Beytulhikme Int J Phil 13 (4) 2023
Doi: 10.29228/beytulhikme.71502
Research Article: 261-289

Oyunlaştırma: Ödev-dışı Bir Teşvik

Gamification: A non-Duty Incentive

ÇİĞDEM ÖZKAN SEV
İstanbul University

YASİN GURUR SEV
Kastamonu University

Received: 07.08.2023 | Accepted: 25.12.2023

Abstract: Gamification is the general name for trying to increase the motivation for serious work or activities that are considered boring by spangling them with unserious game elements that are considered fun and thus trying to get more efficiency from them. There are three kinds of gamification, which are internal gamification, external gamification, and gamification aiming at producing behavioural change. Among these, internal gamification is credited with increasing the enthusiasm and job satisfaction of employees in gamified workplaces, and thus productivity; external gamification is credited with improving customer satisfaction and/or brand loyalty of the target audience for companies or institutions; and gamification aiming at producing behavioural change is credited with increasing user engagement and thus success, especially in education and health. However, gamification is criticised on the grounds that it is incompatible with or destroys the idea of play; that it prevents the awareness of exploitation or alienation while increasing exploitation and deepening alienation brought about by capitalism, i.e., that it is an ideological device; that it facilitates control by mediating the transfer of the body to an algorithm and surveillance, in short, that it is a biopolitical tool. There could also be noteworthy implications of looking at gamification in terms of Kantian ethics. In fact, for Kant, what makes a deed moral or good is not the positive consequences of the relevant behaviour but the good intention or will behind it, and the good will is found in what is done for the duty's sake, not in what is in accordance with the duty only. Although gamification brings people closer to acting in accordance with the duty, as a non-duty incentive mechanism, it moves them away from acting for the duty's sake, that is, away from what is moral, simply from the good.

Keywords: Game, gamification, exploitation, biopolitics, psychopolitics, Kantian ethics, duty.

✉ Çiğdem Özkan Sev
İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü
34116, İstanbul, Türkiye | cigdem.ozkan34@gmail.com

✉ Yasin Gurur Sev
Kastamonu Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü
37200, Kastamonu, Türkiye | gursev@kastamonu.edu.tr

Giriş

Video oyun endüstrisinin büyümesiyle birlikte oyunlar, öncelikle emeğe yahut tüketime özgü olduğu düşünülen birtakım özellikler kazanmıştır (oyun içi satın alımlar, sanal paralar *vb*.). Bu noktadan itibaren, oyunla emek arasındaki bağlantı gittikçe güçlenirken, sınırlar bulanıklaşmıştır. Oyunla emeğin kaynaşması, başka bir deyişle aralarındaki sınırların ortadan kalkması ise, "oyun emeği" veya "oyun işgücü" olarak çevrilebilecek olan *playbour* ve oyun düşüncesinin çalışma süreçlerine uygulanması olarak "oyunlaştırma" [*gamification*] olmak üzere, iki şekilde kendini gösterir (Ferrer-Conill, 2018, s. 201) Bunların arasında *playbour*, emeğin veya çeşitli ekonomik faaliyetlerin oyuna yahut oynama faaliyetine dâhil olmasına işaret ederken, "oyunlaştırma" terimi ise oyunun emeğe, çalışma hayatına veya çeşitli ekonomik faaliyetlere bulaşmasını anlatır.

Oyunlaştırma, kabaca "oyun tasarımı öğelerinin oyun dışı bağlamda kullanımı" olarak tanımlanır (Deterding vd., 2011, s. 2). Burada oyun tasarımı öğeleri, bir oyunu oyun yapan formüllere işaret eder. Her ne kadar söz konusu kullanım sıkıcı addedilen ciddi bir iş veya görevi eğlenceli hale getirse de oyunlaştırmanın esas hedefi eğlence değildir. Asıl hedef, oyun gibi görünmeyeni oyuna benzeterek, sıkıcı bir işin yapılması veya ciddi bir görevin yerine getirilmesi için gereken şevki sağlamak yahut artırmak, ilgili işi daha uzun süre katlanılır kılmaktır.

Oyunlaştırmanın ağırlıklı olarak çalışanların verimliliğini veya üretkenliğini artırma, işten keyif almalarını sağlama, müşterilerin marka sadakatini veya kullanıcı memnuniyetini artırma, eğitim ve sağlık gibi alanlarda kullanıcı katılımını teşvik etme *vb*. olumlu etkilerinden söz edilir. Öte yandan, oyunlaştırmanın göründüğü kadar masum olmadığını, çizilen bu pembe tablonun ardında karanlık yönler de olduğunu savunan felsefi argümanlar, oyunlaştırmaya mesafeli ve eleştirel yaklaşan, oyunlaştırmaya karşı özellikle Marksist ve Foucaultcu bir çerçeveden güçlü eleştiriler geliştiren uzmanlar da vardır.

İşbu çalışmada oyun ve oyunlaştırmanın nelik ve temellerinin yanında, oyunlaştırmaya ilişkin savunuyla birlikte, söz konusu eleştirel argü-

manlar da ortaya konacak, ilgili eleştirilerin eksikliklerine değinilecek,[1] oyunlaştırmaya bir de Kant etiği açısından bakılacak ve buna oyunlaştırma tarafından gelmesi muhtemel itiraz dile getirilip yanıtlanacaktır.

Oyun

Eski Yunancada oyuna işaret edebilecek en temel sözcük *paidiê* olsa gerektir. Sözcüğün kökeni *pais*'tir, yani çocuk. Yine, aynı kökenden türemiş, dolayısıyla *paidiê* ile akraba olan bir sözcük de *paideia*'dır, yani eğitim. O halde, bu sözcüklerden hareketle, Eski Yunan kültüründe eğitim ile oyun arasında bir ilişki kurulduğu, başka bir deyişle Yunanların çocukların bazı şeyleri oynayarak öğrendiğini peşinen kabul ettiği söylenebilir.

Benzer bir ilişki Platon'un eserlerinde de görülür. Platon, *Devlet*'te çocukların ileride ciddi insanlar olabilmeleri için, oyunla eğitilmeleri gerektiğini düşünür: Çocuklara ciddi veya ağır meseleleri zorla öğretmek, Platon'a göre ters teper; zira zihnin eğitimi bendeninkine benzemez (2016, 424e, 536d-537a). Aristoteles de, *Politika*'da, beş yaşına kadar çocukların, ağır bir öğretimin altında ezilmemesi, ama tembelliğe de alışmamaları için, oyunlarla eğitilmesi gerektiğini söyler ve ilgili oyunların özgür yurttaşlara yaraşır ve onları gelecekte karşılaşacakları şeyler konusunda hazırlayacak türden oyunlar olması gerektiğine dikkat çeker (2018, 1336a23-29). İş yetişkinlere geldiğinde ise oyun Aristoteles tarafından yalnızca çalışanlara uygun bir şey olarak sunulur, ancak çalışma zamanının yahut mesainin dışında, dinlenme amaçlı kullanılabilecek bir araç, çalışanların ağrılarını dindirecek mecazi bir ilaç olarak; çalışmak zorunda olmayan özgür yurttaşlar içinse, oyun, pek uygun bulunmaz (2018, 1337b37-1338a2).

Buradan hareketle, Antik Yunan'da oyunun çocukların eğitiminde bir araç olarak kullanıldığı ve çocuklar dışında, yetişkinler arasında, daha ziyade çalışmak zorunda olanların dinlenmesi için uygun bir yol olarak, çalışma derdinin bir devası olarak görüldüğü sonucuna varılabilir. Yine,

[1] Oyunlaştırmaya yöneltilen ilgili eleştirilerin eksikleri veya sıkıntılı yönleri, söz konusu eleştirilerin dayandığı felsefi çerçeve içerisinde kalarak gösterilecektir. Sözgelişi Marksist bir tavırla geliştirilen bir eleştiri, yine Marksizm ve Marksist literatür çerçevesinde kalarak ele alınacaktır. Aynı şekilde, Foucaultcu bir tavırla geliştirilen bir eleştiri, yine Foucault, Agamben, Byung-Chul Han çizgisi içinde kalarak gözden geçirilecektir.

buradan, Yunan zihninde çalışmayla oyunun aynı bağlamda söz konusu olan, ama birbirinin aksi olan, aralarında net bir sınır olan şeyler olarak yer aldığı sonucuna da pekâlâ varılabilir.

Latincede ise, Eski Yunancada *paidiê*, *athyrma*, *agôn* sözcükleriyle yapılan ayrımın aksine, müsabakaları da, oyuncakları da, çocuk oyunlarını da, hatta sahne temsillerini, dansları ve ayinleri de karşılayan tek bir oyun sözcüğü göze çarpar: *ludus*.[2] Huizinga da *Homo Ludens*'te buna dikkat çeker ve *ludus*'un etimolojisinde ciddi olmamanın olduğunu, sözcüğün yaygın kullanımının ise "bir şeyin görüntüsüne bürünmek" olduğunu söyler (2015, s. 58). *Ludus*'a yakın denebilecek yegâne sözcük olan *iocus* ise "şaka" gibi dar yahut özel bir anlama sahiptir.[3]

Buradan hareketle, Orta çağlarda, Latin dünyasında yahut Latincenin *lingua franca* olduğu dünyada, oyunla gerçeklik veya ciddiyet arasında net bir çizgi çekildiği, bu ikisinin arasında bir karşıtlık varsayıldığı söylenebilir.

Modern zihin ise işle oyunu yahut çalışmayla oynamayı birbirini tamamen dışlayan bir ikili karşıtlık olarak görür. İşi ciddi, oyunu yahut eğlenmeyi ciddiyetsiz addeder. Bunların birbirine karıştırılmasından çok

[2] Yunancada oyuna işaret edebilecek üç sözcük ön plana çıkar: *paidiê*, *athyrma* ve *agôn*. Bunların arasında *agôn*, müsabaka yahut yarışma anlamında bir oyuna, *athyrma* oyuncağa yahut eğlenceli nesnelere, *paidiê* de çocukların oynadıkları oyunlara işaret eder. Oyunlaştırma, özellikle bir işyeri örneğinde, çalışanlar arası yarışmalara yahut çalışanlara oyuncak dağıtılmasına işaret etmediğine göre, oyunlaştırma bağlamında dikkate alınacak sözcük *paidiê* olsa gerektir. Latincede ise, Yunancada *paidiê*, *athyrma*, *agôn* sözcükleriyle yapılan ayrımın aksine, müsabakaları da, oyuncakları da, çocuk oyunlarını da, hatta sahne temsillerini, dansları ve ayinleri de karşılayan tek bir oyun sözcüğü göze çarpar: *ludus*. Öte yandan, bu durum sadece oyun sözcükleriyle sınırlı değildir. Nitekim Heidegger, *Sanat Eserinin Kökeni*'nde (2007, s. 17) hemen her Yunanca terimin Latinceye amiyane tabirle ütülenerek, kavram olmadan sözcük olarak aktarıldığını göstererek, Batı düşüncesinin temelsizliğini bu aktarıma yahut ütülemeye bağlar ve Yunancaya dönerek felsefe kavramlarını Latincenin boyunduruğundan kurtarmak gerektiğini öne sürer.

[3] Huizinga (2015, s. 59) Fransızca, İtalyanca gibi diğer Latin dillerine geçen Latince oyun sözcüğünün *ludus* yerine *iocus* olmasını şaşırtıcı bulur.

hoşlanmaz. Ciddi olunması gereken yer ve zamanda ciddi olunur, oyun zamanı da eğlenilir, oynanır.

Postmodern dünyada ise bir nevi "oyuna bulanma" yahut "oyunlanma" [*ludification*] kendini gösterir, yani, Fuchs'un tanımıyla "oyunların yöntem, metafor, değer ve niteliklerinin topluma nüfuz etmesi"(Akt: Cassone, 2016, s. 101) Oyunlaştırma da, uygarlığın yahut kültürün oyuna bulanması [*ludification of culture*] olarak ifade edilen bu daha genel sürecin bir parçası olarak ortaya çıkar (Raessens, 2014, s. 95).

Oyunlaştırmanın Neliği

Oyunlaştırmanın isim babası addedilen, hatta kimilerince onun "karanlık efendisi" olan Gabe Zichermann, oyunlaştırmayı "kullanıcıları işin içine daha fazla sokmak ve problem çözmek için oyun bazlı düşünme süreçlerini ve oyun mekaniklerini kullanmak" şeklinde tanımlar (Zichermann & Cunningham, 2011, s. xiv). Yine Zichermann, başka bir yerde, oyunlaştırmayı "kullanıcıyı işin içine daha fazla sokmak için oyunlardan, sadakat programlarından ve davranışsal ekonomiden tasarım öğeleri devşirmek" şeklinde tarif eder (Zichermann & Linder, 2013, s. xii). Bu iki tanım veya tarifte ortak olan, kullanıcıyı işin içine daha fazla sokmak için oyunlardan yararlanmaktır.

Daha yaygın kullanılan ve daha isabetli kabul edilen tanım ise oyunlaştırmanın "oyun tasarımı öğelerinin oyun dışı bağlamda kullanımı" olduğu şeklindedir (Deterding vd., 2011, s. 2). O halde, bu iki tanımı yahut tarifi birleştirerek, oyunlaştırmanın "oyun tasarımı öğelerinin, kullanıcıyı işin içine daha fazla sokmak için, oyun dışı bağlamda kullanımı" olduğu pekâlâ söylenebilir.

Burada akla gelebilecek bir soru, oyun dışı bağlamdan kastedilenin ne olduğu, ayrıca oyun yahut oyun tasarımı öğelerini oyun dışı bağlamda kullanma ihtiyacının nereden geldiğidir. Ayrıca kullanıcıyı işin içine daha fazla girmeye iten nedir? Söz konusu tarifler bu soruları yanıtlamakta yetersiz kalır. Nitekim burada oyun dışı bağlamdan kastedilen, görünen o ki, "ciddi" etkinliklerdir. Söz konusu ciddi etkinliklerin genellikle tekrarlayan ve sıkıcı addedilen işler olduğu, dolayısıyla da insanların bunları yapma şevkini taşıyamadığı veya koruyamadığı kabulünden hareketle, "eğlenceli" kabul edilen oyunlara ilişkin özelliklerin söz konusu ciddi işlere taşınma fikri veya ihtiyacı doğmuş, böylece kullanıcıların söz konusu

Beytulhikme An International Journal of Philosophy

ciddi işlerin içine daha fazla yahut şevkle gireceği düşünülmüştür. Oyunlaştırmayı karakterize eden, artık tam manasıyla bir ikili karşıtlık hüviyetini yitirmiş görünen bu "sıkıcı-eğlenceli" karşıtlığı veya ciddi işlerin de eğlenceli olması gerektiğine yönelik oluşan bu görece yeni tavırdır.

Bütün bunlar göz önünde bulundurulduğunda, oyunlaştırma, "sıkıcı kabul edilen ciddi iş yahut etkinliklere eğlenceli addedilen ciddiyetsiz oyun öğeleri bulaştırarak, söz konusu iş yahut etkinliklere yönelik şevki artırmaya, onlardan daha fazla verim almaya çalışmanın genel adı" olarak tarif edilebilir.

Öte yandan, birçok şey gibi, oyunlaştırma da tek bir amaca yönelik yekpâre bir yöntem yahut işlem değildir. Nitekim Werbach ve Hunter (2012, s. 20) oyunlaştırmayı, onun kullanım alanlarını da dikkate alarak, (*i*) dâhilî oyunlaştırma, (*ii*) haricî oyunlaştırma ve (*iii*) davranış değişikliği yaratan oyunlaştırma olarak birbirinden yahut üçe ayırmıştır. Buna göre, (*i*) dâhilî oyunlaştırmayla bir işyerinde çalışanların şevkini, dolayısıyla da üretkenlik veya verimliliği yükseltmek amaçlanır. (*ii*) Haricî oyunlaştırmada ise temel hedef, bir şirket için tüketicilerin marka sadakatini, dolayısıyla da kârlılığı artırmaktır. (*iii*) Davranış değişikliği yaratan oyunlaştırma ise bireylerin yaşam kalitelerini yükseltme, çevreye yönelik duyarlığı artırma, daha çok spor yapma, kötü alışkanlıkları bırakma, hayır işlerinde bulunma *vb*. konularda insanların davranışlarını daha iyiye yönlendirmeyi amaçlar.

Oyunlaştırma Tasarım ve İşleyişi

Oyunlaştırma ilk bakışta basit bir tasarım izlenimi verse de arka planda işleyen karmaşık bir sistem vardır. Sözgelişi Werbach bu bağlamda "oyunlaştırma takım çantası" denebilecek olan ve bileşenler, mekanikler ve dinamiklerden oluşan bir model önerir. Werbach'ın tasarladığı model görünürlük oranının yukarı doğru azaldığı bir piramit olarak düşünüldüğünde, piramidin en alt katında bileşenler, yani oynayanın direkt olarak temas halinde bulunduğu oyunlaştırma öğeleri yer alır. Piramidin ikinci katında ise oyuncuyu deneyime katılmaya teşvik edecek birtakım öğeler olan mekanikler bulunur. Piramidin en üst kısmını ise oyunlaştırma tasarımında oynayanın doğrudan göremediği, oyuna doğrudan müdahale etmeyen, ancak büyük resimde oyunlaştırmayı destekleyen dinamikler oluşturur (Werbach & Hunter, 2012, s. 82).

Somutlaştırmak gerekirse, bileşenler, oyunlaştırılan sürecin bir parçası olarak son kullanıcının bizzat görebildiği öğelerdir (Yılmaz, 2016, s. 119). Bunların en sık kullanılanı, **PBL** olarak kısaltılan puan [***p****oint*], rozet [***b****adge*] ve liderlik tablosu [***l****eaderboard*] üçlüsüdür. Mekanikler ise basitçe oyunun temel kurallarını oluşturur. Sözgelişi bir satranç oyununda hangi taşın hangi hamleleri yapabileceği, kazanma kaybetme durumları gibi kuralları belirleyen oyun mekanikleridir (Werbach & Hunter, 2012, s. 70). Son olarak dinamikler ise oyunsu deneyim boyunca hissedilen temel yapısal özelliklere işaret eder. Oyundaki ilerleme hissiyatı, diğer oyuncularla ilişkiler, oyunun bağlamını veren hikâye, temel dinamikler arasında sayılabilir.

Bir oyunlaştırma projesinin uygulanma sürecinde oyunlaştırma tasarımcılarına yol gösterici olması adına oluşturulan çeşitli çerçeveler de vardır. Sözgelişi Werbach ve Hunter (2012, s. 86), etkili bir oyunlaştırma tasarımı için İngilizcede her biri "d" harfi ile başlayan altı adımlı bir oyunlaştırma çerçevesi önerir: (1) amaçlarını tanımla [***d****efine*], (2) hedeflediğin davranışları belirle [***d****elineate*], (3) oyuncularını tarif et [***d****escribe*], (4) etkinlik döngüleri düzenle [***d****evise*], (5) eğlenceyi unutma [***d****on't forget*], (6) gerekli araçları işe koş [***d****eploy*]. Buna göre oyunlaştırma tasarımcılarına etkili ve başarılı bir oyunlaştırma için bu altı adımı takip etmeleri önerilir. Örneğin Vardarlıer ve İnan (2017, s. 16), çalışmalarında, bahsi geçen oyunlaştırma tasarım çerçevesinin satış personelinin iş verimliliğini ve çalışma şevkini artırma amaçlarıyla uyarlanabileceğini gösterir.

Oyunlaştırmayı Savunan Söylemler

Oyunlaştırma, ortaya çıktığı andan itibaren başta kurumların çalışanlarına ve müşterilerine yönelik olmak üzere, oyunlaştırma uygulanan yahut oyunlaştırmaya maruz kalan bireyler için (*i*) verimliliği, üretkenliği ve şevki artırması, (*ii*) olası müşteriler yahut hedef kitle için marka sadakati sağlaması, (*iii*) eğitimi sıkıcı olmaktan kurtarması ve sağlıklı yaşamın gereklerini yerine getirmeyi kolaylaştırması gibi söylemlerle büyük destek toplamıştır.

i. Sıkıcı addedilen ve tekrarlayan görevleri çalışanları için oyun benzeri bir deneyime dönüştürmek üzere oyunlaştırmayı kullanan kurum veya kuruluşlar "oyunlaştırılmış işyerleri" olarak tanımlanabilir. Oyunlaştırılmış bir işyerinin uzun vadeli hedefi, kurum düzeyinde üretkenlik veya verimli-

liği artırmak, çalışan düzeyinde de iş tatmini sağlamak olarak sunulur (Oprescu vd., 2014, s. 1). Oyunlaştırmanın oyunlaştırılmış işyerlerinde veya kurumlarda kullanıldığı başlıca alanlar işe alım süreçleri, çalışanın kurum aidiyetini ve çalışma şevkini artırmaya yönelik tasarımlar ve kurum içi eğitimler olarak sıralanabilir. Söz konusu kullanımlarında oyunlaştırmanın iş yerlerindeki iş birliği sorunlarının üstesinden gelme, koordinasyon, uyum, motivasyon gibi konularda olumlu etki gösterdiği (Patricio vd., 2022), çalışanların sıkıcı ve tekrarlayan görevleri yerine getirme deneyimlerini daha eğlenceli hale getirdiği (Ferreira vd., 2017, s. 284), insan kaynaklarına yönelik oyunlaştırma girişimlerinin ise çalışan memnuniyeti ve bağlılığını artırdığı (Benitez vd., 2022) savunulur. Oyunlaştırmanın kurumlarda stres artışı, ilgili topluluğa aidiyet duygusunun ve sadakatin azalması gibi sorunların çözümünde faydalı olabileceği de dile getirilir (Oprescu vd., 2014). İşe alım sürecinde ise oyun öğelerinin, çalışan adaylarının sosyal becerilerini değerlendirmek için oluşturulmuş geleneksel değerlendirme biçimine uygulanabilirlik açısından elverişli olduğunu öne süren çalışmalar bulunur (Georgiou vd., 2019; Landers & Sanchez, 2022).

ii. Söz konusu haricî oyunlaştırma olduğunda ise oyunlaştırma stratejilerinin ağırlıklı olarak marka memnuniyeti ve marka sevgisi (Hsu & Chen, 2018), marka sadakati (Berger vd., 2018; Hwang & Choi, 2020), kullanıcı memnuniyeti (Yin vd., 2022) tüketici vatandaşlık davranışı (Xu vd., 2022) kullanıcı katılımını teşvik etme (Vassileva, 2012; Golrang & Safari, 2021) gibi alanlardaki olumlu etkilerinden söz edilir. Harici oyunlaştırma tasarımlarında esas olan kurumun hedef kitlesine yönelik tasarılarını gerçekleştirebilmesidir.

iii. Kurumsal, yani dâhilî ve haricî kullanımının yanı sıra oyunlaştırma, davranış değişikliği hedefleyen kullanımları ile, öğrencinin işin içine daha fazla girmesini sağlayarak eğitimin etkisini artırdığı ve sağlıklı yaşamın sıkıcı olabilecek gereklerinin yapılmasını kolaylaştırdığı gerekçesi veya iddiasıyla da sıklıkla önerilir. Oyunlaştırmanın ders katılımını (Kauppinen & Choudhary, 2021; Yapıcı & Karakoyun, 2017) ve öğrenme motivasyonunu artırdığı (Alsawaier, 2018) ve buna bağlı olarak öğrenmeyi pekiştirdiğine yönelik çalışmalar (Bal, 2018; Feinauer vd., 2022), eğitimde oyunlaştırmanın faydalarını vurgular. Özellikle uzaktan eğitim sebebiyle kısıtlanan etkileşimin artırılması için oyunlaştırmayı bir çözüm önerisi

olarak ele alan (Xi & Hamari, 2020), herkese açık çevrimiçi kursların başarısında oyunlaştırmanın önemli bir rol oynadığını savunan çalışmalar vardır (Aparicio vd., 2019).

Oyunlaştırma tasarımlarının sağlık alanındaki kullanımlarının yarattığı faydalardan da pek çok araştırmada bahsedilir. Sözgelişi oyunlaştırmanın uyku ve uyanıklık davranışlarında olumlu değişiklikler yarattığı söylenir (Ilhan vd., 2022). Cafzzo vd. ise (2012) geliştirdikleri oyunlaştırma tasarımının diyabet teşhisi konmuş çocukların günlük kan şekeri ölçüm sayısının artırılmasına yardımcı olduğunu öne sürer. Bu haliyle oyunlaştırma tasarımlarının sıklıkla sağlıklı yaşam, kötü alışkanlıkların terk edilmesi ve iyi alışkanlıkların kazanılması gibi konularda, kullanıcıları teşvik etmek için kullanıldığını söylemek mümkündür.

Oyunlaştırmaya Yöneltilen Eleştiriler

Oyunlaştırma, yukarıda da belirtildiği üzere, ağırlıklı olarak kurumların, çalışanlarından ve hedef kitlelerinden maksimum verim almak veya fayda sağlamak için kullandığı stratejik bir yaklaşımdır. Sağladığı fayda itibariyle bilinirliği ve uygulamaları arttıkça, onun bu denklemin diğer tarafında yer alan çalışanlar, tüketiciler, öğrenciler ve genel olarak kültür ve toplumsal yaşam üzerinde yarattığı yahut yaratabileceği olumsuz etkilerin araştırılmasına yönelik ilgi de artmıştır. Bu bağlamda oyunlaştırmaya yönelik eleştirileri veya onun karanlık yanlarını ele alan çalışmaları dört kategoride ele almak mümkündür.

a. Bunların başında oyunlaştırmanın teknik olarak yanlış bir kavramsallaştırma olduğunu öne süren oyun tasarımcı ve geliştiricilerinin eleştirileri yer alır. Söz konusu eleştiriler, kabaca, oyunlaştırmada kullanılan oyun öğelerinin oyunlar için tözsel yahut asli şeyler olmadığı; bilakis, Aristotelesçi ifadeyle, oyunlar için "ilineksel" şeyler olduğu yönündedir. Nitekim oyun tasarımcısı Bogost (2011) yaygın olarak kabul edilen oyunlaştırma kavramının isim babası olan Gabe Zichermann'dan "oyunlaştırmanın karanlık efendisi" olarak bahseder ve oyunlaştırma tarifinde yer alan puanların, rozetlerin, seviyelerin, liderlik tablolarının ve ödüllerin "temel oyun mekanikleri" olduğu ifadesinin bir yanılgı olduğunu vurgular. Bogost'a göre, oyun deneyimini parçalara ayıran bu yaklaşım, ilerlemeyi ölçen bileşenleri koparark onlara gereğinden büyük anlamlar atfeder. Oyun tasarımcısı Margareth Robertson (2010) da, oyunlaştırmanın aslen oyunlar

için en az gerekli olan şeyi alma ve onu deneyimin özü olarak temsil etme süreci olduğunu ifade etmiştir. Robertson'a göre, oyunların temel mekanikleri olarak ifade edilen puanlar, rozetler gibi öğeler aslında insanların aksi takdirde izini kaybedebilecekleri şeyleri görselleştirmelerine yardımcı olmak için kullanılır. Bunlar bir oyunun en az önemli kısmıdır. Margareth'e göre oyunlaştırma, doğru bir fikir için yanlış kelime seçimidir. An itibariyle oyunlaştırma tabiriyle uygulanan her şey "puansallaştırma" [*pointsification*] olarak adlandırılabilir. Bogost'un düşünceleri de Margareth ile aynı doğrultudadır. Nitekim o da oyunlaştırmanın kötü amaçlı [*malware*] yahut casus yazılımlar [*spyware*] gibi yazılım dolandırıcılığı uygulamalarıyla ilintili olarak, "sömürü yazılımı" [*exploitationware*] terimi ile ifade edilmesi gerektiğini söyler. Cassone de (2017, s. 12) oyunlaştırmada oyunlara özgü addedilen şeylerin hiçbir anlamda oyunlar için ortak olmadığını ifade eder. Ona göre bunların oyun tasarım öğeleri olarak etiketlenmeleri, köklerindeki *ludik* dinamiklerden ziyade oyunlaştırma retoriğine uymalarına veya tutarlı bir kullanıcı deneyimiyle bütünleşmelerine dayanıyor gibi görünür.

b. Oyunlaştırmaya yönelik ikinci bir eleştiri, onu oyunların özündeki bir çeşit bozulma olarak değerlendirir. Bu doğrultuda Brougère (2021, s. 6) oyunlaştırmanın aslında bir nevi "oyunsuzlaştırma" [*degamification*] olduğunu söyler. Oyunlaştırma, bir oyunu boş zaman veya eğlenceye gönderme yapmayan bir etkinliğe yerleştirmek için oyun öğelerini kullanma meselesidir. Bu aynı zamanda oyunu kendi başına oyun özelliği taşımayan öğelere, başka bir deyişle, ait oldukları kümeden yalıtılmış, kendi içinde oyun değerine sahip olduğu sanılan, ama aslında öyle olmayan öğelere bölerek yapı-bozuma uğratmaktır. Bu nedenle Brougère (2021, s. 8) oyunlaştırmaya oyunun değersizleştirilmesi olarak bakar. Sürecin "oyunlaştırma" olarak adlandırılması da bu açıdan paradoksaldır, zira burada yapılan aslında oyunu bozmak, oyunu oyundan başka bir şeye dönüştürmektir. Kaldı ki, oyundan oyun öğelerini ayıklamak veya çekip almak da imkânsızdır, çünkü oyunu oyun yapan öğeler değil, oynama etkinliği yahut onun oynanmasıdır. Dahası, oyunlar özünde hazcı bir mantığa sahipken, oyunlaştırmanın mantığının faydacı olması da (Ferrer-Conill, 2018, s. 204) oyunlaştırmanın oyun veya oyun tasarımı öğeleri kullanırken oyunun doğasını tahrip etti-

ğine, başka bir deyişle oyunun özünde bir nevi bozulmaya yol açtığına ilişkin bir sav olarak ortaya konur.

c. Oyunlaştırmaya yöneltilen bir diğer eleştiri de onun, oyunu emek süreçlerinin bir parçası haline getirerek yabancılaşmayı maskelediği, sömürüyü hem artırıp hem daha az hissedilir kıldığı, böylelikle de çalışanda sınıf bilinci oluşmasının önüne geçtiği, kısacası mevcut düzenin yeniden üretimine ve meşrulaştırılmasına katkıda bulunduğu, dolayısıyla adeta bir ideolojik aygıt görevi gördüğü şeklindedir. Sözgelişi Casssone (2016, ss. 103-104) oyunların bireysel eylemlerin aynı anda hem (ilgili oyunun tasarımcısının senaryosu uyarınca) düzenlenip hem (oyunculara ve oyunda olmayanlara) sergilendiği bir ortam yaratarak, bir teatralleştirme süreci içerdiğini; oyunlaştırılmış bir çalışma ortamının da bu doğrultuda emeği günlük bir performansa yaklaştırdığını, performansın teatralleşmesinin de yabancılaşmayı maskelediğini öne sürer. Fuchs da (2014, s. 2) oyunlaştırmanın yirmi birinci yüzyılın ideolojisi olduğunu ileri sürer ve oyunlaştırmanın iş ve oyunun doğasına ilişkin yanlış bilinci ifade ettiğini ve bu bakımdan da ideolojik olduğunu söyler (2014, s. 8). Rey ise (2015, ss. 277-279) oyunlaştırmanın çağdaş, post-endüstriyel kapitalizme özgü belirli ideolojik varsayımlarla uyumlu olduğunu ve bu sistem içinde zaten ayrıcalıklı bir konumu olanlara fayda sağlayacağına inanıldığı için teşvik edildiğini ifade eder. Buna göre, oyunlaştırma bir yumuşak güç biçimidir ve isteksiz özneleri zorlamaktan ziyade istekli özneler yaratmak ister.

d. Oyunlaştırma sıklıkla beden politikaları ve gözetim nosyonları üzerinden de eleştirilmiştir. Sözgelişi deWinter, Kocurek ve Randall (2014, s. 109) oyunlaştırmanın Taylor'un bilimsel yönetim ilkelerini genişlettiğini savunur ve oyunlaştırmanın çalışma hayatındaki yaygın kullanımına "Taylorizm 2.0" adını verir. Bilimsel yönetim, en iyi ve en etkili uygulamayı tanımlamak için ölçüm ve gözlem sistemlerini kullanır ve bu yaklaşım oyun tabanlı eğitimin de temelini oluşturur. Böylece oyun, zorunlu üretkenliğin bir başka alanı haline gelir. Chapman, Chua ve Fiedler da (2021, s. 12) Baudrillard'dan ödünç aldıkları terimle, oyunlaştırmanın bir nevi "baştan çıkarma" [*séduction*], bir *post-disciplinaire* kontrol biçimi olduğunu savunur. Foursquare üzerinden yaptıkları analizde oyunlaştırmanın veri toplamayı kolaylaştırdığını, bu bakımdan bünyesinde gelecekteki davranış kalıplarını tahmin etme ve yönlendirme gücü barındırdığını vurgulayan

araştırmacılar, oyunlaştırmanın bir biyokontrol mekanizması olarak bedensel hareketleri yönlendirdiğini, duygusal tepki ve bağlılıklar ürettiğini ifade eder. O'Donnell da (2014, s. 354) oyunlaştırma aracılığıyla ortaya çıkan algoritmik gözetimin oyunlaştırmanın sömürücü doğasının merkezinde olduğunu ifade eder. Yine, Trang ve Weiger de (2021, s. 8) yürüttükleri ampirik çalışmayla oyunlaştırılmış bir hizmetin kullanıcıları kişisel bilgileri ifşa etme konusunda daha istekli veya savunmasız hale getirdiğini gösterir.

Temkinli Ama İyimser Yaklaşımlar

Oyunlaştırmaya karşı geliştirilen eleştirileri kabul etmekle birlikte oyunlaştırmanın geleceğine ilişkin iyimser bir tavır geliştirenler de vardır. Sözgelişi Conway (2014, s. 138) her şeye rağmen oyunlaştırmanın şu an var olduğu biçiminden daha farklı, kullanıcı merkezli bir tasarımla faydalı olabileceği konusunda iyimserdir. Conway'e göre, eğer oyun tasarımı eski faaliyetlerin üzerine yeni göstergeler koymak yerine katılımcı faaliyetlerini dönüştürebilen bir yapı kazanırsa özgürleştirici bir güç olabilir. Woodcock ve Johnson da (2018) oyunlaştırmayı neoliberal politikaların bir parçası ve oyunun gasp edilmesi olarak değerlendirmekle birlikte, bilinen haliyle oyunlaştırmayı yukarıdan oyunlaştırma [*gamification from above*] addeder ve iş yerinde kontrole karşı aktif bir direniş biçimi olarak aşağıdan oyunlaştırmanın [*gamification from below*] imkânından bahseder: Yukarıdan oyunlaştırma, oyunlardan alınan ancak asıl bağlamından koparılan etkileşim ve geri bildirim biçimleri aracılığıyla gündelik yaşamın çeşitli yönlerine düzenleme, gözetim ve standartlaştırma sistemlerinin dayatılmasıdır; buna karşılık, aşağıdan oyunlaştırma ise, ciddi kabul edilen faaliyetlerin altüst edilmesi, yozlaştırılması ve alay konusu haline getirilmesi yoluyla gündelik hayatın gerçek anlamda oyunlaştırılmasına işaret eder (2018, s. 543). Woodcock ve Johnson için, çalışanların kendileri tarafından üretilen ve kendi aralarında oynanan alaycılık oyunları, yapılan işi daha tahammül edilebilir kılan kolektif bir çabadır ve oyunun çalışma pratiğini altüst etme gücünü gösterir; başka bir deyişle, aşağıdan oyunlaştırma oyunun parçalarını alıp onun zıttı olan bir şeye uygulamak yerine, oyun olmayanı, yani sözgelişi işi, bir oyuna, bir bakıma direnişe dönüştürür (2018, s. 554).

İyi oyunlaştırma, kötü oyunlaştırma

Oyunlaştırma tasarımcıları oyunlaştırmaya yöneltilen eleştirileri karşılamak için genellikle içsel motivasyona dayandırdıkları "ideal" veya iyi oyunlaştırmayla, dışsal motivasyona dayandığını söyledikleri kötü oyunlaştırmayı birbirinden ayırır. Oyunlaştırmaya yöneltilen eleştiriler, eleştiriye konu oyunlaştırma tasarımlarının dışsal motivasyona dayandığı, dolayısıyla da kötü oyunlaştırma olduğu gerekçesiyle savuşturulur ve ideal oyunlaştırma tasarımında maddi çıkar ve benzeri bir dış faktörün değil, oyuna bulanmış faaliyeti gerçekleştirmenin bizatihi ödül hissiyatı verdiği "ototelik deneyimlerin" (Csikszentmihalyi, 2017, s. 21) yaşandığı savunulur.

Buna ek olarak, oyunlaştırma tasarımcılarının, oyunlaştırmanın "kötü emellere" yönelik kullanımını önlemek üzere girişimlerde bulunduğu da görülür. Oyunlaştırmanın, kendilerine daha çok taraftar bulmak üzere terörist gruplar tarafından (Brachman & Levine, 2011), yahut özel amaçları için hükümetler tarafından propaganda aracı olarak kullanılması (Mitchell, 2012) gibi örnekler, oyun ve/veya oyunlaştırma tasarımcılarını oyunlaştırmanın etik ilkelerini belirlemeye yönelik çeşitli girişimlerde bulunmaya itmiş (Marczewski, 2017; Zichermann, 2012), bunun sonucunda oyunlaştırmanın bireyleri kandırmak yerine toplumun ilerlemesine![4] katkıda bulunmak gibi "iyi" amaçlar için kullanılması, oyunlaştırma tasarımlarında dürüstlük ve şeffaflığın gözetilmesi gibi temel ilkeler benimsenmiştir.

Öte yandan söz konusu etik ilkelerin, kullanım tarzına bağlı olarak, oyunlaştırma tasarımlarında örtülü biçimde yer alan sömürü pratiklerine değinmemesi ilgi çekicidir.

Şevk mi, yoksa çalışma süresi mi?

Oyunlaştırmaya yöneltilen ve yukarıda dört grup altında sıralanan eleştirilerin ilk ikisi daha ziyade oyun endüstrisi içinden gelen eleştirilerdir. Kabaca oyunlaştırmanın aslında oyun fikriyle uyuşmadığını yahut onu tahrip ettiğini öne süren bu eleştirileri değerlendirmek bu çalışmanın kapsamını ve maksadını aşar. Marksist bir bakış açısıyla geliştirilmiş olan üçüncü eleştiri ise oyunlaştırmanın mevcut düzende içkin olan sömürüyü güçlendirirken, bunun sonuçlarının oyunlaştırmanın nesnesi olan, dolayı-

[4] Sosyal bilimler literatüründe oldukça tartışılan, tartışmalı bir fikir veya terim olduğu için, "ilerleme" sözcüğü ünlemle (!) belirtilmiştir.

sıyla da ilgili sömürüye maruz kalan kişiler tarafından fark edilmesini güçleştirdiği, başka bir deyişle, yabancılaşmayı derinleştirirken yanlış bilinci körüklediği yahut sınıf bilincinin oluşmasını engellediği, bu bağlamda da "ideolojik" bir aygıt olduğu şeklindedir.[5]

Ne ki, Marksist bir çerçevede oldukça güçlü ve tutarlı görünen bu eleştirilerin, oyunlaştırmanın kapitalizmin beraberinde getirdiği sömürüyle ilişkisinde kritik bir noktayı gözden kaçırdığı, ıskaladığı veya vurgulamakta eksik kaldığı söylenebilir. Nitekim oyunlaştırmayı savunanlar da onu eleştirenler de, onun çalışanı daha şevkle, daha verimli çalıştırdığına vurgu yapar. Gerçekten de oyunlaştırma çalışanın şevkini, verimliliğini arttırır. Ancak ne oyunlaştırmanın asıl hedefi tam olarak budur, ne de Marx'a göre kapitalizmin beraberinde getirdiği kârlılık ve sömürünün kaynağı buradadır.

Marx için kapitalizm sözgelişi sandalet üretip [M], onu satıp, kazandığı parayla [P] kendi ihtiyaçlarını [M] gidermek gibi "basit" bir meta dolaşımı [M-P-M] değildir. Kapitalist meta dolaşımında önce sermayeyle [P] emek gücü ve diğer üretim araçları meta olarak satın alınır, ardından bu metalarla daha fazla meta üretilir [M], sonra da bu üretilen metalar satılıp ortaya konan sermayeden veya anaparadan daha fazlası, yani "artı değer" [P] elde edilir [P-M-P]. Bu artı değerin kaynağı emek gücüdür. Nitekim işçi tükettiğinden veya ihtiyaç duyduğundan fazlasını üretebilir. Sözgelişi işçi hayatta kalması için gereken değeri üç saatte üretiyorsa (*i.e.*, zorunlu emek zamanı), on saate kadar çalışabilir, bu gücü vardır. İşte kapitalist de emek gücünü satın alarak, aradaki yedi saatte (*i.e.*, artı emek zamanı) işçiyi tamamen kendi hesabına çalıştırır. Kârlılık da buradadır, yani artı emek zamanının zorunlu emek zamanına oranında. Kapitalist kârlılığı arttırmak veya piyasada rekabet etmek için verimliliği arttıracak, dolayısıyla zorunlu emek zamanını kısaltacak yatırımlar yapabilir. Ama bu sadece artı değeri kısa vadede ve görece arttırır. Zira rekabet bu yatırımları kendini amorti ettiği an yenilemesini, arttırmasını gerektirecektir. Artı değeri mutlak olarak arttıracak olan artı emek zamanının, yani çalışma süresinin, işgününün uzatılmasıdır. Marx için sömürünün de yabancılaşmanın da meta fetişizminin de kaynağı burasıdır (Marx, 2017, ss. 458-518).

[5] "İdeolojik" terimi burada mevcut düzeni meşrulaştırıcı birtakım söylem ve araçlar olduğuna işaret eder.

Öyleyse Marx'a göre kapitalizmde kârlılığın da sömürünün de kaynağı işçiyi daha verimli çalıştırmaktan ziyade, daha uzun süre çalıştırmaktır. Oyunlaştırmanın amacı ve yaptığı da zaten budur, yani işçiyi yahut çalışanı daha şevkle çalıştırmanın yanında, hatta daha ziyade, daha uzun süre çalıştırmak, daha uzun süre çalışmayı daha katlanılır yahut daha az hissedilir kılmak. Oyunlaştırmanın bu bakımdan oldukça başarılı olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan araştırmalar da oyunlaştırmanın çalışanların daha şevkle çalışmasına, çalıştıkları kuruma aidiyetlerinin artmasına büyük oranda katkı sağladığını gösterir ki bu da kurumun karlılığını artırmaya hizmet eder.

Beden mi, yoksa ruh mu?

Oyunlaştırmaya yöneltilen ve yukarıda sıralanan dördüncü ve son eleştiri ise, Foucault-vârî bir bakış açısından, onun bedenin bir algoritmaya indirgenmesine, dolayısıyla sayısallaştırılmasına ve böylece daha kestirilir yahut kontrol edilir hale getirilmesine aracılık eden ve gözetimi kolaylaştıran, kısaca biyopolitik bir araç olduğunu iddia eder. Gerçekten de oyunlaştırmanın kullanıcının bir algoritmaya taşınmasına katkıda bulunduğu ve onu gözetime daha açık kıldığı söylenebilir. Lakin burada algoritmaya taşınanın beden, oyunlaştırmanın da biyopolitik bir ajan olup olmadığı, tartışılır. Nitekim neoliberal rejimin oyunlaştırmayı da içine alan yeni iktidar tekniklerinin artık beden politikaları, başka bir deyişle biyopolitika kapsamında ele alınamayacağı yönünde görüşler de vardır.

Foucault iktidar tekniklerinin veya tarzlarının tarım üretiminden sanayi üretimine geçişle bir kırılmaya uğradığını ve egemenin yahut hükümdarın yaşam ve ölüm üzerinde hak iddia eden iktidarının, başka bir deyişle kılıcın iktidarının yerini kapatarak veya dışarıda bırakarak disipline eden iktidara bıraktığını öne sürer. İlk etapta disipline edici tarzda kurulan veya işleyen bu iktidar, bir süre sonra daha ziyade düzenleyici ve denetleyici bir hâl alır. Düzenlenip denetlenecek olanlar ise, bedenlerdir. Nitekim yeni gelişen sanayi kapitalizminin makine üretimine uygun, verimli ve uysal bedenlere ihtiyacı vardır. Dahası, sanayinin geliştiği kentlere bir anda göç edip yığılan ve kentlerin plansızlığı sonucu birçok sosyal soruna da yol açan bedenler kitlesinin, yani nüfusun, düzenlenip denetlenebilmesi için de yeni bir bilgi türüne ihtiyaç duyulur. Bu bilgi türü de demografidir. Demografiyi kullanarak bu bedenleri onlardan maksimum verimi

almak üzere düzenleyip denetleme, onları norma sokma yahut normalleştirme işine "biyopolitika" denir (Foucault, 2023, ss. 99-101).

Bütün bu önce disipline etme, ardından da düzenleyip denetleme sürecine gözetim [*surveillance*] eşlik eder. Foucault bunu anlatabilmek için Jeremy Bentham'dan *panoptikon* (*i.e.*, her şeyi gören, hepgöz, tepegöz) benzetmesini ödünç alır (Foucault, 2019b). Gözetim altındaki beden, kapitalizm gelişip neoliberalizme doğru evrildikçe, bizzat uysallaşır, başka bir deyişle kendine çeki düzen verir ve kendi kendini verimli, dirençli, zinde bir bedene dönüştürür. İşte Foucault buna iktidarın her alana sirayet etmişliğinin kişinin öz-yönetimini veya kendilik teknolojilerini de içine katması anlamında "yönetimsellik" [*gouvernementalité*] adını verir (Foucault, 2019a, ss. 97-99).

Foucault çizgisinin çağdaş temsilcilerinden Güney Kore asıllı Alman filozof ve kültür kuramcısı Byung-Chul Han ise, Foucault'nun "biyopolitika" adını verdiği beden politikalarının, neoliberal rejimin oyunlaştırmayı da içine alan yeni iktidar tekniklerini yahut tarzını açıklamadığını öne sürer (2020, s. 31). Zira çağdaş kapitalizmde "şeyler değil, enformasyon ve programlar gibi şey olmayan varlıklar" üretilir ve bu üretim bedenden çok zihne, dolayısıyla da ruha dayanır (2020, s. 32). Artık iktidarın hedefinde uysal ve dinç bir bedenden ziyade, optimize edilmiş ve daha uzun süre uyanık ve uyarılmış kalacak bir zihin vardır; neoliberal rejim bedenden ziyade ruhu sömürür, onu hedef alır (2020, s. 30). Han, bu noktada disipline edici, başka bir deyişle normalleştirici psikiyatrinin yerini zihni tetikleyen veya dikkati keskinleştiren ilaç ve tekniklerin kullanımı anlamında *neuro-enhancement*'ın almaya başladığına dikkat çeker (2020, s. 32). Buradan hareketle Han, neoliberal rejimin iktidar tekniğine "psikopolitika" demenin daha doğru olduğu kanaatine varır.

Kılıcın iktidarı yok eder, biyopolitika bir bedenler sürüsü olarak nüfusun istatistiğine, yani demografiye dayanarak nüfusu düzenleyip denetler, gözetimi de kullanarak bedenleri disipline eder, onları norma sokar, normalleştirir. Psikopolitika ise, kişinin kendini açması, dışa vurması, tüm çıplaklığıyla kendini sergilemesi için dijital mecraları, sosyal medyayı kullanır (2020, s. 25): Müdahale etmez, özgür hissettirir; zorlamaz, ayartır; baskı yapmaz, bağımlılık yaratır. Şeffaflığı özellikle ön plana çıkarır. Kişi böylece kendini sergiledikçe sergiler. Öyle ki, dijital *panoptikon*'a karar

almada muhakeme öncesi aşamalarını dahi açık eder. Kişi tüm eğilimlerini, zaaflarını, düşünme biçimlerini, bilincini, hatta bilinçdışını dijital *panoptikon*'a gönüllü olarak sunar. Kişinin dijital *panoptikon*'a sundukları, bu veriler, Büyük Veri [*Big Data*] aracılığıyla toplanır, yorumlanır. Kişi artık öngörülebilir ve daha düşünce öncesi aşamada yönlendirilebilir hale gelir.

İşte dijital *panoptikon* ve Büyük Veri aracılığıyla psikopolitikanın yaptığı, Han'a göre, budur: Ruha özgür iradeden bile hızlı bir şekilde nüfuz edip, onu düşünce öncesi aşamada yakalayıp yönlendirmek. Psikopolitika bunu daha ziyade heyecanları tetikleyerek başarır. Bir ideoloji gibi akla hitap edip meşrulaştırıcı söylemlerle ikna etmeye yahut rıza kazanmaya çalışmaz, heyecanlara hitap eder:

"Heyecanlar dürtülerin de yer aldığı limbik sistem tarafından kontrol edilir. Davranışların, insanın çoğu zaman farkında olmadığı, düşünce öncesi, yarı bilinçli, dürtüsel düzeyini oluştururlar. Neoliberal psikopolitika, eylemleri bu düşünce öncesi düzeyde etkilemek amacıyla ele geçirir heyecanları. Heyecan üzerinden kişileri derinden yakalar" (Han, 2020, s. 55).

Bir heyecan kapitalizmi olan neoliberal rejim, oyunlaştırma gibi araçlarla tüketimi rasyonel olmayan, birer ihtiyaç olmayan ürünleri düşünce öncesi aşamada heyecanı tetikleyerek tükettirir, çalışanın heyecanını canlı tutarak dikkatini daha uzun süre işine vermesini sağlar, dolayısıyla da verimliliğini artırır (Han, 2020, ss. 53-57).

Diğer yandan, dâhilî ve haricî, yahut basitçe kurumsal oyunlaştırmanın olmasa da, davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen oyunlaştırma çeşidinin, özellikle de onun sağlık alanındaki kullanımının, beden politikalarına dahil edilebileceği, başka bir deyişle biyopolitik bir aygıt [*apparatus*] olduğu söylenebilir. Gerçekten de, Foucaultcu bir çerçeveden, "sağlıklı yaşam" fikrinin, daha doğrusu söylem veya ideolojisinin, egemenin ihtiyaç duyduğu uysal ve dinç beden stokunu artırmak için üretilmiş bir politika olduğu öne sürülebilir. Ne ki, burada da durum göründüğü kadar basit olmayabilir. Zira ortalama insan ömrünün, başka bir deyişle beklenen yaşam süresinin veya yaşam beklentisinin uzaması, kapitalizmin sırtına emekli maaşı, yaşlıların sağlık ve bakım giderleri gibi ciddi yükler bindirir ve sağlıklı yaşam fikrinin, geçmişte olduğunun aksine, bugün egemen kesime yahut kapitalizme hizmet ettiğini söylemek oldukça güçtür. Dolayısıyla Han'ın neoliberal rejimin artık sağlıklı bedenlerden ziyade uyanık

veya uyarılmış zihinler üretmek istediği, başka bir deyişle bedenlerden çok ruhları yönetmeye yöneldiği iddiası, kısaca biyopolitikanın yerini psikopolitikaya bıraktığı savı, burada da geçerli görünür.

Kant etiği açısından oyunlaştırma

Oyunlaştırmaya ilişkin yukarıda sıralanan eleştiriler, özellikle de Marksist bir çerçeveden gelen ve Foucault-Han çizgisine dayanan itirazlar, her ne kadar —dile getirilen eksiklerine rağmen— onun karanlık yönlerine işaret etmek, bunları dile getirmek bakımından yeterli görünseler de, oyunlaştırmaya bir de Kant etiği açısından bakmak, oyunlaştırmayı yepyeni bir çerçeveden ele almanın yanında, onun sakıncalı yönlerini daha net görmeye yardımcı olabilir, oyunlaştırmaya yönelik mevcut eleştirel konumu pekiştirebilir.

Kant etiği ne Aristoteles'inki gibi erdemleri işe koşan bir eylem yaşamının kişiyi mutluluğa götüreceğini öne süren bir *eudaimonia* etiğidir, ne de iyiyi eylemlerin olumlu sonuçlarında arayan bir faydacı etik. Kant etiği ahlâkî olanı, yani iyiyi, daha ziyade eylemlerin arkasındaki irade, isteme yahut istençte [*Wille*], basitçe ifade etmek gerekirse, niyette arar.[6] Bir eylemin sonuçları ne kadar olumlu olursa olsun, niyet iyi değilse, ilgili eylemin ahlâklı veya iyi olduğu, Kant etiği açısından, söylenemez. Yine, söz konusu eylemin sonuçlarının olumsuz olması da, eğer iyi niyetle yapılmışsa, bu eylemi kötü yapmaz, onun ahlâkî değerinden bir şey eksiltmez.

[6] Almanca "Wille" terimi için Türkçede genellikle irade, isteme, istenç karşılıkları kullanılır. Bunların arasında irade genellikle insanın doğal itkilerine karşı koyuşunu anlatmak için, bir direnç anlamında, olumsuz bir yönde kullanılır ve dolayısıyla ilgili terimi tam karşılamaz. Zira Kant için *Wille*, aklın "iyi olduğunu bildiği şeyi seçme yetisidir" (2020, s. 29)İsteme ise, herhangi bir şeyi istemek olarak anlaşılabileceği için, her ne kadar sözcüğün Almanca etimolojisine uygun olsa da bu bağlamda kafa karıştırıcı bir tercih olabilir. İstenç ise, *Wille*'nin "aklın iyi olduğunu bildiği şeyi seçme yetisi" anlamını tam karşılamasa da, görece daha uygun bir tercih olabilirdi. Öte yandan, Kant'ın anlatmak istediğini ve Kant etiğinin ahlâkî olanı sonuçlarda arayan faydacı etikle farkını anlamayı kolaylaştırdığı için, bu çalışmanın amacı açısından, aynı şey olmadıklarının da bilincinde olarak, "istenç" yerine "niyet" demeyi tercih ettik.

Kant için iyi niyetten başka "kayıtsız şartsız iyi sayılabilecek hiçbir şey düşünülemez" (2020, s. 8). İyi niyet, "etkilerinden ve başardıklarından değil, konan herhangi bir amaca uygunluğundan da değil," bizzat iyidir (2020, s. 9). Kant için iyi olan, ahlâkî olan, bir eylemin sonuçlarında değil, yapanı ilgili eyleme götüren niyette, öznel ilkededir; söz konusu eylemin çıktılarının olumlu ya da olumsuz olması hiçbir şey değiştirmez, "yararlılık ve verimsizlik ... ne ona bir şey ekleyebilir ne de ondan bir şey eksiltebilir" (2020, s. 9). Bu noktada Kant ödeve [*Pflicht*] vurgu yapar ve ödeve uygun her eylemin, ödevden dolayı yapılmış olmadığına işaret eder.[7]

İyi niyet, yalnızca ödevden dolayı yapılmış olan eylemde bulunur; ödeve uygun her eylem ödevden dolayı yapılmış değildir. Ödeve uygun olan, fakat ödevden dolayı yapıldığının garantisi olmayan eylemler için Kant, meşhur bakkal örneğini verir (2020, s. 12). Buna göre, müşterisini aldatmamak bakkalın ödevidir. Eğer bir bakkal müşterisini aldatmıyorsa, onun ödeve uygun davrandığı elbette söylenebilir. Ancak söz konusu bakkalın müşterisini aldatmaması, Kant için, onun dürüst bir bakkal olduğunu düşünmek için yeterli olmaz. Zira pekâlâ müşteri kaybetmemek için, ticari itibarı açısından veya kârlılığının sürmesi adına, yani çıkarı gerektirdiği için böyle davranıyor olabilir. Onun yaptığının Kant açısından ahlâkî bir değerinin olması için, sırf müşteriyi aldatmamak bir bakkalın ödevi olduğu için böyle davranıyor olması gerekir.

Kant, ödevden dolayı yapılmış eylemlere yaşamını sürdürme ödevi üzerinden örnek verir (2020, s. 13). Buna göre, yaşamını sürdürmek insanın ödevidir. Yaşamını sürdüren birinin ödeve uygun davrandığı açıktır. Kimileri kendi açısından güzel bir hayatı olduğu için hayatta kalır, kimileri de ölümden korktuğu için. Ancak yalnızca talihli bir yaşam sürmeyen, yaşamaktan zevk almayan, bilakis ölmeyi dileyecek kadar büyük acılara maruz kalan, ama sırf yaşamını sürdürmek insanın ödevi olduğu için hayatta kalan birinin ödevden dolayı böyle yaptığı söylenebilir. Yalnızca bu kişinin yaptığının Kant için ahlâkî bir değeri vardır, yalnızca böyle birinin Kant etiği açısından iyi yaptığı söylenebilir.

Aynı şekilde, sözgelişi bir işe başvurmuş, başvurusu kabul edilmiş ve sonucunda bir iş akdi imzalamış bir çalışan için, kapitalizmin tartışılmadığı bir dünya veya devirde, ilgili sözleşmede tanımlanmış görevleri yerine

[7] Kant etiği için "ödev ahlâkı" da denir.

getirmenin, bunu şevkle, konsantre olmuş ve verimli bir biçimde yapmanın, hatta mümkün olan en iyi şekilde yapmanın ödev olduğu söylenebilir. Aslında insan için her ne yapıyorsa onu mümkün olan en iyi şekilde yapmaya çalışmanın, diğer bir ifadeyle elinden gelenin en iyisini yapmanın, ödev olduğu da pekâlâ söylenebilir. Öte yandan, sözgelişi oyunlaştırılmış bir işyerinde, oyuna bulanmış bir görevi oyunun getirdiği heyecan sayesinde şevkle ve en iyi şekilde yerine getiren bir çalışanın bunu ödevden dolayı yaptığını söylemek zordur.

Bunun yalnızca dâhilî oyunlaştırma açısından böyle olduğunu da düşünmemek gerekir. Oyunlaştırmanın en masumu gibi görünen ve eleştirilerden ez payını alan oyunlaştırma çeşidi olan davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen oyunlaştırma için de, Kant etiği açısından, benzer bir eleştiri geliştirilebilir. Nitekim sözgelişi bedenine iyi bakmak insan için bir ödevse, yahut öyle olduğu varsayılırsa, sırf bedenine dikkat etmek ödevi olduğu için idman yapmak başka bir şeydir, daha eğlenceli olduğu yahut heyecan yarattığı için oyuna bulanmış bir idmana başlamak ve bir idman yapma alışkanlığı kazanmak başka. "Zararlı!" addedilen alışkanlıklardan kurtulmak adına yapılanlar için de aynısı söylenebilir.

Oyunlaştırmanın beraberinde geldiği yahut beraberinde getirdiği, ciddi işleri "sıkıcı-eğlenceli" ikili karşıtlığı üzerinden değerlendirme eğilimi ve buna bağlı olarak gelişen ve yerleşen ciddi işlerin de illâ eğlenceli olması gerektiği kanısı failleri, kişiyi, yapıp edenleri ödevden dolayı eylemekten, dolayısıyla da ahlâkî olandan, iyiden gittikçe uzaklaştırır. Sözgelişi bir öğrenci için aldığı dersleri takip etmek, bu derslerin gereğini yapmak ödevdir. Eğer bir öğrenci, hocası dersi daha eğlenceli hale getirdiği için, ders daha eğlenceli geçtiği için bir dersin gereklerini tam olarak yerine getiriyor, içeriği aynı derecede önemli olsa da oyuna bulanmamış olduğu için ilgili öğrenciye aynı derecede eğlenceli gelmeyen diğer bir ders için aynı eforu sarf etmiyorsa, bu öğrencinin, eğlenceli ders konusunda ödeve uygun davransa da, bunu ödevden dolayı yapmadığı söylenebilir. Dahası, oyuna bulanmış derslerin varlığının öğrencilerin buna alışmasına, derslerin eğlenceli geçmesi gerektiği ve bunun hocanın görevi olduğu kanaatine

kapılmalarına neden olduğu,[8] dolayısıyla öğrencileri ödevden dolayı eylemekten, kabaca ödev bilincinden uzaklaştırdığı da iddia edilebilir. Ders değerlendirme anketleri üzerinden yapılacak bir araştırma bunu pekâlâ gözler önüne serebilir.

Toparlamak gerekirse, Kant etiği açısından ahlâkî olan, yani iyi, eylemlerin arkasındaki niyette aranır; eylemlerin olumlu sonuçlarında yahut eyleyenin övülür huylarında değil. Önemli olan ve hatta ahlâkî, yani iyi olan yegâne şey, iyi niyettir ve iyi niyet de olası herhangi bir çıktı uğruna değil, salt ödevden dolayı ödeve uygun yapılan eylemde bulunur. Oyunlaştırma ise, oyunlaştırmanın nesnesi olan kişiyi, başka bir deyişle oyunlaştırmaya maruz kalan yahut onu kullanmak durumunda olanı, ödev dışı bir itkiyle, yani sözgelişi *oy*unun yarattığı heyecan veya *oy*alanmayla, ödeve uygun eylemeye teşvik etmesi ve bunu pekiştirmesi bakımından, onu ödevden dolayı eyleme imkânından, dolayısıyla ahlâkî olandan, basitçe iyiden uzaklaştırır.

Olası İtiraz

Oyunlaştırma tasarımcılarının oyunlaştırmaya yöneltilen eleştirileri karşılamak için içsel motivasyona dayandırdıkları "ideal" veya iyi oyunlaştırmayla, dışsal motivasyona dayandığını söyledikleri kötü oyunlaştırmayı birbirinden ayırdığı söylenmişti. Buradan hareketle, oyunlaştırma tasarımcıları yahut oyunlaştırmayı savunanlar, kişiyi ödeve uygun olmamakla birlikte ödevden dolayı olmayan bir şekilde eylemeye yöneltecek olan oyunlaştırmanın dışsal motivasyona dayanan kötü oyunlaştırma olduğunu, söz konusu eleştirinin ilgili ayrımı görmezden gelmekten ileri geldiğini söyleyecektir veya söyleyebilir. Ne ki, söz konusu ayrımda ve içsel motivasyona dayandığı söylenen ideal oyunlaştırmada, ayrıca buna ilişkin yapılan açıklamada bir noktaya dikkat etmek gerekir. Bu da "ödül hissiyatı" (Pink, 2017, s. 133) fikri veya ifadesidir. Ödül hissiyatı eylem sürecinde eyleme eşlik de etse, onun sonucunda da ortaya çıksa, bir sonuç veya çıktı, en hafif ifadeyle bir yan üründür ve "ödevden dolayı" denen şeye uygun olmak şöyle dursun, onunla çelişir.

[8] Buna ilişkin, özellikle de öğrencilerin derslerin eğlenceli hale getirilmesi gerektiğine dair yerleşmekte olan kanısına işaret eden, farklı çap ve niteliklerde araştırmalar vardır. Bkz., Purinton & Burke, (2019); Nienaber vd., (2019).

Söz konusu ödül hissiyatının oyuna bulanmış faaliyetin kendisiyle birlikte ortaya çıkması da, ödev bizzat oyun oynamak olmadığı sürece, bir şey değiştirmez, onu ödevden dolayı olmaya bir adım daha yaklaştırmaz. Nitekim eğer biri bir ödeve ilişkin, sırf ödev olduğu için, yani ödevden dolayı elinden gelenin en iyisini yapıyorsa, bu faaliyeti oyuna bulamanın bir gereği, ödeve bulaştırılan oyunun da burada herhangi bir etkisi yok, kısaca oyunlaştırma gereksiz demektir. Diğer yandan, eğer bir ödev olan ilgili faaliyetin oyuna bulanması kişiyi bu faaliyeti gerçekleştirme veya bu konuda elinden gelenin en iyisini yapma konusunda azıcık bile teşvik ediyorsa, burada eylem ödeve uygun olsa da, salt ödev olduğu için, yani ödevden dolayı yapılmış olmaz. Dahası, amaç yalnızca oyun oynamak olmadığı sürece, oyunlu bir etkinliğin "ototelik" yani amacı kendisi olan bir faaliyet olduğu da, söylenemez.

Sonuç

"Sıkıcı kabul edilen ciddi iş yahut etkinliklere eğlenceli addedilen ciddiyetsiz oyun öğeleri bulaştırarak, söz konusu iş yahut etkinliklere yönelik şevki artırmaya, onlardan daha fazla verim almaya çalışmanın genel adı" olarak tarif edilebilecek olan oyunlaştırma, (*i*) dâhilî oyunlaştırma, (*ii*) haricî oyunlaştırma, (*iii*) davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen oyunlaştırma olmak üzere üçe ayırılabilir.

Bunların arasında (*i*) dâhilî oyunlaştırma, şirket veya kurumlarda, başka bir deyişle oyunlaştırılmış iş yerlerinde, çalışanların çalışma şevk ve iş tatminini, dolayısıyla verimliliği artırmakla, (*ii*) haricî oyunlaştırma şirket veya kurumlar için hedef kitlenin müşteri memnuniyetini ve/veya marka sadakatini artırmakla, (*iii*) davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen oyunlaştırma ise özellikle eğitim ve sağlıkta kullanıcı katılımını, dolayısıyla başarıyı artırmakla övülür.

Ne ki, oyunlaştırma, (*a* & *b*) oyun fikriyle uyuşmadığı yahut onu tahrip ettiği, (*c*) kapitalizmin beraberinde getirdiği sömürüyü artırıp yabancılaşmayı derinleştirirken, işçi yahut çalışan açısından sömürünün veya yabancılaşmanın bilincine varılmasını engellediği, yani ideolojik bir aygıt olduğu, (*d*) bedenin bir algoritmaya taşınmasına ve gözetime aracılık ederek kontrolü kolaylaştırdığı, kısaca biyopolitik bir araç olduğu gerekçeleriyle eleştirilir.

Öte yandan, Marksist bir çerçevede geliştirilen, (*c*) oyunlaştırmanın sömürüyü derinleştirip bunun farkına varılmasını engelleyen bir ideolojik aygıt olduğu yönündeki eleştiri, aynı çerçevenin içinde kalarak, Marx için kapitalizmde kârlılığın, dolayısıyla da sömürünün işçinin daha uzun süre çalıştırılmasında yattığını, oyunlaştırmanın da çalışanı yalnızca daha şevkle, daha verimli değil, aynı zamanda daha uzun süre çalıştırmayı, bunu daha az hissedilir kılmayı hedeflediğini atlamakla eleştirilebilir.

Yine, Foucaultcu bir çerçevede geliştirilen, (*d*) oyunlaştırmanın bedenin algoritmaya taşınıp gözetlenmesini kolaylaştıran bir biyopolitik araç olduğu yönündeki eleştiri de, aynı çerçevenin veya çizginin içerisinden, oyunlaştırmayı da içine alan neoliberal dünyanın iktidar tekniğinin artık bedeni düzenlemeyi değil, zihni veya ruhu optimize etmeyi hedeflediğini, dolayısıyla oyunlaştırmanın biyopolitik olmaktan ziyade psikopolitik bir araç olduğunu görmemekle eleştirilebilir.

Dahası, oyunlaştırmaya Kant etiği açısından bakmak da dikkate değer sonuçlar ortaya koyabilir. Nitekim Kant için bir eylemi ahlâkî yahut iyi yapan, ilgili davranışın olumlu sonuçlarından ziyade, iyi niyettir ve iyi niyet de yalnızca ödeve uygun olmakla kalmayan, aynı zamanda ödevden dolayı yapılanda bulunur. Oyunlaştırma ise, her ne kadar kişileri ödeve uygun eylemeye yaklaştırsa da, ödev dışı bir teşvik mekanizması olarak, onları ödevden dolayı eylemekten, yani ahlâki olandan, basitçe iyiden uzaklaştırır.

O halde, oyunlaştırmanın, Kant etiği açısından, kişileri ödeve uygun eylemeye teşvik ederken ödevden dolayı eyleme imkânından uzaklaştırması bakımından, sakıncalı addedilebileceği söylenebilir.[9]

[9] Bu analizden hareketle, Kant etiğinin ahlâk felsefesinin Çoban Yıldızı olmayı yirmi birinci yüzyılda hâlâ sürdürdüğü, ödev ahlâkının çağdaş sorunları ele alırken hâlâ pekâlâ uygulanabilir olduğu, söylenebilir.

Kaynaklar

Alsawaier, R. S. (2018). The effect of gamification on motivation and engagement. *The International Journal of Information and Learning Technology*, *35*(1), 56-79.

Aparicio, M., Oliveira, T., Bacao, F., & Painho, M. (2019). Gamification: A key determinant of massive open online course (MOOC) success. *Information & Management*, *56*(1), 39-54.

Aristoteles. (2018). *Politika* (Ö. Orhan, Çev.). Pinhan.

Bal, M. (2018). Çok Katmanlı Okuryazarlık Bağlamında Oyunlaştırmanın Türkçe Öğretim Sürecine Katkısı. *Ana Dili Eğitim Dergisi*, *6*(1), 183-201.

Benitez, J., Ruiz, L., & Popovic, A. (2022). Impact of mobile technology-enabled HR gamification on employee performance: An empirical investigation. *Information & Management*, *59*(4), 1-15.

Berger, A., Schlager, T., Sprott, D. E., & Herrmann, A. (2018). Gamified interactions: Whether, when, and how games facilitate self–brand connections. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *46*(4), 652-673.

Bogost, I. (2011, Mayıs 3). *Persuasive Games: Exploitationware*. Game Developer. https://www.gamedeveloper.com/design/persuasive-games-exploitationware

Brachman, J. M., & Levine, A. N. (2011). You Too Can Be Awlaki! *The Fletcher Forum of World Affairs*, *35*(1), 25-46.

Brougère, G. (2021). Paradoxes of Gamification. Içinde S. Le Lay, E. Savignac, P. Lenel, & J. Frances (Ed.), *The Gamification of Society* (ss. 1-18). John Wiley & Sons, Ltd. https://doi.org/10.1002/9781119821557.ch1

Cafazzo, J. A., Casselman, M., Hamming, N., Katzman, D. K., & Palmert, M. R. (2012). Design of an mHealth app for the self-management of adolescent type 1 diabetes: A pilot study. *Journal of Medical Internet Research*, *14*(3), 1-13.

Cassone, V. I. (2016). Lude et labora. Notes on gamification at work. *Performance Research*, *21*(4), 101-107.

Cassone, V. I. (2017). Mimicking Gamers: Understanding Gamification Through Roger Caillois. *Games and Culture*, *12*(4), 340-360.

Chapman, C., Chua, W. F., & Fiedler, T. (2021). Seduction as control: Gamification at Foursquare. *Management Accounting Research*, *53*, 1-14.

Conway, S. (2014). Zombification?: Gamification, motivation, and the

user. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, *6*(2), 129-141.

Csikszentmihalyi, M. (2017). *Akış: Mutluluk Bilimi* (B. Satılmış, Çev.). Buzdağı.

Deterding, S., Khaled, R., Nacke, L., & Dixon, D. (2011). *Gamification: Toward a definition*. 1-4.

deWinter, J., Kocurek, C., & Nichols, R. (2014). Taylorism 2.0: Gamification, Scientific Management and the Capitalist Appropriation of Play. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, *6*(2), 109-127.

Feinauer, S., Schuller, L., Groh, I., Huestegge, L., & Petzoldt, T. (2022). The potential of gamification for user education in partial and conditional driving automation: A driving simulator study. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, *90*, 252-268.

Ferreira, A. T., Araújo, A. M., Fernandes, S., & Miguel, I. C. (2017). Gamification in the Workplace: A Systematic Literature Review. Içinde Á. Rocha, A. M. Correia, H. Adeli, L. P. Reis, & S. Costanzo (Ed.), *Recent Advances in Information Systems and Technologies* (ss. 283-292). Springer International Publishing.

Ferrer-Conill, R. (2018). Playbour and the Gamification of Work: Empowerment, Exploitation and Fun as Labour Dynamics. Içinde P. Bilić, J. Primorac, & B. Valtýsson (Ed.), *Technologies of Labour and the Politics of Contradiction* (ss. 193-210). Springer International Publishing.

Foucault, M. (2019a). *Güvenlik, Toprak, Nüfus / College De France Dersleri (1977-1978)* (F. Taylan, Çev.; 3. bs). İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Foucault, M. (2019b). *Hapishanenin Doğuşu* (M. A. Kılıçbay, Çev.; 8. bs). İmge.

Foucault, M. (2023). *Cinselliğin Tarihi* (H. U. Tanrıöver, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Fuchs, M. (2014). Gamification as twenty-first-century ideology. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, *6*(2), 1-22.

Georgiou, K., Gouras, A., & Nikolaou, I. (2019). Gamification in employee selection: The development of a gamified assessment. *International Journal of Selection and Assessment*, *27*(2), 91-103.

Golrang, H., & Safari, E. (2021). Applying gamification design to a donation-based crowdfunding platform for improving user engagement. *Entertainment Computing*, *38*, 1-8.

Han, B.-C. (2020). *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri* (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.

Heidegger, M. (2007). *Sanat Eserinin Kökeni* (F. Tepebaşılı, Çev.). De Ki Yayınları.

Hsu, C.-L., & Chen, M.-C. (2018). How gamification marketing activities motivate desirable consumer behaviors: Focusing on the role of brand love. *Computers in Human Behavior*, *88*, 121-133.

Huizinga, J. (2015). *Homo Ludens* (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Hwang, J., & Choi, L. (2020). Having fun while receiving rewards?: Exploration of gamification in loyalty programs for consumer loyalty. *Journal of Business Research*, *106*, 365-376.

Ilhan, A. E., Sener, B., & Hacihabiboglu, H. (2022). Improving Sleep-Wake Behaviors Using Mobile App Gamification. *Entertainment Computing*, *40*, 1-11.

Kant, I. (2020). *Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi* (I. Kuçuradi, Çev.). Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

Kauppinen, A., & Choudhary, A. I. (2021). Gamification in entrepreneurship education: A concrete application of Kahoot! *The International Journal of Management Education*, *19*(3), 1-14.

Landers, R. N., & Sanchez, D. R. (2022). Game-based, gamified, and gamefully designed assessments for employee selection: Definitions, distinctions, design, and validation. *International Journal of Selection and Assessment*, *30*(1), 1-13.

Marczewski, A. (2017, Eylül 19). *Ethics in Gamification—Gamified UK - #Gamification Expert*. https://www.gamified.uk/2017/09/19/ethics-in-gamification/

Marx, K. (2017). *Hayalet Karl Marx Seçme Yazılar* (G. Ateşoğlu, Ed.). Ayrıntı Yayınları.

Mitchell, J. (2012, Kasım 15). *Unbelievable! The IDF Has Gamified Its War Blog*. ReadWrite. https://readwrite.com/unbelievable-the-idf-has-gamified-its-war-blog/

Nienaber, K., Abrams, G., & Segrist, D. (2019). The Funny Thing Is, Instructor Humor Style Affects Likelihood of Student Engagement. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, *19*(5), Article 5.

O'Donnell, C. (2014). Getting played: Gamification, bullshit, and the rise

of algorithmic surveillance. *Surveillance and Society*, *12*(3), 349-359.

Oprescu, F., Jones, C., & Katsikitis, M. (2014). I Play at Work—Ten principles for transforming work processes through gamification. *Frontiers in Psychology*, *5*, 1-5.

Patricio, R., Moreira, A. C., & Zurlo, F. (2022). Gamification in innovation teams. *International Journal of Innovation Studies*, *6*(3), 156-168.

Pink, D. H. (2017). *Drive Nasıl Motive Oluruz? Nasıl Motive Ederiz?* (L. Göktem, Çev.). Mediacat.

Platon. (2016). *Devlet* (H. Demirhan, Çev.). Islık Yayınevi.

Purinton, E. F., & Burke, M. M. (2019). Student engagement and fun: Evidence from the field. *Business Education Innovation Journal*, *11*(2), 133-140.

Raessens, J. (2014). Rethinking Gamification. Içinde M. Fuchs, S. Fizek, P. Ruffino, & N. Schrape (Ed.), *The Ludification of Culture* (ss. 91-114). Meson Press. https://doi.org/10.25969/mediarep/764

Rey, P. J. (2015). Gamification and Post-Fordist Capitalism. Içinde *The Gameful World: Approaches, Issues, Applications* (ss. 277-295). The MIT Press.

Robertson, M. (2010, Kasım 10). *Can't Play, Won't Play*. Kotaku. https://kotaku.com/cant-play-wont-play-5686393

Trang, S., & Weiger, W. H. (2021). The perils of gamification: Does engaging with gamified services increase users' willingness to disclose personal information? *Computers in Human Behavior*, *116*, 1-14.

Vardarlıer, P., & İnan, K. (2017). Satış Personelinin Performansını Geliştirmeye Yönelik Oyunlaştırma Model Önerisi. *İş'te Davranış Dergisi*, *2*(1), 8-19.

Vassileva, J. (2012). Motivating participation in social computing applications: A user modeling perspective. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, *22*(1), 177-201.

Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Wharton School Press.

Woodcock, J., & Johnson, M. R. (2018). Gamification: What it is, and how to fight it. *The Sociological Review*, *66*(3), 542-558.

Xi, N., & Hamari, J. (2020). Does gamification affect brand engagement and equity? A study in online brand communities. *Journal of Business Re-*

search, *109*, 449-460.

Xu, J., Du, H. S., Shen, K. N., & Zhang, D. (2022). How gamification drives consumer citizenship behaviour: The role of perceived gamification affordances. *International Journal of Information Management*, *64*, 1-13.

Yapıcı, İ. Ü., & Karakoyun, F. (2017). Biyoloji öğretiminde oyunlaştırma: Kahoot uygulaması örneği. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, *8*(4), 396-414.

Yılmaz, E. A. (2016). *Oyunlaştırma*. Abaküs Yayıncılık.

Yin, S., Cai, X., Wang, Z., Zhang, Y., Luo, S., & Ma, J. (2022). Impact of gamification elements on user satisfaction in health and fitness applications: A comprehensive approach based on the Kano model. *Computers in Human Behavior*, *128*, 1-16.

Zichermann, G. (2012, Aralık 10). *The Code of Gamification Ethics*. Gamification Co. https://www.gamification.co/2012/12/10/code-of-gamification-ethics/

Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps* (1st edition). O'Reilly Media.

Zichermann, G., & Linder, J. (2013). *The Gamification Revolution: How Leaders Leverage Game Mechanics to Crush the Competition*. McGraw Hill Professional.

Öz: "Sıkıcı kabul edilen ciddi iş yahut etkinliklere eğlenceli addedilen ciddiyetsiz oyun öğeleri bulaştırarak, söz konusu iş yahut etkinliklere yönelik şevki artırmaya, onlardan daha fazla verim almaya çalışmanın genel adı" olarak tarif edilebilecek olan oyunlaştırma, dâhilî oyunlaştırma, haricî oyunlaştırma, davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen oyunlaştırma olmak üzere üçe ayırılabilir. Bunların arasında dâhilî oyunlaştırma, oyunlaştırılmış iş yerlerinde çalışanların çalışma şevk ve iş tatminini, dolayısıyla verimliliği artırmakla; haricî oyunlaştırma şirket veya kurumlar için hedef kitlenin müşteri memnuniyetini ve/veya marka sadakatini artırmakla; davranış değişikliği yaratmayı hedefleyen oyunlaştırma ise özellikle eğitim ve sağlıkta kullanıcı katılımını, dolayısıyla başarıyı artırmakla övülür. Ne ki, oyunlaştırma, oyun fikriyle uyuşmadığı yahut onu tahrip ettiği; kapitalizmin beraberinde getirdiği sömürüyü artırıp yabancılaşmayı derinleştirirken sömürünün veya yabancılaşmanın bilincine varılmasını engellediği, bu bakımdan ideolojik bir aygıt olduğu; bedenin bir algoritmaya taşınmasına ve gözetime aracılık ederek kontrolü kolaylaştırdığı, kısaca biyopolitik bir araç olduğu gerekçeleriyle eleştirilir. Oyunlaştırmaya Kant etiği açısından bakmak da dikkate değer sonuçlar ortaya koyabilir. Nitekim Kant için bir eylemi ahlâkî yahut iyi yapan, ilgili davranışın olumlu sonuçlarından ziyade, iyi niyettir ve iyi niyet de yalnızca ödeve uygun olmakla kalmayan, aynı zamanda ödevden dolayı yapılanda bulunur. Oyunlaştırma ise, her ne kadar kişileri ödeve uygun eylemeye yaklaştırsa da ödev dışı bir teşvik mekanizması olarak, onları ödevden dolayı eylemekten, yani ahlâki olandan, basitçe iyiden uzaklaştırır.

Anahtar Kelimeler: Oyun, oyunlaştırma, sömürü, biyopolitika, psikopolitika, Kant etiği, ödev.