellikle yüksek çaba düzeyine yönelik eğilimin arttığı gözlemlenmiştir.

Tablo 10

Oyunlaştırılmış Aktivitelerde Çaba Gösterme Eğilimi Tablosu

Çaba Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	8.8	4.3	-4.5 (Düşüş)
2	27.9	17.4	-10.5 (Düşüş)
3	35.3	30.4	-4.9 (Düşüş)
4	23.5	21.7	-1.8 (Düşüş)
5 (Çok fazla)	4.4	26.1	+21.7 (Artış)

Soru 14: Oyunlaştırılmış projelerde kendimi daha mutlu hissedirim. (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Elde edilen sonuçlara göre, oyunlaştırılmış aktivitelerde daha fazla çaba gösterme eğiliminde genel bir farklılaşma gözlemlenmiştir. “4” seçeneğinde %33.8'ten %39.1'ye bir artış gerçekleşmiş olup, diğer seçeneklerden bu şıkka yönelim gözlemlenmiştir.

Tablo 11

Gönüllülerin Proje Sonrası Mutluluk Eğilim Tablosu

Mutluluk Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	4.4	8.7	+4.3 (Artış)
2	5.9	8.7	+2.8 (Artış)
3	35.3	21.7	-13.6 (Düşüş)
4	33.8	39.1	+5.3 (Artış)
5 (Çok fazla)	20.6	21.7	+1.1 (Artış)

Derneğe aidiyet duygusu; (15'den 20'ye kadar)

Dernek içindeki dostluk ilişkileri ve etkileşim ile ilgili memnuniyet düzeyinde önemli bir artış gözlenmiştir. Bu durum, oyunlaştırma projelerinin sosyal etkileşim ve dayanışmayı teşvik ederek, gönüllüler arasındaki bağları güçlendirdiğini düşündürmüştür. 19 ve 20. sorulara alınan yanıtlar da bu doğrultuda fikir edinmemizde bize yardımcı olmuştur.

Soru 15: Bir Dilek Tut Derneğine olan aidiyet duygunuzu nasıl değerlendirirsiniz? (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Yapılan analiz sonuçları, gönüllülerin aitlik duygularında belirgin değişimler yaşandığını ortaya koymaktadır. Yapılan proje sonrası “5 (Çok fazla)” seçeneğinde %36.8'den %52.2'ye bir artış gerçekleşmiş olup, bu durum gönüllülerde derneğe olan güçlü bağlılık hissini daha çok geliştirdiğini düşünmemizi sağlamaktadır. Genel olarak, yüksek aitlik hissini güçlendiği, ancak orta düzeyli aitlik hissinde ise azalmalar olduğu yani seçenler arası oranlarda geçişlerin yaşandığı gözlemlenmiştir.

Tablo 12

Gönüllülerin Aitlik Duygu Düzeyi Araştırma Tablosu

Aitlik Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	0.0	0.0	0.0 (Değişim yok)
2	5.9	8.7	+2.8 (Artış)
3	19.1	17.4	-1.7 (Düşüş)
4	38.2	21.7	-16.5 (Düşüş)
5 (Çok fazla)	36.8	52.2	+15.4 (Artış)

Soru 16: Derneğin hedefleri ve değerleri ile ne kadar uyum sağladığınızı düşünüyorsunuz? (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Anketlerde katılımcıların derneğin hedefleri ve değerleri ile uyum algılarında değişimler yaşandığı gözlemlenmiştir. “5 (Çok fazla)” düzeyinde %41.2'den %56.5'e bir artış yaşanmış olup, bu durum derneğin hedefleri ve değerleri ile uyum sağlayan katılımcıların sayısında proje sonrası bir artış olduğunu göstermektedir.

Tablo 13

Katılımcıların Derneğin Hedefleri Ve Değerleri İle Uyum Sağlama Tablosu

Uyum Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	0.0	4.3	+4.3 (Artış)
2	1.5	4.3	+2.8 (Artış)
3	8.8	8.7	-0.1 (Düşüş)
4	48.5	26.1	-22.4 (Düşüş)
5 (Çok fazla)	41.2	56.5	+15.3 (Artış)

Soru 17: Dernek içindeki dostluk ilişkilerinizden ne kadar memnunsunuz? (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Analiz sonuçları, katılımcıların dernek içindeki dostluk ilişkilerinden memnuniyet düzeylerinde genel bir iyileşme olduğunu göstermektedir. “5 (Çok fazla)” düzeyinde %33.8’den %52.2’ye bir artış gözlemlenmiştir. “1=Hiç” ve “2” seçenekleri gönüllülerce ikinci ankette hiç tercih edilmemiştir.

Tablo 14

Dernek İçindeki Dostluk İlişkilerinden Memnuniyet Tablosu

Memnuniyet Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	0.0	0.0	0.0 (Değişim yok)
2	11.8	0.0	-11.8 (Düşüş)
3	23.5	17.4	-6.1 (Düşüş)
4	29.4	30.4	+1.0 (Artış)
5 (Çok fazla)	33.8	52.2	+18.4 (Artış)

Soru 18: Projelerde bulunan eğlenceli unsurlar derneğe olan bağlılığı güçlendirir. (1=Hiç, 5=Çok fazla)

Projedeki eğlenceli unsurların, gönüllülerce bağlılık hissinde çeşitli değişimler yarattığı gözlemlenmiştir. “5 (Çok fazla)” seçeneğinde %44.1’den %73.9’a bir artış gerçekleşmiş olup, bu durum proje sonrası eğlenceli unsurların, derneğe olan bağlılık

hissini güçlendirdiğini bize kuvvetli bir biçimde düşündürmektedir.

Tablo 15

Projelerdeki Eğlenceli Unsurların Derneğe Bağlılık Üzerindeki Etki Tablosu

Bağlılık Düzeyi	Deney Öncesi (%)	Deney Sonrası (%)	Değişim (%)
1 (Hiç)	0.0	4.3	+4.3 (Artış)
2	0.0	0.0	0.0 (Değişim yok)
3	7.4	4.3	-3.1 (Düşüş)
4	48.5	17.4	-31.1 (Düşüş)
5 (Çok fazla)	44.1	73.9	+29.8 (Artış)

Son olarak: Soru 21; Oyunlaştırma projesi sonrası dernek faaliyetleri ile ilgili farkındalığınızda neler değişti? (Açık uçlu)

Bu açık uçlu soruya “motivasyon ve istek” gibi çeşitli cevaplar gelse de “hiçbir şey değişmedi” gibi cevaplar da alınmış bulunmaktadır. Buna karşın katılımcıların anket genelinde ifade ettiği olumlu duygular ve farkındalık artışı, derneğin sosyal bağlarını güçlendirme ve daha fazla gönüllüyü harekete geçirme potansiyelini gözlemlememizi sağlamıştır.

Soruya verilen açık uçlu cevaplardan bir kaçışöyledir: “Motivasyon artırıcı işler yapılması hoşuma gitti. Ne kadar aktif olduğumu farketmemi sağladı”. “Bence interaktif bir ortam oluştu ve birbirimizden daha çok haberdar olduk”. “Herkesin ne kadar aktif çalıştığını gördüm ve bu beni mutlu etti. Aynı zamanda kasım ayında iyi bir iş çıkardığımı düşünüyorum”. “Çok bir değişiklik olduğunu söyleyemem fakat adımın listelerde yer almasını istedim. Bundan sonraki süreçte daha aktif olmam konusunda beni teşvik ettiğini söyleyebilirim”. “Oyunlaştırma projesi sadece dernek ile kısıtlı kalmayıp, ortaya çıkış felsefesiyle ve varoluşuyla geniş bir bakış açısı kazanmamızı sağladı”.

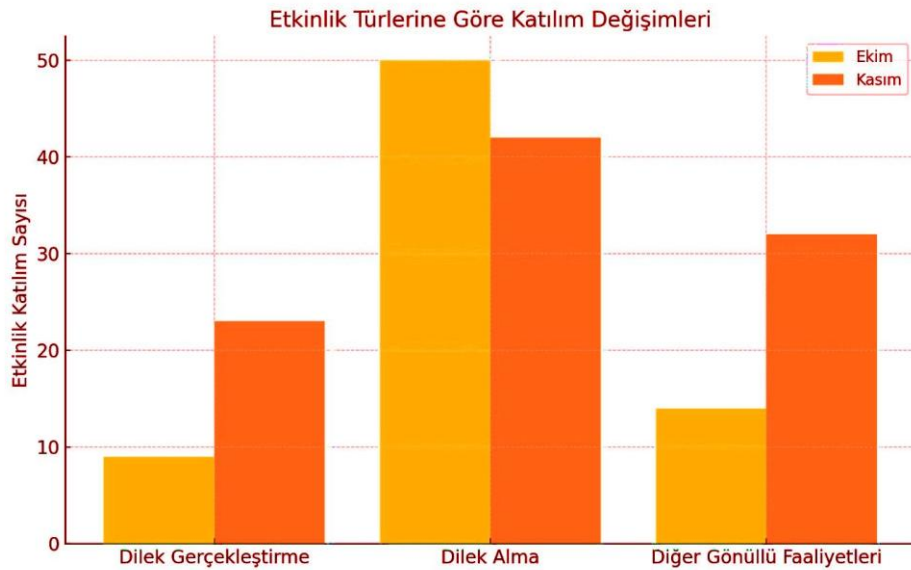
6.3 Uygulama Verileri

6.3.1 2024 Ekim ve Kasım Ayları veri kıyaslaması ve genel değerlendirme.

Katılım artışı: Derneğin 2024 Kasım Ayı’nda organize ettiği faaliyetlerde gönüllüler tarafından katılım oranı ve toplam katılımcı sayısında, elde edilen bulgulara göre

belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Bu durum, etkinliklerin daha görünürleştiğinin ve katılımcıların etkinliklere olan ilgisinin arttığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Düşüş ve yükselişler: Kasım ayı içerisinde "Dilek Alım" etkinliğine katılımında düşüş yaşanırken, "Dilek Gerçekleştirme" ve "Diğer Gönüllü Faliyetler" kategorisine olan ilgide bir artış görülmektedir. Ayrıca elde edilen verilere göre kıyaslanan iki ayda da farklı katılımcıların öne çıktığı görülmektedir. Bu durumdan da Kasım ayında etkinliklerin daha geniş bir katılımcı kitlesine ulaştığı, dernek içi etkileşimin arttığı ve aynı zamanda farklı gönüllülerin motive edildiği çıkarımı yapılabilir. Yine de bu sonucu sadece ilgi yoğunluğuna ya da oyunlaştırma projesinin hedefine ulaştığını söyleyerek açıklamak yetersiz kalacaktır. Çünkü dernek ekim ayı içerisinde daha çok dilek alımı organize ederken, 2024 Kasım ayında ki organizasyonlarına, diğer kategorilere de ağırlık vererek devam etmiştir. Uygulamaya toplam 49 kullanıcı kaydedilmiştir.



Şekil 2. 2024 Yılı Ekim ve Kasım ayları, etkinlik türlerine göre değişim tablosu.

6.3.2 Aktif gönüllüler arası katılımcı sayısı (N). Projenin tanıtılarak, liderlik ve rozet tablolarının sunulduğu 2024 Kasım Ayı; dernek etkinliklerine katılımında bulunan toplam gönüllü sayısında ciddi bir artış gözlemlenmiştir ($N=28$ 'den $N=40$ 'a). Bu durum dernek tarafından yürütülen organizasyonlara olan ilginin arttığını ve daha

çok kişinin etkinliklere katılım sağladığını göstermektedir. Ayrıca, oyunlaştırma uygulamasının, hedef kitlenin ilgisini çekmede başarılı olduğu, daha geniş bir katılımcı kitlesine ulaşıldığı ve gönüllüler arası etkileşimin de güçlendiği söylenebilir. Oyunlaştırma uygulaması için hazırlanan liderlik ve rozet sistemlerinin, katılımcılar arasındaki bağı güçlendiren önemli bir faktör olduğu da düşünülebilir.

Ekim ayı verileri $N=28$

Kasım ayı verileri $N=40$

6.3.3 Aktif gönüllüler arası katılım oranı. 2024 Kasım Ayı'nda derneğin gönüllüler aracılığıyla yürüttüğü organizasyonlara katılım oranında Ekim ayına kıyasla ($Q=\%42,85$) belirgin bir artış gözlenmiştir. Katılım oranındaki bu artış ışığında oyunlaştırma uygulamasının içeriklerinin, gönüllülerin ilgisini çekecek şekilde planlandığı, uygulama faaliyetlerinin etkili bir şekilde yürütüldüğü ve gönüllülerin motivasyonlarında bir artış yaratmış olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca, gönüllülerin başarılarının tanınması, görünürleştirilmesi ve etkinliklerdeki aktif katılımlarının ödüllendirilmesi gibi motivasyon artırıcı uygulamaların da bu yükselişte payı olduğu düşünülebilir.

6.3.4 Rozetler üzerine değerlendirme. Ekim ayında birçok kullanıcı sadece "Dilek Perisi Rozeti" kazanırken, Kasım ayında da benzer şekilde yüksek katılım devam etmiş ve farklı kullanıcılar farklı farklı rozetlerle ödüllendirilmiştir. Kimi gönüllüler hazırlanan sisteme göre hem Ekim hem de Kasım aylarında rozet almaya hak kazanırken, Kasım ayında yeni aktif olan gönüllülerin farklı bir kategoride "Gülen Yüz Rozeti" kazanması, yeni katılımcıların etkinliklerde ön plana çıkmaya başladığının bir göstergesidir.

Ekim ve Kasım ayları arasındaki bu değişimler, dernek içi organizasyonlara katılımın arttığını ve gönüllülerin etkinliklerde daha aktif hale geldiğini göstermektedir. Bu bulgular eşliğinde, oyunlaştırma uygulamasındaki liderlik tablosu ve rozet sistemlerinin, katılımcılar arasında motive edici bir faktör olarak ön plana çıktığı düşünülebilir.

6.3.5 Uygulama üzerine genel değerlendirme. Hem katılımcı sayısındaki ($N=28$ 'den $N=40$ 'a) artış hem de katılım oranındaki ($Q=\%42,85$) yükseliş, dernek

etkinliklerinin daha görünür olarak daha fazla kişiye ulaştığını, gönüllüler arasında güçlü bir iletişim ve etkileşim ortamı yaratıldığını bize düşündürmektedir. Gönüllüler arası bir etkileşimin olması oyunlaştırma projesinin iletişimsel boyutuna işaret etmektedir. Katılımcıların aralarında kurdukları bağ bize de oyunlaştırma projelerinin dernekler gibi alanlarda kullanılması hususunda gönüllüler arası iletişimi direkt etkileyen bir faktör olarak değerlendirebilme olanağı sunmuştur.



Şekil 3. 2024 Ekim ve Kasım ayları kıyaslaması, genel görünüm.

6.4 Gönüllü Görüşleri

Araştırmanın bu bölümünde dernek gönüllüleri ile proje ve oyunlaştırma uygulamaları hakkında yapılan bireysel görüşmelere yer verilmiştir.

6.4.1 Gönüllü 1 (24 yaşında, kadın, Hazal). Dernekte üç yılı bitirdim. Daha önce böyle bir oyunlaştırma projesinin içinde olmadım ama bence motive edici yönünün olduğunu düşünüyorum. Daha çok kendi başına motive olan bir insanım. Liderlik tablosunda kendimi, başkalarını görmek veya oradaki sonucu görmek, bu ay ne kadar çok şey yapmışım dedirtti bana. O yüzden proje hem başkasıyla rekabet açısından insanları motive edici olabilir, hem de insanın kendisi açısından motivasyon sağlayan bir şey olabilir.

Bu projenin motivasyonuma bence olumlu yönde bir etkisi oldu. Daha çok şey yapmaya çalışmış olabilirim, bilmiyorum. Vaktimi ayarlayıp daha çok şeye katılmaya özen gösterdim, belki onu söyleyebilirim. Liderlik ve rozet tablosu görmek benim hoşuma gitti çünkü "dilek perisi rozeti" almak çok güzeldi. Çok bir rekabet de

hissetmedim açıkçası ama iyi de hissettim. Dilek perisi olarak anılmak güzeldi. Beni iyi hissettirdi.

6.4.2 Gönüllü 2 (26 yaşında, erkek, Muhsin). Yaklaşık üç buçuk yıldır çeşitli STK'larda gönüllülük yapıyorum. Bunlardan birisi Make A Wish. Üç buçuk yıldır bu dernekteyim. İşte dilek alım olsun, dilek gerçekleştirme olsun, diğer atölyeler olsun ki bunların arasında sanat çalışmaları da var, standlarda beklemek var. Dernekte birçok alanda aktif bir şekilde yer almaya çalışan bir gönüllüyüm diyebilirim.

Oyunlaştırma bence unformal eğitimin en güzel özelliklerinden birisi. Çünkü oyunlaştırmada aktif bir şekilde hem eğitime hem de o atölyeye katılım sağlıyorsun. İster istemez seni oyunun içine çekiyor. Bu sebeple oyunlaştırılmış bir proje her zaman benim için bir adım daha önde. Açıkçası burada bir ödül mekanizması yok. Sadece bir liderlik tablosunun oluşması ile oyunlaştırılma yapılması bence çok etkili. Hem gönüllülere bir hatırlatma da yapılıyor. Yani gönüllülüğün bence en güzel kısımlarından birisi bir şey paylaşmak, bir ortak alanda buluşmak. Oyunlaştırmada bu ortak zemin üzerinde beraber bir şeyler yapabiliyorsun. Bence bu yüzden oyunlaştırmının derneklerde çok aktif bir şekilde kullanılması gerekiyor. Bir de şu da var; birbirimize, ne zaman, nerede, ne yaptığımızı hatırlatmamız bence çok önemli. Deneyim paylaşmamız çok önemli. Oyunlaştırmının artlarından birisi de bu. Ben böyle düşünüyorum.

Liderlik ve rozet tablosu görmek konusunda ise açıkçası burada iki farklı düşünceye sahibim, net bir şekilde karar veremiyorum. Yani şu var, bir hırs yaratıyor, daha fazla gönüllülük yapmaya teşvik ediyor ama burada şundan da biraz korkuyorum, yani daha deneyimli olanı ön plana çıkaran bir uygulama bu. Deneyimli olman sana ne kazandırdı veya deneyimlerini aktarabilecek misin? Bir sorumluluk yüklüyor. Yani X kişisi bir ay içinde çok fazla gönüllülük yapmıştır, ikinci ayda da çok fazla gönüllülük yapmıştır, peki üçüncü ayda diğer gönüllülere deneyimlerini aktarabilecek mi ve aktarması gerekiyor mu? Ve ya bu onun sırtına bir yük yüklüyor mu otomatik olarak? Bu tarz sorumluluklar yüklüyor olabilir. Bu yüzden aslında biraz çelişkili ama küçük bir çekişme oluyor. Yani ben burada Muhsin olarak diyorum ki, hadi Umut yetişebilirsin bana veya Umut peşindeyim, koşturuyorum senin peşinden. Böyle de bir hırs doğuruyor, tatlı bir rekabet de doğuruyor. Bu ödüllendirme bence somut değil soyut bir ödüllendirme olabilir, işte sertifika olabilir veya onun adına bir fidan dikimi

olabilir veya onun adına bir kütüphane açılımı olabilir. Hani yılın en büyük gönüllüsü veya işte son 3 yılın en büyük gönüllüsü. Onun adına yine bir kütüphane açılması olabilir veya bir çocuk eğlence merkezi açılması olabilir veya işte oyuncakla sponsorluk yapan oyuncağın belki ismi verilebilir ama yine de bu birazcık da işte hem sorumluluk yüklüyor hem de biraz da ego tatmini. Ne kadar faydalı olabilir bu gönüllü camiası için onu bilmiyorum.

Aslında biraz önce de bahsettim bu tarz projeler birbirimizi ittirmemizi sağlıyor. Bu çok güzel bir şey. Birbirimize küçük, tatlı rekabetler yaratmamızı sağlıyor. Birbirimizin gönüllülük yaptığını görebiliyoruz. Bunlar çok güzel şeyler ve aynı zamanda birbirimizle iletişim halinde kalıyoruz ister istemez. Hani az önce de bahsettiğim sana yetişeceğim duygusu, bu aslında bir iletişim, ister istemez kurulan bir iletişim. Bunun olması küçük bir iletişim sağlıyor, sosyalleşme sağlıyor. Aslında bu gönüllüler arası etkileşimi biraz daha artırabilir. Make A Wish çok büyük bir camia, yaklaşık 100 tane ülkede var, 40, 50 yıldır devam eden bir sivil toplum örgütü. Bu proje ile örgütün diğer üyeleriyle de topluluklarla da iletişim kurabilir.

6.4.3 Gönüllü 3 (27 yaşında, kadın, Yağmur). Dernekte yeni gönüllüyüm, üç ay oluyor. Onun dışında aktif gönüllülük yapmayı seviyorum. Açıkçası oyunlaştırma hakkında daha önce bir fikrim yoktu, dernekte karşılaştım ve çok yaratıcı geldi bana. Aynı zamanda motive edici, hoşuma gitti. Proje açıkçası beni motive etti, başkalarında da etki ettiğini düşünüyorum. Çünkü zaten gönüllülük isteyerek yaptığımız bir şey. Fakat bunun böyle gözle görülür olması bence güzel oluyor, iyi bir etki bırakıyor. Daha fazla çabalamak istiyor insan.

Liderlik ve rozet tablosuna gelince, hani ben her zaman rekabetçi değilim fakat görünce bir iyi hissettim. Liderlik için çabalamam ama orada kendi adıma görmek ve üst sıralarda olmak gayet beni iyi hissettirdi.

Proje ile derneğe karşı aidiyet duygumda gözle görülür büyük bir değişim olmadı. Fakat tabii ki kendimi yine de ait hissettim. Çünkü orada ismimi görmek çok güzel hissettiriyor, ait olduğumu hissediyorum tabii ki. Dernek de zaten böyle bir dernek olduğu için mutlu oldum açıkçası. Yani proje çok güzel düşünülmüş gerçekten, sadece sıralama da değil, farklı farklı rozetler vesaire çok güzel. Tekrar o listede kendimi görmek isterim.

6.4.4 Gönüllü 4 (30 yaşında, erkek, Alper). Dernekteki yeni gönüllülerden biriyim, birkaç ay oldu. Oyunlaştırma projelerinin efektif olduğunu düşünüyorum. Motivasyonu pozitif etkiledi. Çünkü bir rekabet duygusu ortaya çıkardı. Diğer insanların ne kadar gönüllülük yaptığını kendimle kıyaslamamı sağladı. Dolayısıyla o rekabet duygusuyla beni daha çok gönüllü olmaya itti. Tabloda kendimi görmek hoşuma gitti. Nasıl daha yükseğe çıkarım falan gibi rekabetçi hislerimi yükseldi. Proje sayesinde derneğe olan aidiyet duygumda bir değişim ben gözlemlemedim sanırım, çoğu insanı büyük ihtimalle böyle bir aidiyet duygusu etkileyebilir ama ben kendimde öyle bir şey hissetmedim.

Proje ile ilgili olarak da insanların gönüllülüğe itilmesi, teşvik edilmesi için güzel etkili olur ama aynı zamanda da sanki hani gönüllüleri ayırıyormuş gibi de bir hissiyat da doğuruyor bende. Vakti daha çok olan kişi doğal olarak daha çok gönüllülük yapabiliyor. Mesela bir kişinin boş vaktinin toplamı daha fazladır, bunun %10'unu ayırarak birinci olur. Diğeri boş vakti çok azdır, bunun %100'ünü ayırır. Onun tabi ki fark edilmesi, hesaplanması mümkün olmayan bir şey olduğu için bir insanın fedakarlığının ölçülmesi, eforunun ölçülmesi çok göreceli olacağı için bilemiyorum. Öte yandan efektif olarak, pragmatik olarak, daha çok gönüllülük sağlanması için rekabet duygusu ve diğer insanların ne kadar gönüllülük yaptığının kıyaslanabilmesi, insanları motive etmek için oyunlaştırma çok işlevli bence.

6.4.5 Gönüllü 5 (36 yaşında, kadın, İrem). Dernekte yaklaşık dördüncü senem bitiyor, beşinci seneye doğru gidiyorum. Bu arada sayısız çocukla görüşmüş olabilirim bu süreçte. Derneğin çeşitli diğer etkinliklerinde de görev aldım. Gayet keyifli, çok mutluyum çocuklarla birlikte olduğum için ve onların hayallerine kavuşturduğum için. Çok çok keyifli bir yolculuk benim için.

Oyunlaştırma ile ilgili herhangi bir fikrim yoktu, daha önce böyle bir şey de düşünmemiştim açıkçası ama bence çok güzel bir motivasyon kaynağı olabilir. Yani hem kendim için hem de diğer arkadaşlarımız için de güzel bir motivasyon kaynağı, özellikle yeni gönüllüler için. Yani tabi ki ben oyunlaştırma olmasa da aslında dernekteki olan görevim ve sorumluluğum bilincindeyim, ona her zaman devam ederim ama böyle bir oyunlaşmanın da olması ve tatlı bir rekabetin olması da bence keyifli. Tabii ki motivasyonumu birazcık daha artırdı ve hani böyle diğer gönüllü arkadaşlarımla burada, hep birlikte motive bir şekilde çalışıyor olmamız çok güzel.

Proje öncelikle bunu hissettirdi. Benim bireysel motivasyonuma katkısı çok fazla oldu diyemem çünkü zaten böyle bir oyunlaştırma projesi olmadan önce de buraya karşı bağlı ve sorumluluğumun farkındaydım. Hepimiz çocuklar için, hayallerine kavuşsunlar diye aslında buradayız, görevimizi sürdürüyoruz. Ama böyle bir oyunlaştırma projesi içerisinde, böyle aylık ya da haftalık belki de yayınlanacak olan bu tabloda, böyle bir puan ve belki isimleri görmek, diğer arkadaşlarımın da bu yolculukta belki de benzer seviyelerde emek harcadığını daha iyi göstermiş oluyor. Yani nasıl anlatabilirim bilmiyorum ama bence bir yandan da aslında keyifli, güzel bir şey, yani o tatlı rekabetin olması bence keyifli.

Liderlik ve rozet tablosunda ismimi görmek evet hoşuma gitti açıkçası. Lider tablosunda kendi ismimi görüyor olmak güzel. Şu an hala çok yeni bir proje ama belki ilerleyen zamanlarda birazcık daha heyecanlandırabilir, motivasyonumu artırabilir. Onu bu süreç içerisinde göreceğiz diye düşünüyorum. Ama proje sayesinde benim aidiyet duygumda herhangi bir değişim olmadı. Yani en başında söylediğim gibi, zaten beşinci seneme giriyorum bu sene ve herhangi bir oyunlaştırma projesi ya da bu dernekle ilgili olabilecek herhangi bir şey bağlamda, pozitif ya da negatif bir etki yaratmıyor bende. Bu tamamen benim içsel motivasyonum ile alakalı aslında.

6.4.6 Gönüllü 6 (28 yaşında, erkek, Armağan). Yaklaşık 2 yıldır derneğin gönüllüsüyüm. Oyunlaştırma projeleri ile ilgili daha önce bir fikrim yoktu. Sadece grupta görmüştüm bir anket formu olarak açılmıştı, o zaman gördüm, onun dışında bir bilgim yok.

Proje gönüllüler için olumlu anlamda aslında motivasyon sağladı çünkü dilek alımları olsun, etkinlikler olsun, ofis çalışmaları olsun, yardım olsun, daha çok katılım göstermeleri için bir motivasyon. Kişi için kendisini orada aylık programda görmesi diğer arkadaşlarıyla tatlı bir rekabet gibi. Bu anlamda kişilerin hem kendisini gösterme hem de bunun sonucunda dernekte daha aktif rol oynamasını sağlar bence, bu anlamda çok iyi. Olumsuz olarak da şu olabilir belki, o ay yoğunudur kişi, çok katılımcı olamaz, hani isminin listede olmaması belki kişide bir moral bozukluğu yaratabilir.

Liderlik tablosu dernekte kimin aktif olduğunu, kimin ne kadar projelere katıldığını görmemi sağladı. Bu da şöyle bir kapıyı açtı bana açıkçası, bundan sonra mesela dernekte herhangi bir görevlendirme olsun ya da herhangi bir proje olsun, orada bulunan gönüllüler o projede görevli ise tamam, bu zaten aktif bir insan, orada

olmayı hak etmiş, orada değerlendirilmeyi hak etmiş diyeceğim, kafamda soru işaretlerini kaldırdı ama derneğe aidiyet konusunda benim için kendi açımdan bir farklılık hissetmedim.



Bölüm 7

Sonuç Ve Tartışma

Oyunlar, eğlenceli ve dinamik yapısı ile günümüzün modern dünyasında hayatımızın her alanında karşımıza çıkmaya devam etmektedir. Bugün birçok kurum, oyunlardaki bu dinamik yapıdan; insan kaynakları ve iletişim stratejilerinde faydalanmaya çalışmış, projelerini eğlenceli ve çekici kılmak adına kurumlarında oyunlaştırma uygulamalarına sıkça yer vermeye başlamıştır. Oyunlar için; 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 hayattan ‘başka türlü olmak’ bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir (Huizinga, 2006) diyen Huizinga, bu tanımı ile oyunlarda bulunan iletişim ve etkileşim olgusuna dikkat çekmiştir. Günümüzde eğitim, sağlık gibi birçok alanda oyunlaştırılmış öğeler kendine ciddi bir biçimde yer bulurken, kamusal alanda faaliyet gösteren çeşitli dernek ve kuruluşların da oyunlaştırma uygulamalarıyla iletişim stratejilerini geliştirmeleri olası bir tutumdur. İletişim, bireyler arasında bilgi, düşünce ve duyguların bir kanal aracılığıyla iletilmesi sürecidir. İletişim faaliyeti bir anlam yaratma faaliyetidir; ve bu süreç, belli bir tarihsel ve toplumsal bağlam içerisinde gerçekleştirilir (Yaylagül, 2006). Kişiler arasında kurulan iletişimsel ilişkilerde, iletişimde bulunan insanların sahip oldukları inanç, tutum ve davranışlar önemli bir yere sahiptir (Yaylagül, 2006). Dolayısıyla iletişim, sosyal unsurlardan etkilenen dinamik yapısıyla yüz yüze etkileşimin çok önemli olduğu dernek ve vakıflarda, oyunlaştırma ve oyunsal unsurların kullanımını stratejik açıdan da zorunlu kılmaya başlamıştır.

Oyunların hayatımızın her alanında artan etkisiyle bugün birçok kurum, oyunlardaki bu dinamik yapıyı insan kaynakları ve iletişim stratejilerine uygulamaya çalışmış, projelerinde oyunlaştırma uygulamalarına yer vermeye başlamıştır. Kurumlarda birçok alanda oyunlaştırılmış öğeler kendilerine ciddi bir biçimde yer bulurken, kamusal alanda faaliyet gösteren çeşitli dernek ve kuruluşların da oyunlaştırma uygulamalarıyla iletişim stratejilerini geliştirmeleri olası bir durumdur. Kevin Werbach oyunlaştırmayı: “Oyun elementlerinin oyun tasarım konseptlerinin oyun olmayan alanlarda kullanılmasına denir.” şeklinde tanımlar. Buna ek olarak

Zichermann oyunlaştırmayı, kullanıcılarla oyun bağlamında ve oyun mekaniği kullanarak, sorun çözme amacıyla iletişim kurulması (Zichermann, 2011) şeklinde nitelendirir. Oyunlaştırma çalışmaları, normalde oyun olarak görülmeyen çeşitli aktivitelerin daha basit, eğlenceli ve ilgi çekici hale getirilmesi için hazırlanan düzeneğe verilen isimdir (Deterding, 2011). Bununla birlikte, bireysel farklılıkların ve kollektif bir bilincin varlığından söz edebileceğimiz bu derneklerde, oyunlaştırma projelerinin katılımcılarını, dernek amaçları doğrultusunda eğlenceli unsurlarla teşvik ettiğinden bahsetmemiz de mümkündür. Çeşitli eğlence ve motivasyon araçları ile oyunlaştırma uygulamasının hedeflerine ulaşabilmesi için kullanıcının bu süreçten keyif alması sağlanır. Motivasyon, bireyin içinden gelen güçlerle belirli hedeflere erişmek için istendik davranışlar oluşturması (Keser, 2006) olarak kabul görür. Motivasyon kavramı için dilimizde; güdülenme, isteklendirme, teşvik etme gibi kavramlar kullanılmaktadır (Karaköse ve Kocabaş, 2006). Vakıf ve dernekler gibi kuruluşlarda sosyal faaliyetlerde bulunan insanlar için de bu devamlılığın sağlanabilmesi için belki de en önemli itki, gerekli motivasyonun sağlanabilmesidir.

Bu çalışma; Ekim 2024 - Aralık 2024 tarihleri arasında, Make A Wish Türkiye Derneği gönüllülüğüne devam eden kişiler üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın temel amacı, oyunlaştırma unsurlarının gönüllü katılımı ve motivasyonu üzerindeki etkilerini ölçmektir. Araştırma da uygulama önu bir anket gerçekleştirilmiş, bu ankete 68 kişi katılmıştır. Proje bitiminde uygulanan ankete ise toplam 23 kişi katılım göstermiştir. 2024 Ekim, Kasım ayları içerisinde aktif gönüllülük faaliyetinde bulunan 49 dernek gönüllüsü, 3 farklı kategori ve puanlama sisteminde değerlendirilerek, hazırlanan web uygulamaya işlenip, puanlanmıştır. Bunlara ek olarak Ekim ve Kasım ayları içerisinde aktif olduğu tespit edilen 6 gönüllü ile görüşme gerçekleştirilerek, dernekte uygulanan oyunlaştırma projesiyle ilgili fikirlerine de araştırmada yer verilmiştir. Dernek yapısı ve gönüllülerin profili en ince ayrıntısına kadar düşünülerek hazırlanan bu çalışmada, oyunlaştırma kavramının gönüllülerin motivasyonuna etkisi olup olmadığı konusunda çeşitli çıkarımlarda bulunulmuştur.

Ekim ayında yapılan etkinliklere katılan toplam gönüllü sayısı $N=28$ 'iken oyunlaştırma uygulamasının yapıldığı kasım ayında aktif gönüllü sayısı $N=40$ 'a kadar yükselmiştir. Katılımcı sayısında $Q=42,85$ 'lik bir artış gözlemlenmiş olup, bu durum etkinliklere olan ilginin arttığı şeklinde düşünmemizi sağlamıştır. Proje sürecinde katılımın artması, oyunlaştırma projesinin gönüllü motivasyonunu olumlu etkilediğini

düşündürmektedir. Puanlama, rozet sistemi ve liderlik tabloları gibi unsurların katılımcılar üzerinde olumlu bir etki yarattığı görülmüştür. Bu sistemlerin, gönüllülerde içsel motivasyonu artırdığı ve memnuniyet ile farkındalık düzeylerinde genel olarak bir artış gözlemlenmiştir. Özellikle, projelerdeki eğlenceli unsurların, oyunlaştırma yaklaşımlarının ve görünürlüğün hissedilmesinin, gönüllüler üzerinde olumlu bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Oyunlaştırma projesi sonrası, katılımcılar arasındaki etkileşim ve diğer gönüllülerin katkılarının da görünürlüğü, uygulamaya katılanlarca farkedilmiştir. Proje boyunca düzenli olarak güncellenen liderlik tabloları ve gönüllülere sunulan rozetler, katılımın sağlanmasına katkı sunmuştur.

Yapılan yüz yüze görüşmeler, oyunlaştırma uygulamasına katılan gönüllülerin projeye yönelik algılarının olumlu yönde etkilendiğini göstermiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı, diğer gönüllülerle aynı amaç için çabalamanın kendilerini mutlu ettiğini yüz yüze görüşmelerde ifade etmiştir. Bununla birlikte, bazı katılımcılar oyunlaştırma projelerinin kendileri üzerinde sınırlı bir etkisi olduğunu belirtilmiştir. Bu gönüllüler uygulamanın aidiyet duygularını herhangi bir şekilde değiştirmedeğini sözel olarak dile getirilmiştir. Buna ek olarak dernek içindeki dostluk ilişkilerinden memnuniyet düzeyinde belirgin bir artış yaşanmış olduğu hem anketlerde hem de yüz yüze görüşmelerde gönüllülerce ifade edilmiştir. Bu durum, dernek içi gönüllülerce yeni bir iletişim kanalı oluştuğunun da bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Dilek Yıldızım Sensin” projesi kapsamında yapılan bu çalışma, oyunlaştırma uygulamalarının kamu yararı faaliyet gösteren derneklerde etkileşim ve motivasyonu artırma niteliğini ortaya koymuştur. Oyunlaştırma projesi öncesi ve sonrası uygulanan anketlerden elde edilen veriler, projenin gönüllüler üzerinde genel olarak olumlu etkiler yarattığı izlenimi vermektedir. Motivasyon ve memnuniyet düzeylerindeki artış istatistikleri, eğlenceli unsurların gönüllüler üzerindeki olumlu etkileri ve iletişimin güçlenmesi, projenin başarısını destekleyen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak, oyunlaştırma uygulamalarının kamu yararına faaliyetlerde kullanımının, gönüllülerin motivasyonunu artırma ve sosyal iletişim bağlarını güçlendirme hususunda önemli bir potansiyel taşıyabilme özelliğini bize bu proje ile göstermiştir. Yani elde ettiğimiz veriler oyunlaştırma uygulamalarının, dernek faaliyetlerinin görünürlüğünü artırma, katılımcılar arasındaki etkileşimi kuvvetlendirme ve genel motivasyonu yükseltme potansiyeline sahip olduğunu bize

cidde bir biçimde dūřündürmüřtür. Bu çalışmanın, gelecekte kamu yararına faaliyet gösteren kuruluşlarda oyunlaştırma projeleri için teorik ve pratik bir kaynak niteliğinde olması temennimizdir.



Bölüm 8

Öneriler

Bu kısım uzun tutlmayacak, önceden de sınırlılıklar kısmında bahsedilen konulara ek bir kısım olarak ileride oyunlaştırma projesi yapmak isteyen dernek ve uzmanlara fayda sağlayabilecek birkaç hususu kısaca ele alacaktır.

Çalışmada verilerin analizinde en çok zorlanılan kısım, projenin süresidir. Oyunlaştırma uygulamalarının en nihai amacı, kişide bir davranış değişikliği yaratma çabası ve bu davranış değişikliğinin devamlı hale getirilmesidir. Bu nedenle yapılacak projelerin çıktılarının daha iyi analiz edilebilmesi, daha çok veri toplanabilmesi ve daha net okunabilir istatistikler tutulabilmesi için proje süresi mümkün olabildiği kadar uzun tutulmalıdır. Ayrıca eğer proje için bir anket uygulanacaksa, örneklem içerisindeki kişiler sabit olarak belirlenmeli, o kişilere proje bitene kadar düzenli olarak sorular yöneltilmeli ve aynı kişiler üzerinden istatistikler tutulmalı, birebir iletişim halinde olunmalıdır. Bu durum kişilerin davranış ve tutumlardaki değişimi gözlemlemeyi kolaylaştıracaktır.

Son olarak uygulanmak istenen oyunlaştırma projesinin, gerçekleştirileceği derneğin dinamiklerine, projelerine ve gönüllülerine özgü olması, oyun mekaniklerinin bu unsurlar gözetilerek titizlikle hazırlanması tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (2011). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi* (Ülner, N., Tüzel, M., Gen, E.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aker, Ç., Bostan, B., Rızvanoğlu, K. (2017). Methodological Review Of Playability Heuristics. İstanbul: Proc. Eurasia Graph.
- And, M. (2012). *Oyun ve Būgü, Türk Kültüründe Oyun Kavramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Arendt, H., Habermas, J., King, M. L., Dworkin, R., Rawls J., Saner, H., Galtung, J., Thoreau, H. D. (1997). *Kamu Vicdanına Çağrı, Sivil İtaatsizlik*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Atiker, B. (2021). Artırılmış Gerçeklik Oyunları. Süngü, E. ve Bostan, B. *Dijital Oyunlar Oynayış ve Anlam* (ss. 307-342). Ankara: Nobel.
- Balcı, D. (2021). Oynama Pratikleri, Genişletilmiş Kurallar ve Oyuncu Eylemliliği. Süngü, E. ve Bostan, B. *Dijital Oyunlar Oynayış ve Anlam* (ss. 343-367). Ankara: Nobel.
- Bayraktar, Ö. (2015). *Bir İletişim Modeli Olarak Oyunlaştırma*. İstanbul: Selis.
- Beeuning, L. G. (2018) *Mutlu Beyin*. İstanbul: Aganta Kitap.
- Bogost, I. (2015). *How To Talk About Videogames*. London: University of Minnesota Press.
- Bogost, I. (2014). Why Gamification is Bullshit. Walz S. P., Deterding S. *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*. The Mit Press.
- Bostan, B. (2022). *Dijital Oyunlar ve İnteraktif Anlatı*. İstanbul: The Kitap.
- Burke, B. (2014). *GAMIFY How Gamification Motivates People to do Extraordinary Things*, New York: Routledge.
- Caillois, R. (2001). *Man, Play and Games*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.

- Eco, U. (2019). *Açık Yapıt*. İstanbul: Can Yayınları.
- Fink, E. (2015). *Bir Dünya Sembolü Olarak Oyun*. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Habermas, J. (2003). *Kamusalılığın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı, 1. Cilt / Eylem Rasyonelliği ve Toplumsal Rasyonelleşme*. İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.
- Habermas, J., Jameson, F., Lyotard, J. F. (1994). *Postmodernizm*. İstanbul: K1Y1 Yayınları.
- Huizinga, J. (2006). *Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hunter, D., Werbach K. (2012). *For The Win, How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Philadelphia: Wharton Digital Press.
- Lang, P. (2020), *Contemporary Topics in Computer Graphics and Games* (ss. 111-145). New York: Peter Lang AG.
- Mcluhan, M., Powers, B.R. (1998). *Global Köy*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Mcluhan, M. (1995). *Understanding Media, The extensions of man*. London: The MIT Press.
- Narman, G. (2023). *Kar amacı gütmeyen kuruluşlarda oyunlaştırmanın bağış alanında kullanımına yönelik bir araştırma: q-metodu analizi ile bağışçı algılarının incelenmesi*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Polat, V. (2016). *Kitle İletişim Kuramları*. İstanbul: T. C. İstanbul Üniversitesi.
- Sennett, R. (2013). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sepetçi, T. (2022). Etkili Bir İletişim Aracı Olarak Oyunlaştırmaya Yönelik Bir Alanyazın Değerlendirmesi. *Uluslararası Halkla İlişkiler Ve Reklam Çalışmaları Dergisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.
- Sezgin, S., Bozkurt, A., Yılmaz, N. A., Linden, N. (2018). *Oyunlaştırma, Eğitim ve Kuramsal Yaklaşımlar: Öğrenme Süreçlerinde Motivasyon, Adanmışlık ve*

Sürdürülebilirlik. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi.

Suits, B. (2012). *Çekirge; Oyun, Yaşam ve Ütopya*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sutton, S. B. (2001). *The Ambiguity of Play*. London: Harvard University Press.

Winnicott, D. W. (2021). *Oyun ve Gerçeklik*. İstanbul: Metis Yayınları.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Zichermann, G., Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. Canada: O'Reilly Media.

Werbach, K., Hunter, D. (2015). *The Gamification Toolkit: Dynamics, Mechanics, and Components for the Win*. Philadelphia: Wharton Digital Press.