Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi / Galatasaray Üniversitesi Journal of Communication
Yıl / Year: 2025 – **Sayı / Issue:** 43 – **ss / pp.** 167-190 – **e-ISSN:** 2548-124X **DOI:**10.16878/gsuilet.1791287

Makale Başvuru Tarihi / Date Received: 25.09.2025
Makale Revizyon Tarihi / Date Revised: 19.11.2025
Makale Kabul Tarihi / Date Accepted: 12.12.2025

Araştırma Makalesi / Research Article / Article de Recherche

Oyun ve Anlam: Oyuncu Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi

Çakır AKER
Dr. Öğr. Üyesi
Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi
cakir.aker@bau.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0945-9251

Abstract

Game and Meaning: Analysis of Player Expectations and Experiences

Technological, cultural, and social developments have begun to change media consumption habits for entertainment purposes. In particular, the literature frequently emphasizes that hedonic experiences make significant contributions to user experience. However, in the field of digital games and game studies, there has also been a shift away from the traditional perspective that views games merely as hedonic experiences providing pleasure and enjoyment. This study, therefore, aims to contribute to the field by revealing the eudaimonic effects of game experience beyond its hedonic aspects. In this descriptive research, a sample of 99 participants completed the Turkish version of the HEMA-R questionnaire, and the analysis was deepened through semi-structured questions. The findings demonstrate that hedonic and eudaimonic experiences are not opposing concepts, that eudaimonic experiences enhance memorability and the perception of appreciation/value, and that meaning within the gaming experience contributes to hedonic aspects such as pleasure and enjoyment.

keywords: *game, player experience, eudaimonia, hedonia, motivation*

Résumé

Jeu et Sens : Analyse des Attentes et des Expériences des Joueurs

Les développements technologiques, culturels et sociaux ont transformé les habitudes de consommation des médias à des fins de divertissement. La littérature souligne en particulier que les expériences hédoniques contribuent de manière significative à l'expérience utilisateur. Toutefois, dans le domaine des jeux numériques et des game studies, on observe une remise en question de la perspective traditionnelle qui considère les jeux uniquement comme des expériences hédoniques procurant plaisir et amusement. Cette étude vise ainsi à contribuer au champ en mettant en évidence les effets eudaimoniques de l'expérience de jeu au-delà de ses dimensions hédoniques. Dans le cadre de cette recherche descriptive, un échantillon de 99 participants a complété la version turque du questionnaire HEMA-R, et l'analyse a été approfondie à l'aide de questions semi-structurées. Les résultats montrent que les expériences hédoniques et eudaimoniques ne constituent pas des concepts opposés, que les expériences eudaimoniques renforcent le caractère mémorable de l'expérience ainsi que la perception de la valeur et de l'appréciation, et que la dimension de sens au sein de l'expérience vidéoludique contribue également à des aspects hédoniques tels que le plaisir et l'amusement.

mots-clés: *jeu, expérience du joueur, eudaimonie, hédonie, motivation*

Öz

Teknolojik, kültürel ve toplumsal gelişmeler eğlence amaçlı medya tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye başlamıştır. Özellikle hedonik deneyimlerin kullanıcı deneyimine önemli katkılar sağladığı literatürde sıklıkla belirtilmiştir. Ancak önemi gittikçe artan dijital oyunlar ve oyun çalışmaları alanında oyunların keyif ve zevk veren salt hedonik deneyimler olduğu yönündeki geleneksel bakış açısından da uzaklaşılmaktadır. Bu çalışma da alana katkı sağlamak amacıyla, oyun deneyiminin hedonik yönünün ötesinde, eudaimonik etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca çalışmada, oyuncu deneyimi bağlamında hedoni ile eudaimoni arasındaki ilişkinin keşfedilmesi amaçlanmıştır. Yapılan bu betimsel çalışmada, oyuncuların oyun deneyimlerinin hedonik ve eudaimonik olarak incelenmesi mümkün olmuştur. 99 kişilik bir örneklem üzerinden HEMA-R Türkçe anketi yapılmış ve yarı yapılandırılmış sorular ile analiz derinleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda hedoni ve eudaimoni deneyimlerinin birbirine zıt kavramlar olmadığı, eudaimonik deneyimin akılda kalıcılığı ve takdir/kıymet algısını kuvvetlendirdiği ve oyun deyiminde anlamın haz/keyif gibi hedonik deneyimlere katkıda bulunduğu ortaya çıkmıştır.

anahtar kelimeler: *oyun, oyuncu deneyimi, eudaimoni, hedoni, motivasyon*

Giriş

Son on yılda özellikle eğlence amaçlı medya tüketimi hem sektörü hem de akademik araştırma alanlarını dönüştürmektedir. Özellikle kullanıcı odaklı deneyim tasarım yaklaşımlarının önem kazanması ve etkileşim tasarımı alanında kullanıcı deneyiminin temel unsur haline gelişi bu tür medya çıktılarının deneyimsel olarak analiz edilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Kullanıcıları anlamadaki bu yaklaşımlar, doğal olarak kullanıcı deneyimi ve memnuniyetine yönelik ilgiyi de beraberinde getirmiştir. Deneyimde özellikle hedonik perspektif kullanıcı deneyimi araştırmalarında odak noktası haline gelmiştir ve birçok yazar, kullanıcı deneyimi tasarımının zevk ve olumlu duygular sağlayarak insanların memnuniyetine katkıda bulunabileceğini savunmuştur (Desmet & Pohlmeyer, 2013; Hassenzahl, 2014). Ancak kullanıcı deneyimi alanında yapılan çalışmalar da değişmeye başlamış ve derinleşmiştir. Hassenzahl (2014), deneyim tasarımının hem zevk hem de anlam sağlayan teknolojiler yaratmaya çalışması gerektiğini savunurken, Desmet ve Pohlmeyer (2013) olumlu tasarımın sadece zevk sağlamakla kalmayıp, kişisel hedefleri destekleyerek ve/veya erdemli davranışları kolaylaştırarak insanların memnuniyetini ve pozitif deneyimini artırabileceğini belirtmiştir ve bunu eudaimoni (ödömoni) kavramı ile açıklamışlardır. Dolayısıyla eğlence odaklı medyanın incelenmesi amacıyla çeşitli deneyime yönelik kavramlar da kullanıcı araştırmaları alanında ortaya atılmıştır. Hedonik veya bir başka deyişle hazcı yaklaşımların dışında, eudaimonik güdülerin de eğlence amaçlı medya tercihini ve kullanımını yönlendirdiği bilinmektedir. Oliver ve Raney (2011), film izleyicilerinin istikrarlı eudaimonik güdülere sahip olduğunu, yani seçimlerinde anlamlı, düşündürücü, zorlayıcı ve dokunaklı deneyimler sunan filmleri tercih ettiklerini göstermiştir. Benzer şekilde, Lozano Delmar ve diğer araştırmacılar (2018), kurgusal TV dizilerini izlemek için iki istikrarlı eudaimonik motivasyon bulmuştur: (1) bilişsel-entelektüel gelişim (yani, düşünmeyi tetikleyen, merak uyandıran ve özgün hikâye anlatımına sahip TV dizilerini tercih etme) ve (2) sosyal-duygusal gelişim (yani, izlerken sosyal ve duygusal olarak dahil olmayı tercih etme). Koopman (2015), kitap okumak için de benzer motifler ortaya atmıştır. Sonuç olarak, bu bulgular insanların eğlence medyasını sadece zevk için değil, aynı zamanda anlam üreten veya bir başka deyişle eudaimonik nedenlerle de tükettiklerini göstermektedir. Ancak oyuncu deneyimi alanında anlam kavramına odaklı olarak eudaimonik deneyimleri inceleyen çok az deneysel çalışma karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar son yıllarda bu konuda yapılan araştırmalar artmaya başlamış olsa da Possler ve diğer araştırmacılar (2024) alandaki eksikliğe işaret etmiş, oyun çalışmaları çerçevesinde yapılan deneysel araştırmaların oldukça az olduğunu belirtmiş ve oyun alanında oyuncu deneyimi ve motivasyonları perspektifinde yapılan çalışmalarda eudaimonik deneyimlerin incelenmesinin olması gerektiğinden daha az olduğunu söylemiştir. Yaptıkları çalışmada bu eksikliği gidermek üzere spesifik olarak belirlenmiş beş farklı oyunu ele alıp çeşitli disiplinler arası ölçekler aracılığıyla bu oyunların takipçileri üzerinde araştırmalarını gerçekleştirmişlerdir. Her ne kadar alanda önemli katkılarda bu-

lunan çıkarımlar sunmuş olsalar da araştırma esnasında seçilen kullanıcıların, belirlenen bu beş oyun çerçevesinde seçilen oyunların sıkı takipçileri olması gibi faktörlerin çalışmada sınırlayıcı rol oynadığına değinmişlerdir. Aynı zamanda daha fazla ve çeşitli örnekler üzerinden yapılacak olan çalışmalara da bu bağlamda ihtiyaç olduğunun altını çizmişlerdir (Possler vd., 2024).

Eudaimonik deneyimler üzerine yapılan araştırmalar genellikle filmler veya çevrimiçi video klipler gibi etkileşimli olmayan eğlence amaçlı medya üzerine odaklanmaktadır. Ancak son yıllarda bazı çalışmalar dijital oyunlar ve bu oyunların bu özel deneyimleri nasıl ortaya çıkarabileceği üzerine kaymıştır (Örn. Oliver vd., 2016; Daneels vd., 2023; Daneels vd., 2020). Özellikle oyunların sunduğu etkileşim imkanı ve deneyimin oyuncu tarafından üretilmesi gibi sebeplerle oyun çalışmaları alanında pek çok farklı akademik çalışmaya rastlamak mümkündür. Dijital oyunlar gelişmeye devam ettikçe, çeşitli disiplinlerden araştırmacılar, oyunların oyunculara keyif ve zevk sağlayan salt eğlence medyası olduğu yönündeki geleneksel bakış açısından da uzaklaşmaktadırlar. Bunun yerine, oyunlara yönelik daha karmaşık insan tepkilerinin ve duygularının önemini işaret etmektedirler (Klimmt & Possler, 2019). Dijital oyunların oyun çalışmaları alanındaki etkilerini değerlendirmek için, oyun kullanıcı deneyimi veya başka bir deyişle oyuncu deneyimi yoğun bir şekilde incelenmiştir. Bu alan, duygusal tepkiler, bilişsel ve sosyal katılım, oyuncu ve tabii ki oyunun kendisi de dahil olmak üzere çok çeşitli faktörleri kapsamaktadır. Oyuncu deneyimi kavramının alandaki önemi, eğlence sınırlarının çok ötesine uzanmaktadır. Bir başka deyişle bu kavram, birçok iletişim alanına değerli bir perspektif sunan ve teknoloji, insan davranışı ve sosyal dinamiklerin kesişimine dair bir içgörü sağlayan dinamik ve çeşitli bir alanı işaret etmektedir. Endüstride kabul görmüş oyun tasarımı ve geliştirme pratiklerinin ötesinde, gelişmekte olan bu çalışma alanı psikoloji, sosyoloji ve insan-bilgisayar etkileşimini de araştırma konularını kapsamaktadır. Bu gelişmeleri takiben, oyuncu deneyiminin analizi ve buna yönelik çalışmalar önemli ölçüde hız kazanmıştır. Bu nedenle, oyuncu deneyimini sistematik bir şekilde anlamak ve oyunlardaki çeşitli etkileşim katmanlarının etkilerini belirlemek kritik hale gelmiştir (Zhu vd., 2017). Dahası, oyuncu deneyimi kavramı doğası gereği bireysel bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır, dolayısıyla öznel yorumlamalar da bu kavramın bütünsel olarak anlaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Yaşanan tüm bu gelişmeler neticesinde, oyun araştırmaları alanı, iletişim çalışmaları ve medya psikolojisi gibi kavramları incelmelerine dahil etmiş, hali hazırda kabul görmüş insan-bilgisayar etkileşimi alanında yapılan çalışmalarla, eudaimoni kavramı gibi çok daha geniş duygusal ve bilişsel tepkileri derinlemesine ele almaya başlamıştır. Bir başka deyişle mecranın hızlı evrimine paralel olarak, farklı araştırma alanlarından akademisyenler, dijital oyunları yalnızca keyif/haz veren ve zengin hedonik deneyimler sunan "eğlence araçları" olarak görmemeye başlamışlardır. Öyle ki, oyuncuların oyunda kalmalarını sağlamak, belirlenen görevler çerçevesinde oynamaya devam etmelerini teşvik etmek, oyunlarını başkalarına anlatmalarını ve (eğer varsa) serinin ileride çıkacak diğer oyunlarını satın almalarını

sağlamak için video oyunlarının psikolojik ihtiyaçları karşılayacak şekilde tasarlanması gerektiği dahi anlaşılmıştır (Ryan vd., 2006; Przybylski vd., 2009; Rigby & Ryan, 2011; Jamshidifarsani vd., 2018). Buna paralel olarak oyunların anlam üretme araçları olarak da görülmesi söz konusudur. Ancak bu anlamın subjektif perspektifler yoluyla oluşturulduğu ve bu nedenle literatürde de belirtilen eudaimoni kavramının oyunlar için geçerli olup olmadığı tartışma konusu olmuştur. Pozitif psikoloji alanı, eudaimoni kavramının (iyi olma hali / anlam arayışı) hedoni kavramından (haz arayışı) farklı olduğunu, çünkü belirli motivasyonel bir yönelimle birlikte özgün deneyimsel eşlikçiler içerdiğini öne sürmektedir. Ancak şimdiye kadar, kullanıcı deneyimi araştırmalarında hedoni ve eudaimoni üzerine yapılan ampirik çalışmalar kesin sonuçlar ortaya koyamamıştır (Mekler & Hornbæk, 2016). Son yıllara baktığımızda ise, eudaimoni ve/veya deneyimde anlam üzerine yapılan çalışmalar, oyun araştırmaları alanında oldukça konuşulur hale gelmiştir (Daneels vd., 2023). Yakın zamanda, eudaimonik oyun deneyimlerinin nasıl ortaya çıktığının teorileştirilmesinde önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Gerek yerleşik teorilerden yararlanılarak (Örn. Öz Belirleme Teorisi, Deci ve Ryan, 2012; Oliver vd., 2016), gerekse yeni bakış açıları geliştirilerek bu alanda ilerleme kaydedilmeye çalışılmıştır. Örneğin oyunları daha ziyade sanatsal bir açıdan ele alan çalışmalar mevcuttur. Chew ve Mitchell (2020), oyun oynamanın edebi bir eserin sunduğu deneyime benzer olduğunu savunarak "şiirsel oyun" terimini ortaya atmış ve oyuncunun etkileşiminin oyunun anlamına katkıda bulunduğuna işaret etmişlerdir. Araştırmalar çağdaş oyunların "düşünme, iç gözlem ve temel değerler, temel inançlar ve önemli yaşam dersleri hakkında daha derin bir anlayış kazanma" ile ilgili anlamlılık gibi daha derin eğlence tepkileri de uyandırabileceğini göstermiştir (Oliver vd., 2016). Bu alanda yapılan önemli bir diğer çalışma, Oliver ve diğerlerinin (2016) çalışmasıdır. 512 yetişkin oyuncu arasında yapılan çevrimiçi bir anketle yaptıkları çalışmada katılımcılardan kendilerine özellikle eğlenceli veya özellikle anlamlı buldukları bir oyunu hatırlamaları ve ardından hatırladıkları oyun hakkındaki algılarını derecelendirmeleri istenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda oyuncuların deneyimlerinden hatırladıkları oyunlara yönelik eğlence düzeyi tahmin edildiği gibi yüksek çıkmaktayken, anlamlı deneyimler söz konusu olduğunda takdir/beğeni düzeyi eğlenceli deneyimine göre daha yüksek bir sonuç ortaya koymuştur. Bu durum oyunlarda anlamın öneminin haza nazaran nadir veya niş bir durum olmadığını bize göstermektedir. Yine yukarıda belirtildiği üzere Possler vd., (2024) yaptıkları çalışma benzer çıkarımlarda bulunmakla birlikte, alanda ilerlemek adına spesifik oyunlardan ziyade farklı kültür ve geniş anlamda oyun deneyimi üzerine çalışmalar da gerçekleştirilmesi gerekliliğine vurgu yapmışlardır.

Yapılan bu araştırma da oyun deneyiminin hedonik yapısının incelenmesinin ötesinde aynı deneyimin eudaimonik olarak nasıl bir etkisi olduğunu araştırmayı hedeflemektedir. Yapılan bu betimsel çalışma sayesinde oyuncuların oyunlarda ne kadar haz ve ne kadar anlam aradığını, bu bağlamda beklentilerini ve daha önceki oyun deneyimlerini nasıl hatırladıklarını gözlemek mümkün olmuştur. Aynı zamanda çalışmada hedoni ile eudaimoni arasında (oyuncu deneyimi bağlamında) ne gibi bir ilişki olduğunu keşfetmek de amaçlanmıştır. Bu sayede

daha önce yapılan pek çok çalışmanın işaret ettiği gibi oyun ve anlam ilişkisi kavramına dair bir izlenim sunulması hedeflenmiş ve gelecekte tasarlanacak oyun deneyimlerinde bu kavramlar nezdinde ne gibi çıkarımlar yapılabileceği tartışılmıştır. Son olarak çalışma yerel düzeyde oyun deneyimi analizine dair de katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Hedoni, Eudaimoni ve Oyun Deneyimi

Hedonizm ve eudaimoni arasındaki ayrım, eski Yunan filozoflarına ve onların iyi bir hayat sürmenin ne anlama geldiğine dair düşüncelerine kadar uzanır (Bkz. Delle Fave, Massimini & Bassi, 2011; Tiberius & Mason, 2009). Hedoni kelimesi, Yunanca "*hêdonê*" veya zevk kelimesinden türemiştir. Hedonizm, genellikle hayatın nihai amacının zevki en üst düzeye çıkarmak ve acıyı en aza indirmek olduğunu anlatan felsefi bir fikir olarak karşımıza çıkmaktadır (Huta & Waterman, 2014; Vittersø, 2009). Buna karşılık, 'eudaimoni' veya ödömoni kavramı genellikle, iyi bir yaşamın tüm haz verici unsurlardan değil, sadece yaşamın değerli yönlerinden en yüksek düzeyde yararlanarak elde edildiği fikriyle özdeşleştirilir (Ryan & Deci, 2001; Tiberius & Mason, 2009). Hedonik yönelimler genellikle zevk (Örn. olumlu duygular) ve rahatlık (Örn. gevşeme; Huta, 2016) gibi kavramlarla özdeşleştirilirken, eudaimonik yönelimlerin tanımları özgünlük (kişinin gerçekte kim olduğu), anlam (daha yüksek bir amaca hizmet etmek), mükemmellik (yüksek standartlara ulaşmak) ve kişisel gelişim (kişinin potansiyelini gerçekleştirebilmesi) gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir (Örn. Huta, 2016; Vittersø vd., 2010). Bu anlamda, hedoni öznel, anlık ve sonuca odaklı ruh hallerini temsil ederken (iyi veya kötü duyguların varlığı veya yokluğu), eudaimoni ise anlam ve gelişimin bilişsel değerlendirmeleri gibi işlevsel süreçleri temsil eder (Kahneman, 1999; Keyes, Shmotkin, & Ryff, 2002; Ryan, Huta, & Deci, 2008).

Daha önce de bahsedildiği üzere, bazı farklı disiplinlerden çalışmalar hedoni ve eudaimoni kavramlarını hem ayrı ayrı hem de kendi arasındaki ilişkiler nezdinde incelemeye çalışmıştır. Fakat oyuncu deneyimi alanı açısından bakıldığında alanın eudaimoni çerçevesinde yeterince incelenmediği gerçeği karşımıza çıkmaktadır. Bununla alakalı Daneels vd., (2023), yaptıkları literatür araştırmasının ardından oyun araştırmalarında her ne kadar son yıllarda oyun ve eudaimoni ilişkisine dair çalışmaların hızla arttığını gözlemlemiş olsalar da eudaimonik güdülerin alanda büyük ölçüde ihmal edildiğini tespit etmişler ve oyun motivasyonları üzerine yapılan geniş kapsamlı akademik çalışmalar göz önüne alındığında, bu durumun dikkat çekici olduğunu belirtmişlerdir. Aynı çalışmada bu durumun muhtemel bir sebebi olarak eudaimoni kavramının farklı şekillerde yorumlanmasını öne sürmüşlerdir. Oysa hedoni, oyunların ayrılmaz bir parçası olan zevk ve olumlu duygularla ilgili iken, oyunların motivasyonel çekiciliği de eudaimonik ihtiyaçlara dayanıyor olabilir (Przybylski, Rigby ve Ryan, 2010). Bu faktörler arasındaki bağlantıları anlamak, araştırmacıların, tasarımcıların ve uygulayıcıların daha iyi deneyimler tasarlamasına olanak sağlayabilir. Bunun yanı sıra, oyuncuların oyun içi öğelere dayanarak

kendilerini düşünme ve anlamaya çalıştıkları deneyimler de insan bilgisayar etkileşimi alanı da dahil olmak üzere farklı alanlarda incelenmiştir (Örn. Mekler vd., 2018). Duygusal olarak etkili ve içsel deneyimler, mevcut insan bilgisayar etkileşimi araştırmalarında eudaimoni kavramıyla bağlamsal olarak ilişkili görünmekle birlikte, her zaman bu kavramla özdeşleştirilememiştir. Zevk ve eğlence (hedonik deneyimler) eğlence amaçlı medyanın sağladığı deneyimlerin odak noktasını büyük ölçüde belirlemiş olsa da (Örn. Sherry, 2004), modern oyunların daha karmaşık, eudaimonik deneyimler de uyandırdığı görülmüştür. Bu deneyimler arasında anlam, öz değer hissetme veya duygusal olarak etkilenme gibi duygular sayılabilir (Daneels vd., 2021). Bazı araştırmalar ise, genel hedoni odaklı yaklaşımların aksine eudaimonik motivasyonların oyuncuların eğlence deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğunu ileri sürmüştür (Örn. Klimmt & Possler, 2019), ancak yine de bu kavram oynamayı motive eden etmen olarak oyun çalışmaları alanında nadiren tartışılmıştır. Aksine, en yaygın oyun oynama motivasyonu olarak anlamlı deneyimler elde edilmesi yerine zevkli deneyimlere odaklanılması söz konusu olagelmiştir (Possler vd., 2020). Nitekim, alanda yapılan sistematik incelemeler oyun oynamanın eudaimonik nedenlerine ilişkin doğrulanmış ölçeklerin literatürde neredeyse hiç bulunmadığını (Holl vd., 2024) ve oyunlarda eudaimoni/anlam üzerine yapılan çalışmaların da çok az olduğunu ortaya koymuştur (Daneels vd., 2021; Possler vd., 2022). Dahası eudaimonik oyun motivasyonları konusunda literatürdeki eksikliğinin olası bir açıklaması, oyuncuların eudaimonik nedenlerle değil, haz arayışı ile oyunları deneyimlemesi ve dolaylı olarak bunu takiben ve sıklıkla bir sonuç olarak eudaimoni deneyimi yaşaması (Possler vd., 2020) görüşü hakimdir. Genel anlamda, oyun deneyimi alanında mevcut kuram, oyundaki etkileşimler ile aktif oynama odağında ilerlemektedir. Bunu takiben ortaya çıkan deneyimin bir çıktısı olarak eudaimonik deneyimlerin ele alındığı gerçeği de mevcut kuramın yaklaşımı arasındadır (Daneels vd., 2023). Aktif oyun oynamanın ötesinde özellikle dijital oyunlar ve oyun kültürüyle etkileşim (bkz. Meriläinen, 2023) nadiren dikkate alınmaktadır. Ancak, bu dolaylı etkileşim biçimlerinin, özellikle yoğun olarak oyun oynayanlar için, eudaimonik deneyimleri ortaya çıkarabilmesi ihtimali de oldukça kuvvetlidir. Oyuncuların oyunlardan beklentileri de bu bağlamda ele alınmalıdır. Örneğin, dahil olunan oyun topluluklarında veya çevrimiçi oyun videolarını izlerken de derin sosyal bağlar kurulabilir (Örn. Kreissl vd., 2021) ve anlatı ile karakterlerin etkisi, transmedya yoluyla (Örn. oyunla ilgili basılan kitaplar veya televizyon dizileri) derinleşebilir. Daneels, Vandebosh ve Walrave'nin yaptığı literatür araştırması (2023), eudaimonik oyunlarla ilgili çalışmaların büyük ölçüde insanların dijital oyunlar oynarken veya oynadıktan hemen sonra yaşadıkları belirli deneyimlere odaklandığını göstermiştir. Oyun araştırmalarında eudaimonik motivasyonların büyük ölçüde ihmal edildiğini işaret etmiş ve bu durumun, oyun motivasyonları üzerine yapılan geniş kapsamlı akademik çalışmalar göz önüne alındığında dikkat çekici olduğunu belirtmişlerdir. Bu çalışma da buna paralel olarak, teorik ve veriye dayalı perspektif ile oyun çalışmaları alanındaki bu araştırma boşluğunu ele almayı hedeflemektedir.

Araştırma Yöntemi

Yapılan bu çalışma betimsel bir araştırma çalışması olup oyuncuların oyun deneyimlerinin hedonik ve/veya eudaimonik olarak incelenmesini hedeflemektedir. Yukarıda da bahsedildiği üzere hedoni, genellikle oyun oynamakla ilişkili zevk ve eğlence olarak tanımlanırken (Klimmt & Possler, 2021), eudaimoni kavramının tanımı oyun araştırmaları alanında daha az açıklığa sahiptir. Aynı zamanda literatür araştırmaları da eudaimoni tanımlarının çeşitliliğine vurgu yapmıştır (Daneels vd., 2021). Bahsi geçen tanımlar bu kavramın genellikle anlamlılık (Örn. Oliver vd., 2016), duygulanma (Örn. Bopp vd., 2016), duygusal zorlukların üstesinden gelme (Örn. Bopp vd., 2018), kendini yansıtma (Örn. Mekler vd., 2018), derin sosyal bağlara sahip olma (Örn. Rogers vd., 2017), nostalji (Örn. Wulf & Baldwin, 2020) hayranlık (Possler vd., 2018) ve yüceltme (Daneels vd., 2020) gibi deneyimlerle ilişkilendirmişlerdir. Oyun oynamanın birçok eudaimonik deneyime yol açabileceği göz önüne alındığında, eudaimoninin oyuncuların oyunlara yönelmesinin önemli bir nedeni olduğu da muhtemel görünmektedir. Elbette bazı araştırmalar eğlence medyasının hazcı perspektifle incelenmesinden uzaklaşarak eudaimoni kavramını ele almış ve kullanmayı amaçlamıştır. Örneğin, Huta ve Ryan (2010), geliştirdikleri "Hedonic and Eudaimonic Motives for Activities (HEMA)" ölçeğinde genel eudaimonik yönelimleri "mükemmelliği aramak [...] kendinizdeki en iyiyi ortaya çıkarmak [...] bir beceri geliştirmek, öğrenmek veya bir şey hakkında içgörü kazanmak [...] inandığınız şeyi yapmak" olarak ölçmeyi amaçlamıştır. İnsan-bilgisayar etkileşimi alanında da karşımıza çıkan bu ölçek (Örn. Seaborn, 2016) temelde "iyi oluşu" ve "takdir edilme" gibi duyguları değerlendirmek için bir yönelim analizi yaklaşımını benimsemiştir: Eudaimoniyi bir sonuç olarak değil, motivasyona doğrudan etki edebilen bir faktör olarak değerlendirmektedir.

Ayrıca, HEMA ölçeği diğer araçlardan farklı olarak, hedoni ve eudaimoni kavramlarını, birbirinden ayrı ve karşılaştırılabilir alt ölçekler şeklinde paralel kavramlar olarak sunmaktadır. Bir başka deyişle motivasyonel yönelimleri incelenmesi esnasında hazcılığın yanı sıra eudaimonik güdülerin de ayrıca incelenebilmesini sağlamayı amaçlayan bir ölçektir. Huta ve Ryan (2010), hedonizm ve eudaimoni kavramlarını deneyimler olarak değil, motivasyonel yönelimler (yani güdüler) olarak kavramsallaştırmışlardır. Bu ölçek, iyi olma hali/refahı bir dizi yönelim olarak ölçmeyi hedeflemektedir; kişinin hayata dair yaklaşımını sorgulamak için; kişinin belirli bir anda veya belirli bir süre boyunca yaklaşımlarını sorgulamak için; ya da durumsal düzeyde kişinin belirli bir faaliyet türüne yönelik yaklaşımlarını sorgulamak için bu ölçeğin kullanımı söz konusudur. Bu bağlamda özellikle kullanıcı deneyimi odaklı araştırmalarda kullanılması söz konusu olmuştur. Deneyim ve etkileşim üzerine kurulu oldukça önemli bir alan da dijital oyunlardır ve bu nedenle çalışmada HEMA ölçeğinden yararlanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. Bu doğrultuda, bu araştırmada HEMA ölçeğinin Türkçe olarak tasarlanmış ve valide edilmiş HEMA-R ("The Hedonic and Eudaimonic Motives for Activities-Revised") versiyonu kullanılmıştır (Subaşı vd.,2025). Bozdemir (2023), HEMA ölçek maddelerini içeren bir metodoloji kullanarak Türkçe'ye çevrilmesini sağlamıştır. Çalışma-

da, katılımcıların da ana dilinin Türkçe olması nedeni ile bahsedilen ölçeğin Türkçe versiyonu kullanılmıştır. Ölçeğin uygulanması aşamasında çevrim içi bir anketten yararlanılmış ve 10 soruluk bu ölçek katılımcılara cevaplamaları için sunulmuştur. Bu sorulardan önce ise katılımcıların çeşitli oyun alışkanlıklarına dair temel bilgiler yine anket yoluyla alınmıştır. Oyuncu profillerini görebilmek ve oyuncuları daha iyi anlayabilmek adına haftada kaç gün oyun oynadıkları ve ne kadar zamandır oyun oynadıkları sorulmuştur. Akabinde genel olarak tercih ettikleri oyun türlerini de kavrayabilmek ve çalışmada içgörü de sağlayabilmesi adına son zamanlarda hangi oyun türlerini oynamayı tercih ettikleri de sorulmuştur. Son olarak katılımcılara anketin içeriğinde bulunmaması ihtimaline karşı açık uçlu bir soru da yönlendirilmiştir. Oyunların haz odaklı veya anlam odaklı oluşlarına dair geniş anlamda bir cevap vermeleri opsiyonel olarak istenmiştir. Bu sayede katılımcılardan öznel fikir ve görüşlerin de toplanması amaçlanmıştır. Son olarak katılımcılardan hangi tür oyunları daha çok oynadıklarına dair bilgiler de alınmış ve eklemek istedikleri yorumlar da varsa sorulmuştur.

Toplamda 108 katılımcı paylaşılan anketi yanıtlamıştır. Katılımcıların oyun deneyimlerine odaklanılacağı göz önünde bulundurularak ankette öncelikli olarak oyun oynama deneyimine yüksek derecede sahip katılımcılar hedeflenmiştir. Bunu sağlayabilmek adına ilk adımda dijital oyun tasarımı öğrencilerine ulaşılması mümkün olmuştur. Bunun yanı sıra dijital oyun tasarımı alanında çalışmakta olan sektör çalışanları ve oyuna şahsen ilgi duyan kişiler de ankete dahil edilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (N=101) 5 yıl ve üzeri zamandır oyun oynadığını belirtmiştir. Bu kişiler aynı zamanda haftada iki gün veya daha fazla oyun oynadıklarını belirtmişlerdir. Oyunculardan iki katılımcının anketi hatalı doldurması nedeniyle yalnızca geçerli anket sonuçları değerlendirmeye alınmıştır. Bu bağlamda genel çerçevede geçmişte oyun deneyimine sahip ve halen oyun oynamakta olan kişiler çalışmaya katkıda bulunmuştur. Aynı zamanda spesifik bir veya daha fazla oyun üzerinden değil, genel oyun eğilimleri açısından incelemenin uygun olacağı düşünülmüş ve buna göre katılımcıların geniş çerçevede oyun deneyimi izlenimlerine dair yanıtlar alınması amaçlanmıştır. Belirli bir oyunun spesifik bir detayının (örneğin oyun mekaniğinin veya anlatısının) yarattığı veya yaratması muhtemel deneyimine değil, katılımcıların bütüncül oyun deneyimlerine dair görüşler alınması hedeflenmiştir. Bu sebeple son aşamada haftada iki günden fazla oyun oynayan ve beş yılın üzerinde oyun deneyimine sahip katılımcıların bulunduğu bir anket havuzu elde edilmiştir (N=99). Son kertede bu katılımcılar 5 yıl veya daha uzun zamandır ve haftada en az iki gün oyun oynayan kişileri temsil etmektedir.

Yapılan çalışmada yarı yapılandırılmış yorum soruları da yöneltilmiş ve kalitatif bir bakış açısı sunmayı hedeflemiştir. Yapılan anket çalışması ise bu araştırmaya kantitatif veri sunma şansı tanımıştır. Betimsel olarak yapılan incelemeler neticesinde bu anket sonuçları üzerinden bazı çıkarımlar yapmak da mümkün olmuştur. Verilerin analizinde Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı olan (IBM Statistical Package for the Social Sciences-SPSS) 22.0 istatistik programı kullanılmıştır. İlk olarak anket cevaplarının normal dağılım sergileyip sergilemediklerine göre betimsel

istatistikler incelenmiştir. Yapılan çalışmada aynı kişilerden hem hedoni hem de eudaimoni üzerine hazırlanmış soruların yanıtları alındığından buna uygun analiz yöntemleri eşliğinde sonuçların incelenmesi gerekmiştir. Eşleştirilmiş örneklem t testi, bu sebeple çalışmada bir analiz yolu olarak tercih edilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların yaklaşımlarının çözümlenmesinde aritmetik ortalamalar da ele alınmıştır. Son olarak hedoni ve eudaimoni arasındaki ilişkiyi inceleyebilmek adına korelasyon analizi de yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde anlamlılık düzeyi 0,05 ($p<0,05$) olarak uygulanmıştır. Son olarak ise katılımcıların yorumlamaları ile verdikleri yanıtlar incelenmiş ve betimsel veri ile kıyaslanarak incelenmiştir.

Etik süreç ve veri güvenilirliği

Çalışma, ilgili üniversitenin Etik Kurulu onayıyla yürütülmüştür.[1] Etik ilkeler gereği anketler örnekleme uygulanmadan önce araştırmanın yürütüleceği kurumdan etik kurul izni sağlanmış ve katılımcılara yapılan çalışmanın amacı aktarılıp onayları alınmıştır. Etik Kurul başvurusu sürecinde, araştırmanın yöntemi ve bağlamı ayrıntılı olarak sunulmuştur. Anketten elde edilen bulgular, içerik analizi kapsamında toplanan verilerle karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiş, böylece veri kaynakları arasında analitik bütünlük sağlanmıştır.

Bulgular

Yapılan araştırmada uygulanan ölçeğe yönelik veriler analiz edildiğinde öncelikle anket katılımcılarının verdiği yanıtların dağılımı verilerin normal dağılımı Shapiro-Wilk Analizi ile incelenmiştir. Bilindiği üzere Shapiro-Wilk testi örneklem büyüklüğünün $N>50$ olduğu durumlarda kullanılmaktadır (Can, 2014). Shapiro-Wilk testi sonuçları ve histogram dağılımlarına göre verilerin normal dağılım gösterdiği saptanmıştır ($p>0.05$) (bkz. Tablo1). Buna göre verilerin analizinde parametrik testler kullanılmış ve buna uygun olarak bağımlı örneklem t-testi yapılmıştır.

Tablo 1. Ölçeğin Normallik Sonuçları İçin Shapiro-Wilk Değerleri

	Shapiro-Wilk		
	İstatistik	**SD**	**Sig.**
Hedonik	,978	99	,095
Eudaimonik	,977	99	,081

1 Bahçeşehir Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 30.04.2025 tarih ve 2025/04 sayılı toplantısında alınan karar ile araştırmanın gerçekleştirilmesi etik ve bilimsel açıdan uygun bulunmuştur.

Bağımlı örneklem t testi sonuçlarına bakıldığında ve ortalamalara dikkat edildiğinde hedonik ve eudaimonik deneyimlerin ortalama puanlarında çok keskin olmayan ancak önemli bir farklılık olduğu göze çarpmaktadır (bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Bağımlı Örneklemler t Testi İstatistikleri

	Ortalama	N	SS	SH	t	SD	p
Hedonik	5,614	99	,779	,078	7,393	1,405	,000
Eudaimonik	4,569	99	1,228	,123			

Tablo 2'de belirtilen ortalama farkının anlamlı olup olmadığının test edilebilmesi için ise bağımlı örneklemler t testi yapılmıştır. Buna göre hedonik deneyim düzeyi (M = 5.61, SD = 0.77) eudaimonik deneyim düzeyinden (M = 4.56, SD = 1.22) daha yüksektir. Ancak bu farkın rastlantısal mı yoksa gerçek bir fark mı olduğunu belirleyebilmek için Bağımlı Örneklem t Testlerine (Paired Sample t Tests) bakmak gerekmektedir (Tablo 2). "Paired Samples t Test" tablosunun "p (Anlamlılık)" sütunundaki değerin p=0,000, p<0,05 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ölçülen hedonik deneyim ile eudaimonik deneyim arasında anlamlı bir fark olduğunu söylememiz mümkün olmaktadır. Bu analizleri takiben son olarak iki faktör arasında korelasyonlara da bakılmıştır. Yapılan Pearson korelasyon testlerine göre anlamlı bir korelasyona ise rastlanmamıştır. Bu bağlamda hedonik deneyim ile eudaimonik deneyim arasında ele alınan örneklem çerçevesinde bir ilişkilendirilebilirlik söz konusu denememektedir.

Ayrıca HEMA-R maddelerine verilen yanıtların ortalamaları da incelenmiştir. Maddelere ilişkin betimsel istatistikler Tablo 3'te sunulmuştur. Buna göre anketin 9.maddesinin (eğlence arayışı) (M = 6.43, SD = 0.81) en yüksek ortalama değere sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte anketin 6. Maddesi (zevk arayışı) (M = 6.13, SD = 0.97) ve 4. Maddesi (haz arayışı) (M = 5.85, SD = 0.10) maddelerinin ortalama değerlerinin de diğer maddelerden yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkılarak maddeler arası korelasyonlar da incelenmiştir (bkz. Ek 1). Örneğin, Ek 1'deki tablo incelendiğinde 4. ve 6. maddeler arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r (97) = .712, p < .001). Maddeler arasındaki bu korelasyonlar maddelerin anlam bütünlüğü açısından beklenen bir sonuç ortaya koymuştur. Bu bağlamda anket maddelerinin birbirleri arasındaki anlamsal ilişkileri de teyit edilmiş ve literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

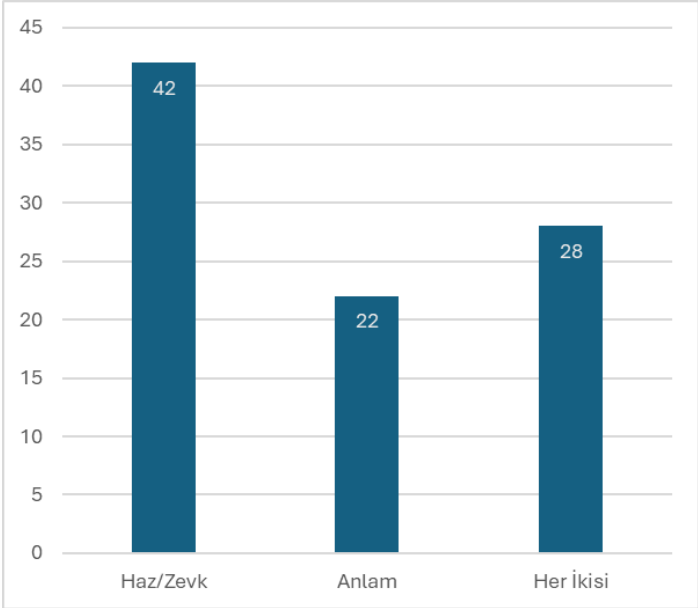
Tablo 3. HEMA-R Anket Maddeleri Betimsel İstatistikleri

HEMA Maddeleri	N	Ortalama	SS	SH
HEMA1 Rahatlama arayışı	99	5,46	,137	1,365
HEMA2 Bir beceriyi geliştirme, öğrenme veya bir şeyin içyüzünü anlama arayışı	99	4,70	,163	1,619
HEMA3 İnandığın şeyi yapma arayışı	99	4,59	,172	1,708
HEMA4 Haz arayışı	99	5,85	,103	1,024
HEMA5 Mükemmelliğin veya kişisel idealin peşinden gitme arayışı	99	4,53	,175	1,740
HEMA6 Zevk arayışı	99	6,13	,097	,965
HEMA7 Kendini zorlamadan yapma arayışı	99	4,19	,156	1,556
HEMA8 Kendindeki en iyiyi kullanma arayışı	99	5,11	,154	1,531
HEMA9 Eğlence arayışı	99	6,43	,081	,810
HEMA10 Diğerlerine ya da dünyaya katkıda bulunma arayışı	99	3,93	,188	1,875

Betimsel istatistikleri takiben ankette aynı zamanda katılımcılara açık uçlu sorular da yöneltilmiştir. Katılımcılardan pek çoğu bu açık uçlu soruları cevaplamıştır (N=92). Buna göre "Sizce oyunlar zevk/haz vermek konusunda mı, yoksa anlamlı bir yolculuk sunma konusunda mı daha başarılı?" sorusuna katılımcıların pek çoğu (N=42) oyunlarda haz aradıkları cevabını vermiştir. Geri kalan katılımcılardan bir kısmı ise (N=22) oyunlardan daha ziyade beklentilerinin anlamlı bir yolculuk olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak yine bazı katılımcılar (N=28) bu ikilemin tek bir yönünü tercih etmemiş ve her iki anlamda da oyunlardan beklenti içerisinde olduklarını işaret etmişlerdir (Tablo 4). Yapılan

yorumlarda özellikle "haz/zevk" beklentisine sahip katılımcıların anket sorularında da benzer bir yaklaşımla yanıt verdikleri gözlemlenmiştir. Ancak farklı olarak oyunda özellikle anlam arayışında olan katılımcıların yine haz/zevk ögesine dair yüksek puanlı anket yanıtları verdikleri bunun yanı sıra anlama dair soruları da yüksek puan ile yanıtladıkları gözlemlenmiştir. Bu durum haz ile anlam arayışının birbirinden sanıldığı kadar kopuk olmadığını işaret etmektedir. Son olarak katılımcılardan her iki ögenin de oyunlarda önemli olduğunu söyleyen kısmı için anket yanıtlarında yine paralel sonuçlar görülmüştür. Bu bağlamda anket maddeleri ile katılımcıların yorumlarının birbirine uyumlu olduğu saptanmıştır. Oyuncu profillerini temel alarak yorumlar incelendiğinde ise önemli bir yorum farkı ortaya çıkmamıştır. 10 yıl ve üzeri oyun oynayan katılımcıların anlam veya zevke dair beklentileri arasında bir fark olmaması sonuçlar arasındadır. Buna ek olarak, katılımcıların oyun tercihleri incelendiğinde çok çeşitli oyunları oynamayı tercih ettikleri gözlemlenmekle birlikte, haz/zevk arayışında olan oyuncuların daha ziyade çatışma sunan ve çok oyunculu oyunları tercih ettikleri söylenebilmektedir. Benzer biçimde anlam arayışını önde tutan katılımcıların ise tek kişilik senaryo temelli (Örn. rol yapma oyunları ve/veya hikâye tabanlı oyunlar) oyun türlerini tercih ettikleri göze çarpmaktadır. Bu bulgu ile paralel olarak katılımcıların genellikle oyunda hikâye varsa ve katılımcı beklentilerine bu bağlamda uyum sunulmuşsa anlam arayışında olduğu gözlemlenmiştir. Bir başka deyişle oyunda anlam, özellikle oyunun senaryosu veya benzer anlatı ögeleri ile özdeşleştirilmiştir. Bu durum bize aynı zamanda sadece haz arayan oyuncuların yorumlarından da görüldüğü üzere, oyuncuların farklı beklentiler ile de oyun oynadıklarını da göstermiştir. Yapılan yorumlarda hikâye tabanlı oyunlarda anlamın daha belirgin olduğu söylenmiş, diğer oyun türleri özelinde ise özellikle haz beklentisine vurgu yapılmıştır. Buna örnek olarak özellikle nişancı ve rekabetçi oyun türlerini tercih eden bir katılımcı "Oynadığım oyunlar, daha çok çok oyunculu ve 'başkasını yenmeye yönelik' bir haz peşindeyim" yorumunu yapmıştır. Buna paralel olarak hem rol yapma hem de çevrim içi çok oyunculu nişancı oyunlarını tercih ettiğini belirten ve bu ikilemi vurgulayan bir başka katılımcı, "Bence oyuncunun ne amaçla oynadığına ve oyundan oyuna göre değişebilir. Hikâye temelli oyunlarda yolculuk benim için önemliyken, rekabetçi oyunlarda doğal olarak bir şeyde en iyisi olmaya çalışıp işimi iyi yapmaya bağlı haz duymaya eğimliyim" şeklinde düşüncesini belirtmiştir. Aynı şekilde her iki açıdan da oyun türlerini tercih eden bir katılımcı "İki türü bana yaşattığı duygular açısından karşılaştıracak olursam nişancı türü oyunları oynarken daha başarı odaklı ve kısa süreli hazlar edinme peşinde oluyorum, hikâye tabanlı oyunlarda ise daha uzun süreli haz ve anlam beklentisi oluyor" demiştir.

Tablo 4. Haz ve Anlam Beklentisine Dair Katılımcı Yorumları



Her iki ögenin de oyunlarda önemli olduğunu işaret eden katılımcıların yorumlarında ise oyun türü ve oyuncunun o anki beklentisine işaret edilmiştir. Örneğin hem birinci şahıs nişancı hem de rol yapma oyunlarını tercih eden bir katılımcı; "Oynadığım iki oyun için vereceğim neredeyse tüm cevaplar birbirinin tam zıttı" yorumunda bulurken, rol yapma ve birinci şahıs nişancı oyun türü dahil olmak üzere hemen her türde oyun oynadığını belirten bir diğer oyuncu da "İyi bir hikâye her zaman büyüleyicidir, ancak rekabetçi oyunlar sadece kısa vadede dopamin kaynağıdır" yorumunda bulunmuştur. Pek çok katılımcı bu yorumlarla paralel olarak oyuncuların o anki istek ve beklentilerinin de yine etkili olduğunu savunmuş ve buna dair izlenimlerini yorumlarında belirtmişlerdir. Örneğin aksiyon/macera, rol yapma ve strateji oyunlarını tercih eden bir katılımcı oyunlarda ön önemli unsurun zevk olduğunu belirtmesine rağmen; "(...) burada benim oyunlardan beklentimin 'zorluk' olmasının etkisi var. Benim beklentimi karşılayıp üstüne bir de güzel bir hikâye ile anlamlı yolculuk sunan oyunlar benim için unutulmaz olurlar" demiş ve eudaimonik deneyimin etkisine göndermede bulunmuştur. Buna benzer çokça yorum karşımıza çıkarken, oyuncuların özellikle anlam arayışına sahip oldukları ancak pek az oyunun bunu sağlayabildiğine dair yorumları da göze çarpmıştır. Örneğin hemen her tür oyunu oynadığını belirten bir katılımcı bu hususta; "Anlamlı bir yolculuk sunan oyunların başarılması daha zor ancak daha akılda kalıcı bir deneyim bıraktığını düşünüyorum" yorumunda bulunmuştur. Genel resimde ise yapılan yorumlardan haz/zevk arayışının yaygın olduğu ancak anlam olma-

dan bu tip eğlence odaklı oyunların kısa vadeli olduğu izlenimi elde edilebilmektedir. Katılımcılardan hemen hepsi anlamlı bir yolculuğu istediklerini ancak oyunların haz odaklı olmaları/tasarlanmaları sebebiyle beklentilerinin de haz odaklı oluştuğunu öne sürmüşlerdir. Yapılan yorum analizlerinde görülmüştür ki, katılımcıların pek çoğu oyunlardan haz beklerken bir yan etken/çıkarım olarak anlamlı bir deneyimi ele almaktadırlar. Haz vermeyen bir oyundan anlam çıkamayacağını düşünen katılımcılar da olmuştur.

Yapılan bu yorumların dışında analizler pek çok katılımcının aslında haz veya anlam haricinde oyunlardan bir 'kaçış' beklentisi içinde olduklarını da göstermektedir. Genelleme yapılamasa da bazı oyuncular (N=8) bu bağlamda oyunları ele aldıklarını özellikle belirtmiş ve oyunların anlam ile ilişkisini aslında böyle kurduklarını işaret etmişlerdir. Yine bulgular göstermektedir ki bu bahsedilen beklenti içerisinde olan oyuncular özelikle rol yapma ve hikâye tabanlı oyun türleri tercih eden oyuncular olmuşlardır. Hikâye tabanlı, rol yapma ve strateji oyunlarını tercih eden bir katılımcı buna dair; "Fiziksel dünyada deneyimleyemeyeceğim durumları (uzay yolculuğu, çiftlik yaşamı vb.) gerçeğe yakın bir şekilde sunuyor olmaları asıl beni etkiliyor" demekteyken, benzer biçimde hikâye tabanlı ve rol yapma oyunlarını tercih eden bir başka katılımcı; "Oyun oynamak her defasında başka bir dünyaya kapıları aralamak gibi oluyor. Oraya ait hissedebileceğim oyunlar oynadığımda gerçekten de zaman mekân algımın kaybolduğu oluyor" yorumunda bulunmuştur. Benzer biçimde rol yapma ve hikâye tabanlı oyunları tercih ettiğini belirten bir başka katılımcı bu durumu kaçış hissi ile doğrudan ilişkilendirmiş ve "(Oyunlar) güzel bir kaçış, farklı bir boyuta tatile çıkmak gibi. Bazen de film/dizi izlemek gibi bir süreç. Her şıkta gerçek hayata ara verip 'recharge' olduğum bir ihtiyaç" yorumunda bulunmuştur. Geri kalan yorumlarda da benzer çıkarımlar yapılmıştır. Yine rol yapma oyunlarını tercih ettiğini belirten bir katılımcı, "Bence bu daha çok bize sağladığı kaçış hissiyle ilgili. Oyunlar rahatlatıcı olmak zorunda değil, sadece oyunculara gerçeklikten biraz olsun kaçmalarına veya onu görmezden gelmelerine yardımcı olacak bir şey sunmaları yeterli" şeklinde oyunları değerlendirirken, aynı oyun türlerini (hikâye tabanlı ve rol yapma oyunları) tercih eden bir diğeri "Oyunlar, bana yalnızca eğlenceli anlar değil; aynı zamanda gerçek dünyadan bir adım uzaklaşarak hayal gücümle yeniden bağ kurabileceğim, alışılmadık bir deneyimin içinde var olma fırsatı sunuyor" demiştir. Bu ve buna benzer yorumlardan da görüleceği üzere oyunlarda sunulabilen bu 'kaçış' ve/veya alternatif gerçeklik ögesi de dikkat çekmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Yapılan bu çalışmada oyun deneyiminin hedoni ve eudaimoni kavramlarının literatürde ve araştırma alanında yeterince incelenmediği gerçeği karşımıza çıkmaktadır. Oysa hedoni, oyunların ayrılmaz bir parçası olan zevk/haz alma ve olumlu duygularla ilgiliyken, benzer şekilde, oyunların motivasyonel çekiciliği de eudaimonik ihtiyaçlara dayanmaktadır (Przybylski, Rigby ve Ryan, 2010). Bu iki faktörün incelenmesi ve oyuncuların bu deneyimleri nasıl karşıladıkları ile ilgili bulgular bize deneyimin bu boyutları hakkında derinlikli bir analiz yapabilme şansı sunmuştur. Alanda yapılan sistematik incelemeler eudaimonik nedenlerine ilişkin doğrulanmış ölçeklerin literatürde neredeyse hiç bulunmadığını (Holl vd., 2024) ve oyunlarda eudaimoni/anlam üzerine yapılan çalışmaların da limitli olduğunu vurgulamaktadır (Daneels vd., 2021; Possler vd., 2022). Çalışma bu bağlamda yerel düzeyde de olsa HEMA ölçeğini uygulamalı olarak kullanarak oyuncu güdülerini incelemeyi amaçlamıştır. Bir başka deyişle literatürde belirtildiği üzere alanda kullanılabilecek ölçeklerin geliştirilmesi adına bu çalışma bir örnek teşkil edebilmesi amacıyla da hazırlanmıştır. Bulgulardan da görülebileceği üzere en yüksek anket puanını hedoniye dair anket soruları alırken, anlam boyutunu temsil eden eudaimonik deneyim kıyasla bakıldığında daha düşük puan almıştır. Bu bize ilk bakışta oyuncuların hedonik beklentiler ve deneyimler yaşadığını işaret etse de oyunculardan alınan yorumlar konuyu daha derinlemesine inceleme fırsatı sağlamıştır. Bu bağlamda betimsel istatistikler bize her ne kadar bu iki oyun deneyimi faktörü arasında belirgin bir fark olduğunu işaret etse de anlam arayışı esnasında haz veya zevk de beklentiler arasında karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda katılımcılar haz ve anlam faktörlerini bir karşıtlık içerisinde ele almamaktadırlar. Yapılan incelemede oyuncuların yorumlarının da buna işaret ettiği görülmüştür. Her ne kadar hedonik ve eudaimonik deneyimleri ayrıştırmaya yönelik bir anket uygulanmış olsa da her iki ögenin deneyime paralel bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Hedonik ve eudaimonik deneyimler birbiri ile zıt değil destekleyici bir biçimde karşımıza çıkmaktadırlar. Bu bağlamda oyunlarda hem anlam hem de haz duyguları aynı anda deneyimlenebilmektedir. Pek çok katılımcı için bu sebeple oyunların hayatlarındaki önemi de yüksek olmaktadır. Uygulanan HEMA-R Türkçe anketi bu bağlamda istenilen sonuçları bize sunmayı başarmış ve katılımcılar tarafından hatasız anlaşılmıştır. Bu anketin ileride yapılacak çalışmalarda da kullanılması bu bağlamda uygun olacaktır. Ancak hedoni ile eudaimoni kavramlarını birbirinden bağımsız ve zıt kavramlar olarak ele almamak gerekliliği ortadadır. Çalışma bazı açılardan literatürdeki yaklaşımları yeniden ele almayı gerektirmektedir. Örneğin, Possler ve diğer araştırmacılar (2020), her ne kadar eudaimonik deneyimlerin başta arzulanmadığını ve tersine oyuncuların haz beklentisi ile oyuna gelip sonradan ve belki bu eudaimoni duyusuna ulaştıklarını belirtmiş olsalar da yapılan çalışmada katılımcıların anlam beklentisi ile de oyunları değerlendirdikleri ve dahi anlamlı deneyimin uzun vadede çok daha takdir edilebilir deneyimlere yol açtığı izlenimi öne çıkmıştır. Buna ek olarak oyuncuların spesifik olarak belirttiği gerçeklikten uzaklaşma deneyiminin olumlu anlamda kabul görmesi, eudaimonik deneyim ölçümlerinde bu faktörün de oyun çalışmalarında incelenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Hedonik ve eudaimonik deneyimlerin incelenmesinde halihazırda her ne kadar literatür gelişmeye devam etse de çalışmada ortaya konan bulgular var olan literatür ile paralellik de göstermiştir. Bu görüşü destekler biçimde Waterman ve diğer araştırmacılar (2010), eudaimoni ve hedoniyi iki farklı deneyimsel durum olarak tanımlamış ve bu ikisinin bağımsız kavramlar olmadığını vurgulamışlardır. Seaborn ve diğer araştırmacılar (2020) da benzer bir çıkarımda bulunmuşlar ve çalışmalarının sonucunda; "Hedonik nedenlerle güçlü bir şekilde motive olanlar, eudaimonik nedenlerle de güçlü bir şekilde motive olmuşlardır" sonucuna varmışlardır. Huta ve Ryan (2010) da aynı şekilde hedoni ile eudaimoni arasında doğrudan bir deneyimsel ayrım olmamasından bahsetmiş ve bunun bir motivasyon ögesi olduğunun altını çizmişlerdir. Rogers ve diğer araştırmacılar (2017), benzer biçimde oyunun ya haz veren ya da anlam üreten bir niteliğinin olmak zorunda olmadığına işaret etmişlerdir. Bir oyunun hem eğlenceli hem de anlamlı olabileceğine vurgu yaparak, bu ayrımın oyunun hangi yönlerinin kullanıcı için daha önemli olduğuna bağlı olarak ortaya çıktığına dair çıkarımlarda bulunmuşlardır. Çalışmada ortaya koyulan bulgular da bu yönde sonuçlar sunmaktadır ve literatür ile paralellik göstermektedir. Oyuncular özellikle oyun türüne göre bu beklentilerinin değiştiğini söylemişlerdir. Her ne kadar bu iki faktör arasındaki fark gözlemlenebilmiş olsa da oyunlarda hem hedoni hem de eudaimoni aynı anda var olabilmektedir. Yapılan anket sonucunda ortaya çıkan bulgular bize oyuncuların anlam ile haz arasında doğrudan bir ayrım yaptıklarını da göstermiştir. Ancak buna rağmen oyuncu yorumları aslen her ikisini de oyun türüne ve/veya oyuncu isteğine göre değişebileceğini işaret etmektedir.

Yee (2006) tarafından belirtildiği gibi, insanlar farklı nedenlerle oyun oynarlar ve bu da insanların oyun oynamalarının nedenlerinin çeşitliliğini yansıtan katılım etkilerine yol açar. Yapılan bu çalışma da görülmektedir ki oyuncuların en önemli duygu beklentileri öncelikli olarak haz/zevk ile ilişkili hedonidir. Ancak bunun hemen ardından anlam da (zaman zaman bir sonuç olarak) beklentiler arasında yer almaktadır. Özellikle oyuncu yorumlarında belirtilen bu durum, anketin betimsel istatistiklerinde de karşımıza eudaimoni faktörünün ortalamanın yine üzerinde puan almasıyla çıkmaktadır. Bu bağlamda oyuncuların hedonik deneyimlerin her zaman eudaimonik bir çıkarıma sebep vermeyeceğini ve oyuncuların da her zaman bu beklenti içinde olmadıklarını anlamak mümkündür. Fakat yapılan yorumlarda oyuncuların daha ziyade eudaimonik deneyimi bir çıktı olarak ele aldıkları, sıklıkla oyun içeriğinde yer alan anlatıya dair içerikler ile bu anlam deneyimini yaşadıkları ve anlamlı buldukları deneyimleri çok daha fazla takdir ettikleri/beğeni ile hatırladıkları bu çalışmada gözlemlenebilmiştir. Oyunlarda hazzın hemen ortaya çıkabilmesi karşısında eudaimonik anlamlı bir deneyimin zaman ile algılanması ve anlamlı bir deneyimin her oyun tarafından tasarıma dahil edilmemesi gibi nedenler, bu çıkarımın sebeplerinden olabilir. Özellikle oyun türü ve oyuncuların bu türe göre beklentileri oyunda anlam arayışının belirleyici faktörlerinden olduğu bu çalışmada gözlemlenebilmiştir. Buna dair hedoni ve eudaimoni faktörleri arasında bir negatif ilişkilendirilebilirlik bulunmamakla beraber, her iki deneyim türünün de birbirine destek veren

ve hatta hedoni ile başlayan deneyimin sonradan anlamlı bir deneyime doğru evrilebileceğini görmek mümkün olmuştur. Bu durum, oyun kültürü, transmedya ve oyun toplulukları gibi çeşitli ve doğrudan aktif oynama esnasında gerçekleşmeyen deneyimlerin de genel deneyime etkisinin altını çizmektedir.

Çalışma araştırma hedefleri doğrultusunda oyuncuların deneyimlerinde hedoni ve eudaimoni perspektifinden ne gibi deneyimler yaşadıklarına ışık tutmayı amaçlamıştır. Yapılan bu çalışma oyuncuların oyun deneyimlerinde anlamdan çok zevk/haz sunan deneyimleri önceliklendirdiklerini göstermiş, fakat aynı zamanda oyuncuların oyunlarda eudaimoni duygusunu da yaşadıkları ve bu faktörün farkında oldukları sonucunu göstermiştir. Bu iki faktör arasındaki ilişkiyi ve oyuncuların bu yöndeki deneyim ve algılarını görebilmek, aynı zamanda oyuncu beklentisinin de deneyime dair oldukça önemli bir etken olduğunu söylememize imkan vermektedir. Her oyun için eudaimonik bir deneyim veya beklenti oluşmazken hedonik bir deneyim beklentisi mevcuttur. Ancak aynı zamanda eudaimonik deneyimlerin de her zaman yaşanmamakla birlikte oyuncular tarafından çok kıymetli olduğu gözlemlenmiştir. Eudaimoni de bu bağlamda deneyim incelemelerinde gündeme getirilmesi gereken bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Daneels ve diğerlerinin (2023) de mevcut kuramda kıstlılık olarak belirttiği sebep sonuç ilişkisinin aksine eudaimoni ve hedoni kavramları doğrudan bir sebep sonuç ilişkisine sahip değillerdir. Bu iki faktör birbirini destekleyen farklı motivasyonel faktörler olup, anlam üretebilen deneyimler (her zaman beklenmemekle birlikte) daha derin bağ ve deneyimler kurmak konusunda öne çıkmaktadırlar. Bu bulgulara göre sadece hedoni odaklı kullanıcı deneyimi araştırmaları, tıpkı literatürde de görülebileceği üzere yeterli kalmamaktadır. Deneyimin, eğlence medyası özelinde sadece zevk odaklı değil aynı zamanda anlamlı olması pozitif bir etki yaratmaktadır. Bunlara ek olarak katılımcıların yaptıkları yorumlara ve tercih ettikleri oyun türlerine göre haz veya anlama verdikleri önem de değişkenlik göstermiştir. Hikâye temelli ve/veya rol yapma oyunlarını tercih eden kullanıcıların sıklıkla oyunlarda anlam arayışı içerisinde oldukları ve daha ziyade rekabetçi oyunları tercih edenlerin hazzı önceledikleri ne dair bulgular mevcuttur.

Bu iki faktör doğrultusunda resmin daha da net çizilebilmesi için daha fazla ve hedoni ile eudaimoni kavramını bütüncül olarak ele alabilen araştırmalar yapılması gerekmektedir. Özellikle oyuncu motivasyonu odağıyla gerçekleştirilecek çalışmalar, bu iki faktörün deneyime etkisini daha iyi resmetmemize olanak tanıyacaktır. Özellikle günümüzde sıklıkla karşımıza çıkan oyun kültürü ve topluluklarının transmedya etkisi de bu bağlamda deneyim analizi çalışmalarında göz önünde bulundurulmalıdır. Yapılan bu çalışmada özellikle oyun deneyimi yüksek sayılabilecek bir katılımcı havuzuna erişilmiş ve katılımcıların orta veya çok sık oyun oynayan kişilerden seçilmesine çalışılmıştır. Fakat ileride yapılacak çalışmaların daha az oyun oynayan katılımcılarla da yapılması perspektifi genişletecektir. Aynı zamanda seçilen katılımcıların çoğunluğu Türkiye'de ikamet eden katılımcılardır. Bu bağlamda kültürel bağlamda da doğal olarak sınırlılıklar söz konusu olmuştur. Oyuncu deneyimi literatüründe oldukça az tartışılan eudaimonik deneyim yakla-

şımları ile oyuncu deneyimi daha iyi analiz edilebilir ve gelecekte farklı oyunların üretim aşamalarında ve deneyim tasarımlarında daha iyi sonuçlara yol açılabilir. Bu bağlamda bu çalışmada kullanılan yöntemin dışında yenilikçi başka ve farklı yöntemler ile de oyun çalışmaları alanında eudaimoni kavramının araştırılması gerekliliği gözlemlenmiştir. Bu kapsamda ileride yapılacak çalışmalarda oyunda anlam ve haz deneyimleri ile oyuncu motivasyonları bir arada ele alınabilir ve bu çatı altında yeni bulgular ile daha da iyi deneyimlere yol açabilecek yaklaşımlara ön ayak olunabilir. Günümüzde halen oyun araştırmaları alanında hazcı ve anlık deneyim odaklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu yaklaşımlar her ne kadar ilerleme kaydetmeye devam etseler de özellikle deneyim analizi alanında kapsayıcı ve genellenebilir bir yaklaşım söz konusu değildir. Bunun yerine anlam ve buna yönelik eudaimoni kavramına odaklanılarak daha derinlikli oyun deneyimi tasarımı üretim pratiklerine ve prensiplerine ön ayak olunabilir. Aynı zamanda oyun çalışmaları alanında çok daha kapsayıcı ve oyuncu deneyimini daha da derinlemesine anlamamıza yol açacak çeşitli perspektifler geliştirilebilir. Bunun yanı sıra kullanıcı deneyimi alanında artan şekilde ilerleyen analiz yaklaşımlarına paralel olarak oyuncu deneyimi alanında da benzer bir yaklaşım ile daha iyi oyun deneyimleri tasarlanmasının önü açılacaktır.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Etik Kurul Onay Bilgisi

Bahçeşehir Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 30.04.2025 tarihli 2025/04 sayılı toplantısında alınan karar ile araştırmanın gerçekleştirilmesi etik ve bilimsel açıdan uygun bulunmuştur. Etik kurul onay belgesi, BSEBCM20LP belge doğrulama kodu ile https://www.turkiye.gov.tr/bahcesehir-universitesi-ebys belge takip adresi üzerinden görüntülenebilir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Destek ve Teşekkür Beyanı

Çalışma herhangi bir destek almamıştır. Teşekkür edilecek bir kurum veya kişi bulunmamaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

Bopp, J. A., Mekler, E. D., & Opwis, K. (2016, Mayıs). Negative emotion, positive experience? Emotionally moving moments in digital games. In Proceedings of the 2016 CHI conference on human factors in computing systems, 2996-3006.

Bopp, J. A., Opwis, K., & Mekler, E. D. (2018, Nisan). "An odd kind of pleasure" differentiating emotional challenge in digital games. In Proceedings of the 2018 CHI conference on human factors in computing systems, 1-12.

Bozdemir, M. (2023). Psychometric properties of the Turkish translation of the Hedonic, Eudaimonic, and Extrinsic Motives for Activities scale (HEEMA). Unpublished data.

Can, A. (2014). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi. Pegem Akademi Yayıncılık

Chew, E. C., & Mitchell, A. (2020). Bringing art to life: Examining poetic gameplay devices in interactive life stories. Games and Culture, 15(8), 874-901.

Daneels, R., Bowman, N. D., Possler, D., & Mekler, E. D. (2021). The'Eudaimonic Experience': A Scoping Review of the Concept in Digital Games Research. Media and Communication, 9(2), 178-190.

Daneels, R., Vandebosch, H., & Walrave, M. (2020). "Just for fun?": An exploration of digital games' potential for eudaimonic media experiences among Flemish adolescents. Journal of Children and Media, 14(3), 285-301.

Daneels, R., Vandebosch, H., & Walrave, M. (2023). " Deeper gaming": a literature review and research agenda on eudaimonia in digital games research. Technology, mind, and behavior, 4(2), 1-13.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. Handbook of theories of social psychology, 1(20), 416-436.

Delle Fave, A., Massimini, F., & Bassi, M. (2011). Psychological selection and optimal experience across cultures: Social empowerment through personal growth, Vol. 2. Springer Science & Business Media.

Desmet, P. M., & Pohlmeyer, A. E. (2013). Positive design: An introduction to design for subjective well-being. International journal of design, 7(3).

Hassenzahl, M. (2014). Designing moments of meaning and pleasure. Experience design and happiness. International journal of design.

Holl, E., Sischka, P. E., Wagener, G. L., & Melzer, A. (2024). The Motivation to Play Scale (MOPS)-introducing a validated measure of gaming motivation. Current Psychology, 43(39), 31068-31080.

Huta, V. (2016). Eudaimonic and hedonic orientations: Theoretical considerations and research findings. In Handbook of eudaimonic well-being. (215-231) Cham: Springer International Publishing,

Huta, V., & Ryan, R. M. (2010). Pursuing pleasure or virtue: The differential and overlapping well-being benefits of hedonic and eudaimonic motives. Journal of happiness studies, 11(6), 735-762.

Huta, V., & Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and its distinction from hedonia: Developing a classification and terminology for understanding conceptual and operational definitions. Journal of Happiness Studies, 15(6), 1425–1456

Jamshidifarsani, H., Tamayo-Serrano, P., Garbaya, S., Lim, T., & Blazevic, P. (2018, Aralık). Integrating self-determination and self-efficacy in game design. In International Conference on Games and Learning Alliance, (178-190). Cham: Springer International Publishing,

Kahneman D. (1999). Objective happiness. In Kahneman D., Diener E., Schwartz N. (Eds.), Well-being: The foundations of hedonic psychology (3–25). New York, NY: Russell Sage Foundation.

Keyes, C. L., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. Journal of personality and social psychology, 82(6), 1007.

Klimmt, C., & Possler, D. (2019). Video games. Media effects, 342-356.

Koopman, E. M. E. (2015). Empathic reactions after reading: The role of genre, personal factors and affective responses. Poetics, 50, 62-79.

Kreissl, J., Possler, D., & Klimmt, C. (2021). Engagement with the gurus of gaming culture: Parasocial relationships to let's players. Games and culture, 16(8), 1021-1043.

Lozano Delmar, J., Sánchez Martin, M., & Muñiz Velázquez, J. A. (2018). To be a Fan is to be Happier: Measurement of Eudaimonic Motivations in Spanish Fan Audiences through the Eudaimonic Spectator Questionnaire. Journal of Happiness Studies, 19(1), 257-276.

Mekler, E. D., & Hornbæk, K. (2016, Mayıs). Momentary pleasure or lasting meaning? Distinguishing eudaimonic and hedonic user experiences. In Proceedings of the 2016 chi conference on human factors in computing systems, 4509-4520.

Mekler, E. D., Iacovides, I., & Bopp, J. A. (2018). " A Game that Makes You Question..." Exploring the Role of Reflection for the Player Experience. In Proceedings of the 2018 annual symposium on computer-human interaction in play, 315-327.

Meriläinen, M. (2023). Young people's engagement with digital gaming cultures–Validating and developing the digital gaming relationship theory. Entertainment Computing, 44, 100538.

Oliver, M. B., & Raney, A. A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful: Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. Journal of Communication, 61(5), 984-1004.

Oliver, M. B., Bowman, N. D., Woolley, J. K., Rogers, R., Sherrick, B. I., & Chung, M. Y. (2016). Video games as meaningful entertainment experiences. Psychology of popular media culture, 5(4), 390.

Possler, D., Carnol, N. N., Klimmt, C., Weber-Hoffmann, I., & Raney, A. A. (2022). A matter of closeness: Player-avatar relationships as degree of including avatars in the self. In International Conference on Entertainment Computing, (171-182). Cham: Springer International Publishing.

Possler, D., Daneels, R., & Bowman, N. D. (2024). Players just want to have fun? An exploratory survey on hedonic and eudaimonic game motives. Games and Culture, 19(5), 611-633.

Possler, D., Kümpel, A. S., & Unkel, J. (2020). Entertainment motivations and gaming-specific gratifications as antecedents of digital game enjoyment and appreciation. Psychology of Popular Media, 9(4), 541–552.

Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A motivational model of video game engagement. Review of general psychology, 14(2), 154-166.

Rigby, S., & Ryan, R. M. (2011). Glued to games. ABC-CLIO, LLC

Rogers, R., Woolley, J., Sherrick, B., Bowman, N. D., & Oliver, M. B. (2017). Fun versus meaningful video game experiences: A qualitative analysis of user responses. The Computer Games Journal, 6(1), 63-79.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. Annual review of psychology, 52(1), 141-166.

Ryan, R. M., Huta, V., & Deci, E. L. (2008). Living well: A self-determination theory perspective on eudaimonia. Journal of happiness studies, 9(1), 139-170.

Ryan, R. M., Rigby, C. S., & Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. Motivation and emotion, 30(4), 344-360.

Seaborn, K. (2016, Haziran). Evaluating hedonic and eudaimonic motives in human-computer interaction. In International Conference on Human Interface and the Management of Information, (494-500). Cham: Springer International Publishing.

Seaborn, K., Pennefather, P., & Fels, D. I. (2020). Eudaimonia and hedonia in the design and evaluation of a cooperative game for psychosocial well-being. Human–Computer Interaction, 35(4), 289-337.

Sherry, J. L. (2004). Flow and media enjoyment. Communication theory, 14(4), 328-347.

Subaşı, M., Huta, V., & Osin, E. N. (2025). Hedonic vs. Eudaimonic Ways of Living on the Path to Well-Being and Psychological Distress: Turkish Validation of HEMA-R. Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal, 15(77), 376-392.

Tiberius, V., & Mason, M. (2009). Eudaimonia. The encyclopedia of positive psychology, Vol 1. (351–355) Hoboken, NJ: Blackwell.

Vittersø, J. (2009). Hedonics. In S. J. Lopez (Ed.), The encyclopedia of positive psychology, Vol. 1, Hoboken, NJ: Blackwell, 473–478.

Vittersø, J., Søholt, Y., Hetland, A., Thoresen, I. A., & Røysamb, E. (2010). Was Hercules happy? Some answers from a functional model of human well-being. Social Indicators Research, 95(1), 1-18.

Waterman, A. S., Schwartz, S. J., Zamboanga, B. L., Ravert, R. D., Williams, M. K., Bede Agocha, V., ... & Brent Donnellan, M. (2010). The Questionnaire for Eudaimonic Well-Being: Psychometric properties, demographic comparisons, and evidence of validity. The journal of positive psychology, 5(1), 41-61.

Wulf, T., & Baldwin, M. (2020). Being a kid again: Playing Pokémon Go contributes to wellbeing through nostalgia. SCM Studies in Communication and Media, 9(2), 241-263.

Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. CyberPsychology & behavior, 9(6), 772-775.

Zhu, M., Zhao, F., Fang, X., & Moser, C. (2017). Developing playability heuristics based on nouns and adjectives from online game reviews. International Journal of Human–Computer Interaction, 33(3), 241-253.

Ekler

Ek-1. HEMA-R Maddeler Arası Korelasyonlar

		Hedonic	Eudamonic	HEMA1	HEMA2	HEMA3	HEMA4	HEMA5	HEMA6	HEMA7	HEMA8	HEMA9	HEMA10
Hedonic	Pearson Correlation	1	,073	,697**	,144	,087	,711**	-,063	,754**	,660**	,067	,575**	,040
	Sig. (2-tailed)		,471	,000	,155	,391	,000	,538	,000	,000	,510	,000	,696
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Eudamonic	Pearson Correlation	,073	1	,114	,709**	,744**	,194	,780**	,076	-,103	,707**	,022	,683**
	Sig. (2-tailed)	,471		,260	,000	,000	,054	,000	,456	,312	,000	,832	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA1	Pearson Correlation	,697**	,114	1	,267**	,026	,306**	-,014	,340**	,299**	,053	,305**	,089
	Sig. (2-tailed)	,000	,260		,007	,795	,002	,894	,001	,003	,601	,002	,383
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA2	Pearson Correlation	,144	,709**	,267**	1	,452**	,237*	,499**	,071	-,086	,401**	,024	,255*
	Sig. (2-tailed)	,155	,000	,007		,000	,018	,000	,482	,397	,000	,817	,011
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

HEMA3	Pearson Correlation	,087	,744**	,026	,452**	1	,226*	,479**	,126	-,070	,381**	,072	,379**
	Sig. (2-tailed)	,391	,000	,795	,000		,024	,000	,213	,494	,000	,477	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA4	Pearson Correlation	,711**	,194	,306**	,237*	,226*	1	,097	,712**	,230*	,180	,351**	-,011
	Sig. (2-tailed)	,000	,054	,002	,018	,024		,341	,000	,022	,074	,000	,914
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA5	Pearson Correlation	-,063	,780**	-,014	,499**	,479**	,097	1	,062	-,173	,457**	-,142	,387**
	Sig. (2-tailed)	,538	,000	,894	,000	,000	,341		,543	,086	,000	,162	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA6	Pearson Correlation	,754**	,076	,340**	,071	,126	,712**	,062	1	,268**	,073	,448**	-,046
	Sig. (2-tailed)	,000	,456	,001	,482	,213	,000	,543		,007	,473	,000	,654
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA7	Pearson Correlation	,660**	-,103	,299**	-,086	-,070	,230*	-,173	,268**	1	-,048	,144	,001
	Sig. (2-tailed)	,000	,312	,003	,397	,494	,022	,086	,007		,640	,156	,991
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA8	Pearson Correlation	,067	,707**	,053	,401**	,381**	,180	,457**	,073	-,048	1	,010	,383**
	Sig. (2-tailed)	,510	,000	,601	,000	,000	,074	,000	,473	,640		,921	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA9	Pearson Correlation	,575**	,022	,305**	,024	,072	,351**	-,142	,448**	,144	,010	1	,108
	Sig. (2-tailed)	,000	,832	,002	,817	,477	,000	,162	,000	,156	,921		,288
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
HEMA10	Pearson Correlation	,040	,683**	,089	,255*	,379**	-,011	,387**	-,046	,001	,383**	,108	1
	Sig. (2-tailed)	,696	,000	,383	,011	,000	,914	,000	,654	,991	,000	,288	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99